Arabian Gulf Journal of Humanities and Social Studies

ISSN: 3080-4086

الإصدار الخامس - العدد االثالث عشر || تاريخ الإصدار 2026-04-20

الإعلام والشائعات وطرق المواجهة: دراسة تحليلية معمقة في سياق الإعلام الرقمي

Media, rumors, and methods of countering them: An in-depth analytical study in the context of digital media

د. محمد عبد الله محمد عيساوي [1] – أ.د.م.م. عصام محمد عبد الماجد [2]

Isam Mohammed Abdel-Magid - Mohammad Abdalla Isawi

[1]عميد شؤون المكتبات، جامعة الرازي، الخرطوم، السودان

[2]عميد كلية الدراسات العليا والبحث العلمي، جامعة الرازي، الخرطوم، السودان

DOI: https://doi.org/10.64355/agjhss5134

مجلة خليج العرب للدراسات الإنسانية والاجتماعية || هذه المقالة مفتوحة المصدر موزعة بموجب شروط وأحكام ترخيص مؤسسة المشاع الإبداعي(CC BY-NC-SA)

الملخص:
تُعد الشائعات ظاهرة اجتماعية تقليدية تطورت بشكل جذري مع ثورة الاتصال الرقمي، لتصبح أداة استراتيجية في الحرب النفسية والتأثير على الرأي العام. تهدف هذه الدراسة التحليلية المعمقة إلى تحليل آليات نشأة الشائعات وخصائصها ودوافع تداولها، مع التركيز على دور الإعلام في مواجهتها، وذلك من منظور أكاديمي يجمع بين النظريات الكلاسيكية والمعطيات الحديثة للإعلام الرقمي. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، مستندة إلى بيانات حديثة (2023-2025) من دراسات عالمية حول المعلومات المضللة في وسائل التواصل الاجتماعي. أظهرت النتائج أن الشائعات السياسية والاقتصادية تشكل ما يقارب 60% من الحالات، وأن خوارزميات المنصات الرقمية تعزز انتشارها بنسبة تصل إلى 6 أضعاف مقارنة بالأخبار الصحيحة. كما تركز الدراسة على البعد النفسي والأخلاقي للمتلقي.

الكلمات المفتاحية: شائعات، إعلام، حرب نفسية، وسائل تواصل اجتماعي، معلومات مضللة، مواجهة الشائعات، أنسنة الإعلام.

Abstract:

Rumors are a traditional social phenomenon that has evolved dramatically with the digital communication revolution, becoming a strategic tool in psychological warfare and influencing public opinion. This in-depth analytical study aims to examine the mechanisms, characteristics, and motivations behind the spread of rumors, targeting the role of media in countering them. The study employs an academic perspective that combines classical theories with modern data on digital media. It utilizes a descriptive-analytical approach, drawing on recent data (2023-2025) from global studies on misinformation in social media. The results show that political and economic rumors constitute approximately 60% of cases, and that digital platform algorithms amplify their spread up to six times compared to accurate news. The study also focuses on the psychological and ethical dimensions of the recipient.

Keywords: Rumors, Media, Psychological Warfare, Social Media, Misinformation, Countering Rumors, Humanizing the Media.

أبرز النقاط

- تطورت تُعد الشائعات ظاهرة اجتماعية تقليدية بشكل جذري مع ثورة الاتصال الرقمي.
- تشكل الشائعات السياسية والاقتصادية نسبة عظمى من حالات الظاهرة الاجتماعية التقليدية.
- تعزز خوارزميات المنصات الرقمية انتشار الشائعات السياسية والاقتصادية بنسبة تصل إلى 6 أضعاف مقارنة بالأخبار الصحيحة.
- تعزيز الشفافية الحكومية لتقليل الفجوة المعرفية.
- أهمية إنشاء الهيئة الوطنية لمواجهة الشائعات.

1. المقدمة

يشهد العالم المعاصر تحولاً جذرياً في بيئة الاتصال، حيث أصبحت الشائعات لا تقتصر على التداول الشفوي التقليدي، بل تحولت إلى محتوى رقمي سريع الانتشار، مدعومًا بآليات وخوارزميات منصات التواصل الاجتماعي (Jha & Nishant, 2025؛ Vosoughi et al., 2018). لقد أدى هذا التحول إلى تضخيم تأثير الشائعات، جاعلاً منها تهديداً مباشراً لاستقرار المجتمعات وثقة الأفراد في المؤسسات (Al-Muzahrah, 2022).

يعتمد الإعلام الرقمي اليوم على الشائعات كأداة تسويقية أو تضليلية تستهدف الجمهور، متجاوزًا في كثير من الأحيان الضمير الأخلاقي، وتؤكد دراسات حديثة أن الشائعات المستقبلة (التي تتحدث عن أحداث لم تقع بعد) تحصل على تفاعل أعلى بنسبة 35% على منصات مثل X (تويتر سابقاً)، ويرجع ذلك إلى إثارة حالة من عدم اليقين التطوري لدى المتلقي (Jha & Nishant, 2025).

1.1. مشكلة الدراسة

تتمحور مشكلة الدراسة في التساؤل عن كيف يمكن للإعلام أن يواجه بفعالية الانتشار المتسارع للشائعات والمعلومات المضللة في البيئة الرقمية، مع الأخذ في الاعتبار الأبعاد النفسية والاجتماعية التي تحكم تداولها؟

2.1. أهمية الدراسة

تكتسب هذه الدراسة أهميتها من عدة جوانب:

1. الأهمية النظرية: تساهم في تطوير الإطار النظري للشائعات، من خلال ربط النظريات الكلاسيكية (مثل نظرية ألبرت وبوستمان) بآليات الانتشار الرقمي الحديثة.
2. الأهمية التطبيقية: تقدم استراتيجيات عملية ومؤنسنة لمواجهة الشائعات، تركز على دور الإعلام في بناء الثقة والشفافية.
3. الأهمية المجتمعية: تسلط الضوء على الشائعات كمدخل لفهم الديناميكيات الاجتماعية وتفكك أو تماسك المجتمعات بناءً على تأثيرها على الروح المعنوية (عيساوي، م.د). ففي عام 2023، سجل الأردن 385 شائعة اقتصادية، شكلت 32.5% من إجمالي الشائعات، مما يؤكد سيطرتها على القطاعات الحساسة (مركز مراقبة الشائعات، 2024).

3.1. أهداف الدراسة

تهدف الدراسة إلى تحقيق ما يلي:

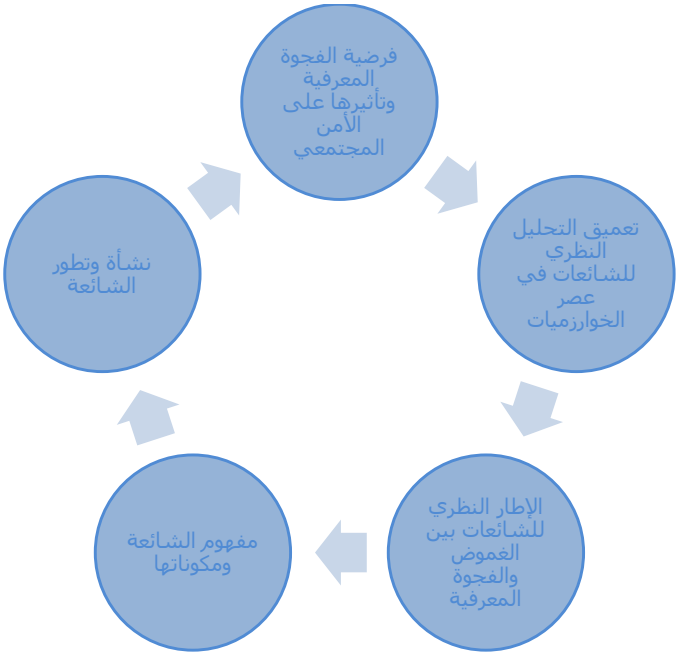
1. تحديد مفهوم الشائعة وتطورها التاريخي في سياق الإعلام الرقمي.
2. تحليل خصائص الشائعة ومكوناتها ودوافع تداولها (الشخصية والجماعية).
3. تطوير إطار نظري يربط بين الشائعات ونظريات الاتصال (نظرية ألبرت وبوستمان، فرضية الفجوة المعرفية).
4. استعراض طرق المواجهة الإعلامية الفعالة، مع التركيز على "أنسنة" الإعلام والمواطنة الرقمية.
5. الاستناد إلى بيانات حديثة (2023-2025) حول المعلومات المضللة في الأزمات والانتخابات (News Literacy Project, 2024).

4.1. منهجية الدراسة

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، حيث تم وصف وتحليل الظاهرة من خلال مراجعة الأدبيات والدراسات الأكاديمية الحديثة في مجالات الإعلام والاتصال وعلم النفس الاجتماعي، بالإضافة إلى تحليل البيانات والإحصائيات المتعلقة بانتشار الشائعات في البيئة الرقمية.

2. الإطار المفاهيمي والنظري للشائعات

حوى الإطار المفاهيمي والنظري للشائعات نشأة وتطور الشائعة، ومفهوم الشائعة ومكوناتها، والإطار النظري للشائعات بين الغموض والفجوة المعرفية، وتعميق التحليل النظري للشائعات في عصر الخوارزميات، وفرضية الفجوة المعرفية وتأثيرها على الأمن المجتمعي، على النحو التفصيلي التالي سرده (انظر شكل 1).



شكل 1: الإطار المفاهيمي والنظري للشائعات.

1.2. نشأة وتطور الشائعة

توجد الشائعات كظاهرة اجتماعية ملازمة للخليقة منذ القدم، وقد تطورت تكنولوجياً من الكلام الشفوي إلى الخوارزميات (عيساوي، م.د). في عصر الإنترنت، أصبحت شبكة فيسبوك هي الأكثر نشراً للشائعات بنسبة 83.7%، تليها تيك توك (المزاهرة، 2022). ويشير التطور التكنولوجي إلى أن الذكاء الاصطناعي ينتج 48% من الصور المزيفة، مما يضاعف سرعة الانتشار بمعدل 6 أضعاف مقارنة بالأخبار الحقيقية (Denniss, 2025؛ Vosoughi et al., 2018).

2.2. مفهوم الشائعة ومكوناتها

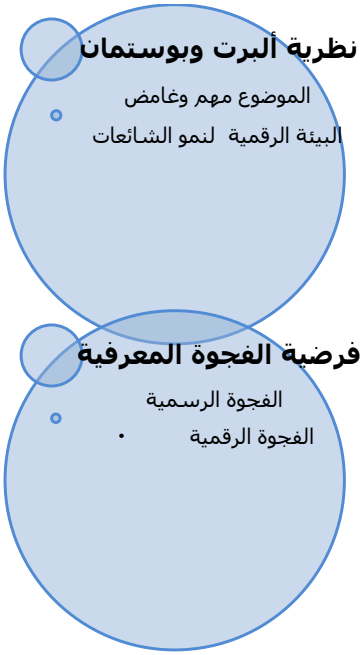
تُعرف الشائعة أكاديمياً بأنها "سلوك مخطط يُنشر عبره معلومات غير دقيقة توحي بالتصديق، لتحقيق أهداف سياسية أو اقتصادية" (عيسوي، م.د). وتتكون الشائعة من أربعة عناصر أساسية (Jha & Nishant, 2025):

1. الهدفية (المدمرة): وجود نية مسبقة لإحداث ضرر أو تأثير.
2. المصدر المجهول: غياب المصدر الموثوق أو إخفاؤه.
3. المحتوى المشوه: محتوى يحمل جزءاً من الحقيقة، ولكنه مشوه جزئياً.
4. التداول السريع: الانتشار الفيروسي عبر الإنترنت.

في عام 2024، انتشرت 70% من الشائعات الانتخابية المزيفة عبر منصة X، وكانت مرتبطة بعدم اليقين التطوري (News Literacy Project, 2024).

3.2. الإطار النظري: الشائعات بين الغموض والفجوة المعرفية

نظريات الاتصال وعلم النفس الاجتماعي (انظر شكل 2).



شكل 2: نظريات الاتصال وعلم النفس الاجتماعي.

1.3.2. نظرية ألبرت وبوستمان (Allport & Postman, 1947)

تُعد هذه النظرية حجر الزاوية في دراسة الشائعات، حيث قدمت المعادلة الشهيرة: $R = I \times A$ حيث:

- R (Rumor): الشائعة.
- I (Importance): أهمية الموضوع بالنسبة للفرد أو المجتمع.
- A (Ambiguity/Anxiety): الغموض أو القلق المحيط بالمعلومات المتوفرة.

تؤكد النظرية أن الشائعة تنتشر فقط عندما يكون الموضوع مهماً وغامضاً في آن واحد (Allport & Postman, 1947). في العصر الرقمي، تضاعف عامل الغموض والقلق بسبب التدفق المعلوماتي الكثيف وغياب الشفافية في كثير من الأحيان، مما يجعل البيئة الرقمية بيئة خصبة لنمو الشائعات (Lewandowsky et al., 2017).

2.3.2. فرضية الفجوة المعرفية (Knowledge Gap Hypothesis)

تنص هذه الفرضية على أن "مع زيادة ضخ المعلومات من وسائل الإعلام إلى النظام المجتمعي، تميل الشرائح ذات الوضع الاجتماعي والاقتصادي العالي للحصول على المعلومات بشكل أسرع وأكثر كفاءة من الشرائح ذات الوضع الأدنى" (Tichenor et al., 1970).

في سياق الشائعات، يمكن تطبيق الفرضية على النحو التالي:

- الفجوة الرسمية: عندما تفشل المؤسسات الرسمية في توفير معلومات شفافة وسريعة، تنشأ "فجوة معلوماتية" يملؤها الأفراد بالشائعات لتلبية حاجتهم المعرفية (Lazer et al., 2018).
- الفجوة الرقمية: تؤدي الفجوة الرقمية (عدم المساواة في الوصول إلى المصادر الموثوقة والقدرة على تحليلها) إلى جعل الفئات الأقل معرفة أكثر عرضة لتصديق الشائعات وتداولها.

4.2. تعميق التحليل النظري: الشائعات في عصر الخوارزميات

إن تطبيق نظرية ألبرت وبوستمان ($R = I \times A$) على البيئة الرقمية يكشف عن آليات جديدة لتضخيم الشائعات. ففي الماضي، كان الغموض (A) ينبع من نقص المعلومات الرسمية، أما اليوم، فإنه ينبع من فرط المعلومات (Infobesity) وتضاربها.

1.4.2. تضخيم عامل الغموض (A) رقمياً

في البيئة الرقمية، يتم تضخيم عامل الغموض (A) من خلال:

1. التعتيم الخوارزمي: تعمل خوارزميات التوصية على إنشاء "فقاعات مرشحات" (Filter Bubbles) و"غرف صدى" (Echo Chambers)، حيث يتعرض الفرد فقط للمعلومات التي تؤكد معتقداته المسبقة. هذا يقلل من تعرضه للحقائق البديلة، مما يزيد من الغموض المعرفي حول الحقيقة الموضوعية (Lewandowsky et al., 2017).
2. الذكاء الاصطناعي التوليدي: يساهم الذكاء الاصطناعي في خلق محتوى مضلل عالي الجودة (Deepfakes)، مما يجعل التمييز بين الحقيقة والزيف أمراً بالغ الصعوبة، وبالتالي يرفع منسوب الغموض إلى مستويات غير مسبوقة (Denniss, 2025).

2.4.2. تضخيم عامل الأهمية (I) عاطفياً

أما عامل الأهمية (I)، فقد تحول من أهمية موضوعية إلى أهمية عاطفية. فالشائعات التي تثير مشاعر قوية (الخوف، الغضب، التعاطف) تنتشر بشكل أسرع وأوسع. وقد أظهرت دراسة (Vosoughi et al., 2018) أن الأخبار الكاذبة تنتشر بشكل أسرع من الأخبار الحقيقية لأنها غالبًا ما تكون أكثر إثارة للدهشة أو الاشمئزاز، وهي مشاعر تضمن التفاعل والمشاركة.

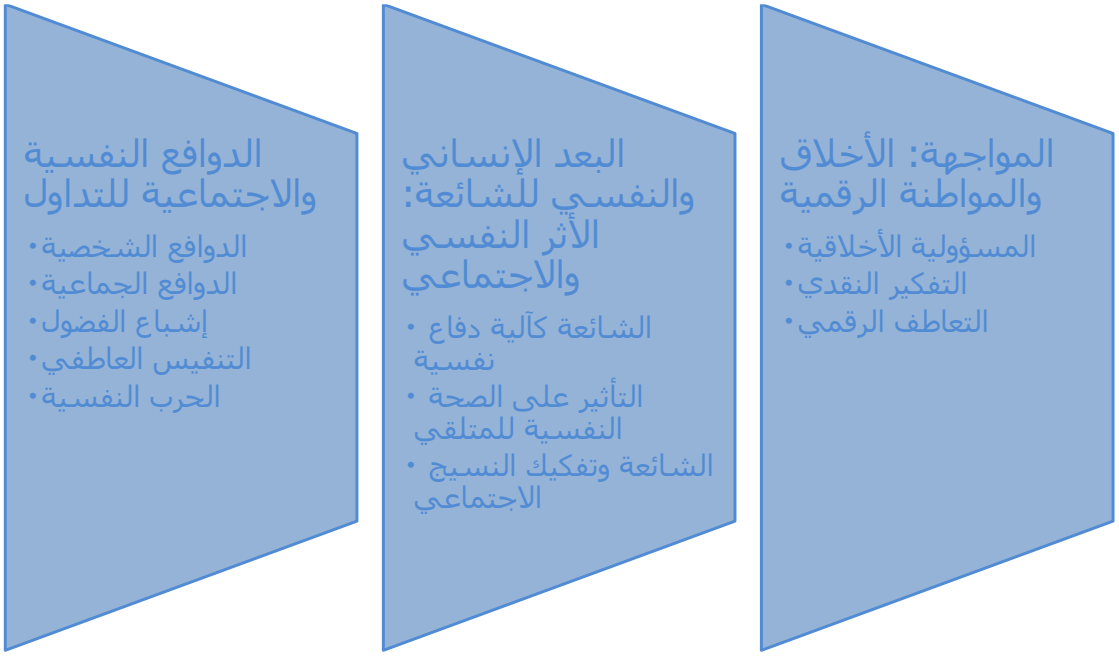
5.2. فرضية الفجوة المعرفية وتأثيرها على الأمن المجتمعي

تكتسب فرضية الفجوة المعرفية أهمية قصوى في سياق الأمن المجتمعي. فعندما تفشل المؤسسات في سد الفجوة، لا يقتصر الأمر على انتشار الشائعات، بل يتعداه إلى:

- تآكل الثقة المؤسسية: يرى الجمهور أن المؤسسات غير قادرة أو غير راغبة في تقديم المعلومات، مما يقلل من فعاليتها في إدارة الأزمات (Lazer et al., 2018).
- الاستقطاب الاجتماعي: تستغل الشائعات الفجوات المعرفية لتعميق الانقسامات بين فئات المجتمع، حيث تتلقى كل فئة معلومات مختلفة، مما يؤدي إلى تباعد في الرؤى وتصاعد في حدة الاستقطاب (Lewandowsky et al., 2017).

3. دوافع تداول الشائعات

أشار شين وآخرين (2024) إلى أن نشر الشائعات عن عمد أصبح ظاهرة متزايدة الانتشار وذات أضرار جسيمة، ولسد الفجوة البحثية استخدموا منهجية تجمع بين المنهجين النوعي والكمي لاستكشاف الدوافع الأساسية الكامنة والاختلافات الفردية بين مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي الذين ينشرون الشائعات عن عمد، ومن ثم حددوا أربعة أنواع من الدوافع لنشر الشائعات عن عمد على وسائل التواصل الاجتماعي تضم نوع المشاركة الشخصية، ونوع السعي وراء المكانة الاجتماعية، ونوع تعزيز القيمة الترفيهية، ونوع الحد من عدم اليقين. لتحقيق متطلب دوافع تداول الشائعات، يجب التعمق في الدوافع النفسية والأخلاقية التي تجعل الأفراد يشاركون في تداول الشائعات، بدلاً من الاكتفاء بالوصف السطحي (انظر شكل 3).



شكل 3: دوافع تداول الشائعات.

1.3. الدوافع النفسية والاجتماعية للتداول

تنقسم دوافع تداول الشائعات إلى دوافع شخصية وجماعية (عيسوي، م.د):

- الدوافع الشخصية
- الدوافع الجماعية
- إشباع الفضول: الرغبة في معرفة ما هو غير معلن.

التأثير السياسي: محاولة تغيير آراء الناخبين أو التأثير على القرارات (أدت الشائعات الانتخابية في 2024 إلى تغيير آراء 17% من الناخبين) (News Literacy Project, 2024).

التنفيس العاطفي: التعبير عن القلق أو الغضب أو الخوف، خاصة في أوقات الأزمات (الخميس، 2025).

- الضرر الاقتصادي: استهداف الأسواق المالية أو السلع الحساسة.
- حب الظهور: الشعور بالأهمية من خلال امتلاك "معلومة حصرية" ومشاركتها.

الحرب النفسية: إثارة الرعب والبلبلة لزعزعة الأمن القومي (تشكل الشائعات تهديداً للأمن القومي بنسبة 90.7%) (المزاهرة، 2022).

2.3. البعد الإنساني والنفسي للشائعة: الأثر النفسي والاجتماعي

تُعد الشائعة سلاحاً فتاكاً لتدمير المجتمع نفسياً، خاصة في أوقات الكوارث والأزمات، حيث تكون البيئة النفسية "خصبة لنمو الشائعات" (الخميس، 2025).

1.2.3. الشائعة كآلية دفاع نفسية

في أوقات الأزمات، يمثل تداول الشائعات آلية دفاع نفسية غير صحية. فالإنسان يكره الفراغ المعرفي، والشائعة، حتى لو كانت سلبية، تمنحه تفسيراً مؤقتاً للواقع الغامض، مما يقلل من مستوى القلق لديه (الخميس، 2025). هذا التفسير، وإن كان خاطئاً، يوفر شعوراً زائفاً بالسيطرة على الموقف.

2.2.3. التأثير على الصحة النفسية للمتلقي

تؤدي الشائعات إلى تأثيرات نفسية سلبية مباشرة، تشمل:

- اضطراب ما بعد الصدمة الإعلامية: التعرض المستمر للأخبار الكاذبة والمفزعة، خاصةً في الأزمات الصحية أو الأمنية، يمكن أن يؤدي إلى أعراض مشابهة لاضطراب ما بعد الصدمة (PTSD)، مثل اليقظة المفرطة والقلق المزمن (Van der Linden et al., 2020).
- الإرهاق المعلوماتي (Infodemic Fatigue): الشعور بالإرهاق والإنهاك نتيجة التدفق الهائل للمعلومات المتضاربة، مما يدفع الأفراد إلى "تجنب الأخبار" بشكل كامل (Reuters, 2023)، وهذا يتركهم عرضة للشائعات غير المدققة.

3.2.3. الشائعة وتفكيك النسيج الاجتماعي

على المستوى الاجتماعي، تعمل الشائعات كعامل تفكيك:

- تدمير السمعة والثقة: تستهدف الشائعات الأفراد والمؤسسات، مما يؤدي إلى تدمير سمعتهم وتقويض الثقة، وهي الركيزة الأساسية لأي مجتمع متماسك (Al-Muzahrah, 2022).
- التحريض على الكراهية: الشائعات التي تتخذ طابعاً عنصرياً أو طائفياً (شائعات الكراهية) تستغل الدوافع الجماعية السلبية، مما يؤدي إلى تصعيد التوتر والتحريض على العنف، وهو ما يهدد الأمن الوطني بشكل مباشر (المزاهرة، 2022).

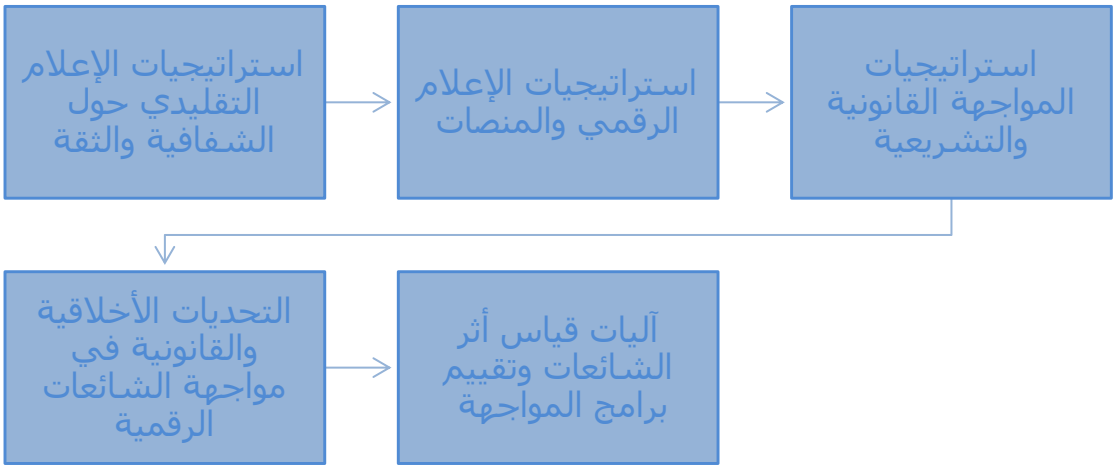
3.3. المواجهة: الأخلاق والمواطنة الرقمية

تتطلب المواجهة تحويل التركيز من مجرد دحض الشائعة إلى بناء حصانة داخلية لدى المتلقي. وهذا يتطلب غرس قيم المواطنة الرقمية التي تشمل:

- المسؤولية الأخلاقية: إدراك أن مشاركة معلومة غير مؤكدة هي فعل غير أخلاقي قد يضر بالآخرين.
- التفكير النقدي: تدريب الأفراد على تحليل المصادر والتحقق من المحتوى قبل التفاعل معه.
- التعاطف الرقمي: فهم الأثر النفسي والاجتماعي للشائعات على الضحايا والمجتمع ككل.

4. دور الإعلام في مواجهة الشائعات واستراتيجيات المكافحة

أوضح فارد وفيرما (2022) أن قوة انتشار الشائعات في عصر وسائل التواصل الاجتماعي عبر الإنترنت هائلة، حيث إنها قادرة على التحريض على الفتن، وتشويه سمعة الأفراد، والإضرار بالأسواق المالية، مما يُشكل كارثة على المجتمع. ولمعالجة هذه المشكلة بشكل منهجي، قدما مراجعة شاملة وإطارًا تحليليًا للأوبئة لحل الجوانب المعقدة لانتشار الشائعات على وسائل التواصل الاجتماعي عبر الإنترنت، عبر تحديد وشرح مختلف أشكال المعلومات الكاذبة وغير الموثقة وصلتها بالموضوع وتأثيرها، وكيفية مفاقمة وسائل التواصل الاجتماعي لظاهرة انتشار الشائعات، وتصنيف آليات انتشار الشائعات على وسائل التواصل الاجتماعي نحو تطوير استراتيجيات فعّالة لمكافحتها. يقع على عاتق الإعلام، بشقيه التقليدي والرقمي، مسؤولية محورية في مواجهة الشائعات، تتجاوز مجرد النفي إلى بناء بيئة معلوماتية صحية. فمن ثم تضم أهم المعالم استراتيجيات الإعلام التقليدي حول الشفافية والثقة، واستراتيجيات الإعلام الرقمي والمنصات، واستراتيجيات المواجهة القانونية والتشريعية، والتحديات الأخلاقية والقانونية في مواجهة الشائعات الرقمية، وآليات قياس أثر الشائعات وتقييم برامج المواجهة (انظر شكل 4).



شكل 4: دور الإعلام في مواجهة الشائعات واستراتيجيات المكافحة.

1.4. استراتيجيات الإعلام التقليدي: الشفافية والثقة

يجب على الإعلام التقليدي (الصحف، الإذاعة، التلفزيون) أن يركز على:

1. الشفافية والسرعة: تقديم الحقائق والمعلومات الدقيقة فوراً، لأن السرعة في الرد تقلل من عامل "الغموض" في معادلة ألبرت وبوستمان (عيسوي، م.د).
2. بناء الثقة: يجب أن يكون الإعلام مصدراً موثوقاً، يعتمد على البيانات الدقيقة والمصادر المسؤولة، لتقليل حاجة الجمهور للبحث عن مصادر بديلة غير موثوقة.
3. القصص الإيجابية: اقترحت دراسة رويترز (Reuters, 2023) استخدام المحتوى التوضيحي (94%) والقصص الإيجابية (66%) لمواجهة ظاهرة "تجنب الأخبار" الناتجة عن كثرة الشائعات المناخية والسياسية.

2.4. استراتيجيات الإعلام الرقمي والمنصات

تواجه المنصات الرقمية تحدياً مضاعفاً بسبب طبيعة خوارزمياتها التي تفضل المحتوى المثير للجدل. تتضمن استراتيجيات المواجهة:

التدقيق (Debunking): توصي جمعية علم النفس الأمريكية (APA, 2024) بالتدقيق الدقيق للمعلومات المضللة، مع الحذر من أن التدقيق غير المتقن قد يأتي بنتائج عكسية. يجب أن يكون التدقيق واضحاً ومباشراً، ويقدم البديل الصحيح.

1. التحليل الخوارزمي: يجب على المنصات تطوير نماذج تعتمد على التعلم الآلي لتحديد الشائعات تلقائياً (Lazer et al., 2018).

تذكر

لتفنيد المعلومات المضللة بأكثر الطرق فعالية، من الضروري استخدام خطة تصحيح واقعية، لا تقتصر على التخطيط فحسب، بل تشمل التنظيم أيضاً. في هذه التقنية، يُدمج تحديد المعلومات الخاطئة مع تطبيق استراتيجية تصحيحية منهجية، وذلك كجزء من الاستراتيجية الشاملة.

الخطاب المضاد (Counter-Narrative): لا يكفي نفي الشائعة، بل يجب تقديم خطاب مضاد متماسك ومقنع يملأ الفراغ المعرفي الذي خلقته الشائعة (اليونسكو، 2021).

3.4. استراتيجيات المواجهة القانونية والتشريعية

تتطلب المواجهة الفعالة إطاراً قانونياً يحمي المجتمع دون انتهاك حرية التعبير (اليونسكو، 2021). وقد أشارت دراسات إلى كفاءة التشريعات في تنظيم العمل الإعلامي لمواجهة الشائعات (محمد عبد الحق عبد الله، 2024). يجب أن تركز التشريعات على:

- تجريم التضليل الممنهج: التفريق بين الخطأ غير المقصود والتضليل المتعمد (Disinformation).
- حماية الأمن القومي: حيث تعتبر الشائعات من الجرائم التعبيرية ذات التأثير النفسي التي تهدد الأمن القومي (محمد عبد الحق عبد الله، 2024).

4.4. التحديات الأخلاقية والقانونية في مواجهة الشائعات الرقمية

إن مواجهة الشائعات في البيئة الرقمية تثير تحديات أخلاقية وقانونية معقدة، تتطلب توازناً دقيقاً بين حماية المجتمع والحفاظ على الحريات الأساسية.

1.4.4. التحدي الأخلاقي: حرية التعبير مقابل الحقيقة

يتمثل التحدي الأخلاقي الأبرز في التوفيق بين مبدأ حرية التعبير (Freedom of Expression) والحاجة الملحة إلى حماية الحقيقة والمجتمع من التضليل. فالتدخل المفرط من قبل المنصات أو الحكومات لحذف المحتوى المضلل قد يُنظر إليه على أنه رقابة (Censorship)، مما يقوض الثقة في المؤسسات.

- دور المنصات: تواجه المنصات الرقمية معضلة أخلاقية: هل هي مجرد ناقل للمعلومات (Platform) أم ناشر (Publisher) مسؤول عن المحتوى؟ يميل الرأي الأكاديمي إلى تحميلها مسؤولية أكبر، خاصةً مع استخدامها للخوارزميات التي تضخم المحتوى المضلل لتحقيق الربح (Lazer et al., 2018).
- الشفافية الخوارزمية: أخلاقياً، يجب على المنصات أن تكون أكثر شفافية بشأن كيفية عمل خوارزمياتها وتأثيرها على انتشار الشائعات، مما يسمح للباحثين والمجتمع المدني بتقييم الأثر السلبي (Lewandowsky et al., 2017).

2.4.4. التحدي القانوني: التجريم والمساءلة

تتطلب المواجهة القانونية للشائعات صياغة تشريعات واضحة ودقيقة، مع التفريق بين أنواع المعلومات الخاطئة:

- المصطلح
- التعريف
- القصد
- المساءلة القانونية

المعلومات الخاطئة (Misinformation)

- معلومات غير صحيحة يتم تداولها عن طريق الخطأ أو سوء الفهم.
- لا يوجد قصد خبيث.
- محدودة، تركز على التصحيح.

التضليل (Disinformation)

- معلومات كاذبة يتم إنشاؤها ونشرها بقصد الخداع أو التلاعب.
- قصد خبيث وممنهج.
- عالية، تركز على التجريم والعقوبة.

المعلومات الضارة (Malinformation)

- معلومات صحيحة، ولكنها تُستخدم بقصد الإضرار بشخص أو مؤسسة (مثل تسريب وثائق خاصة).
- قصد خبيث.

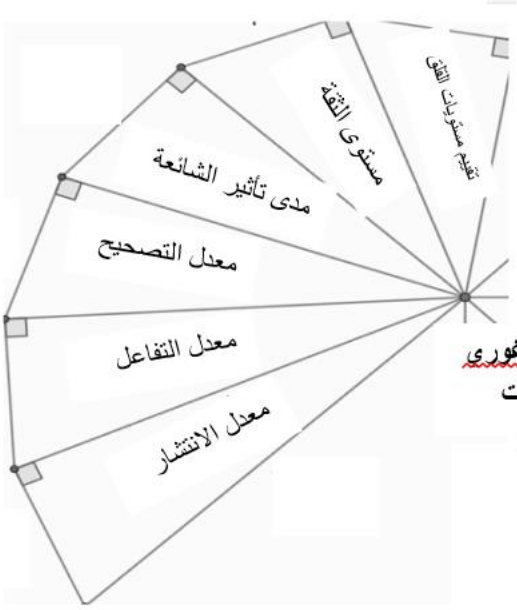
- عالية، تركز على انتهاك الخصوصية والتشهير.

يجب أن تركز التشريعات على تجريم التضليل الممنهج الذي يهدد الأمن القومي أو النظام العام، مع ضمان عدم استخدام هذه القوانين لقمع النقد المشروع أو حرية التعبير (اليونسكو، 2021).

5.4. آليات قياس أثر الشائعات وتقييم برامج المواجهة

لتحويل المواجهة إلى علم، يجب تطوير آليات لقياس أثر الشائعات وتقييم فعالية برامج المواجهة.

1.5.4. قياس أثر الشائعات (انظر شكل 5)



شكل 5: اللولب الفيثاغوري لقياس أثر الشائعات

يقاس أثر الشائعات على مستويين:

1. المستوى الكمي (الانتشار):

- معدل الانتشار (Reach): عدد الأفراد الذين تعرضوا للشائعة.
- معدل التفاعل (Engagement): عدد المشاركات والتعليقات والإعجابات التي حصلت عليها الشائعة (والذي أظهرت الدراسات أنه أعلى للشائعات).
- معدل التصحيح (Correction Rate): النسبة المئوية للأفراد الذين تعرضوا للشائعة ثم تعرضوا لاحقاً للمعلومة الصحيحة.

2. المستوى النوعي (التأثير):

- تغير الاتجاهات: قياس مدى تأثير الشائعة على آراء الجمهور وسلوكهم (كما حدث في الانتخابات بتغير آراء 17% من الناخبين) (News Literacy Project, 2024).
- مستوى الثقة: قياس تآكل الثقة في المؤسسات الرسمية والإعلامية نتيجة انتشار الشائعات (Lazer et al., 2018).
- الأثر النفسي: استخدام مقاييس نفسية لتقييم مستويات القلق والتوتر المرتبطة بالتعرض للشائعات (بن سالم، 2020).

2.5.4. تقييم فعالية برامج المواجهة

يجب أن تخضع برامج محو الأمية الإعلامية وحملات التدقيق لتقييم مستمر:

- التقييم القبلي والبعدي: قياس مستوى الوعي والمعرفة قبل وبعد تطبيق البرنامج.
- تقييم الأثر السلوكي: هل أدت الحملة إلى تغيير سلوك الأفراد في التداول والمشاركة؟ (مثل انخفاض معدل مشاركة المحتوى غير المؤكد).
- تقييم الأثر المعرفي: هل ساهمت الحملة في تقليل الفجوة المعرفية وزيادة قدرة الأفراد على التفكير النقدي؟

5. الخاتمة والتوصيات

تُعد الشائعات في العصر الرقمي تحدياً مركباً يمزج بين التكنولوجيا المتقدمة والدوافع النفسية الإنسانية. إن الانتشار السريع والمدعوم بالخوارزميات يفرض على الإعلام والمجتمع تبني استراتيجيات مواجهة شاملة ومؤنسنة.

1.5. النتائج الرئيسة

1. السيطرة الموضوعية: الشائعات السياسية والاقتصادية هي الأكثر انتشاراً وتأثيراً، وتشكل غالبية المحتوى المضلل.
2. التضخيم الخوارزمي: خوارزميات المنصات الرقمية تسرّع انتشار الشائعات بشكل كبير، مستغلة عامل القلق وعدم اليقين.
3. الضرورة النظرية: لا يمكن فهم الشائعات الحديثة إلا من خلال دمج نظرية ألبرت وبوستمان مع فرضية الفجوة المعرفية.
4. المواجهة: يتطلب التصدي الفعال للشائعات التركيز على البعد النفسي والأخلاقي، وغرس قيم المواطنة الرقمية والتفكير النقدي لدى المتلقي.

2.5. التوصيات

بناءً على نتائج الدراسة، يوصى بما يلي:

1. إنشاء هيئة وطنية لمواجهة الشائعات: تكون مهمتها الرصد والتحليل والرد الفوري بالحقائق والأرقام، وتعمل كمرجع موثوق للمعلومات (عيساوي، م.د).
2. تطوير برامج محو الأمية الإعلامية والمعلوماتية (MIL): يجب تدريب الإعلاميين والجمهور على حد سواء على آليات عمل الخوارزميات وكيفية التمييز بين الأخبار الحقيقية والمضللة.
3. التدريب على الخوارزميات: تدريب الإعلاميين على فهم كيفية عمل خوارزميات منصات التواصل الاجتماعي لاستخدامها في نشر الحقائق بدلاً من الشائعات (عيسوي، م.د).
4. التركيز على المحتوى التوضيحي والإيجابي: استخدام المحتوى الذي يشرح الحقائق بوضوح وشفافية، والابتعاد عن مجرد النفي الذي قد يعزز الشائعة.
5. تعزيز الشفافية الحكومية: يجب على المؤسسات الرسمية تبني سياسة الشفافية المطلقة في أوقات الأزمات لتقليل "الفجوة المعرفية" التي تستغلها الشائعات.

6. المراجع

Allport, G. W., & Postman, L. (1947). The psychology of rumor, Henry Holt and Company.

Al-Muzahrah, M , (2022). أثر شائعات شبكات التواصل الاجتماعي على الأمن القومي الأردني. المجلة الأردنية في القانون والعلوم السياسية .(4)14https://doi.org/10.35682/jjlps.v14i4.389.

American Psychological Association. (2024). Misinformation and disinformation. https://www.apa.org/topics/journalism-facts/misinformation-disinformation.

Denniss, E., & Lindberg, R. (2025). Social media and the spread of misinformation: infectious and a threat to public health. Health Promotion International, 40(2), daaf023, https://doi.org/10.1093/heapro/daaf023

Fard, A. E., & Verma, T. (2022). A comprehensive review on countering rumours in the age of online social media platforms. Causes and symptoms of socio-cultural polarization: role of information and communication technologies, 253-284.

Jha, A. K., & Nishant, R. (2025). Judging a book by its cover: Understanding the phenomenon of fake news propagation from an evolutionary psychology perspective. Journal of the Association for Information Systems. https://doi.org/10.17705/1jais.00845

Lazer, D. M., Baum, M. A., Benkler, Y., Berinsky, A. J., Greenhill, K. M., Menczer, F., Metzger, M.J., Brendan Nyhan, Pennycook, G., Rothschild, D., Schudson, M., Sloman, S.A., Sunstein, C.R., Thorson, E.A., Watts. D.J., & Zittrain, J. L. (2018). The science of fake news. Science, 359(6380), 1094-1096.

Lewandowsky, S., Ecker, U. K., & Cook, J. (2017). Beyond misinformation: Understanding and coping with the “post-truth” era. Journal of applied research in memory and cognition, 6(4), 353-369.

News Literacy Project. (2024). 2024: The year in misinformation. https://newslit.org/news-and-research/2024-the-year-in-misinformation

Reuters Institute. (2023). Digital news report 2023. https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2023

Shen, X. L., Qian, Q., & Wu, Y. (2024, April). Understanding the Motivations Behind Knowingly Spreading Rumors on Social Media Using Q Methodology. In International Conference on Information (pp. 157-174). Cham: Springer Nature Switzerland.

Tichenor, P. J., Donohue, G. A., & Olien, C. N. (1970). Mass media flows and differential growth in knowledge. Public opinion quarterly, 34(2), 159-170.

Van der Linden, S., Panagopoulos, C., & Lazer, D. (2020). The psychological drivers of misinformation belief and its resistance to correction. Nature Human Behaviour, 4(11), 1123-1132.

Vosoughi, S., Roy, D., & Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. science, 359(6380), 1146-1151, https://doi.org/10.1126/science.aap9559

بن سالم، خديجة. (2020). التأثير النفسي للشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي على الطالب الجامعي في ظل أزمة كورونا (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة باتنة.

الخميس، م. (2025، أكتوبر 15). الشائعات وقت الأزمات سلاح فتاك لتدمير المجتمع نفسيًا. *جهات الإخبارية* .

عيساوي، م. ع. (د.ت). الإعلام والشائعات وطرق المواجهة (مخطوطة غير منشورة). عمادة المكتبات، جامعة الرازي.

عبد الله، محمد عبد الحق. (2024). الحماية الجنائية من الشائعات في التشريع المصري والمقارن. مجلة الحقوق للبحوث القانونية.

مركز مراقبة الشائعات. (2024). تقرير الشائعات السنوي.

المزاهرة، م. (2022). أثر نشر الشائعات عبر شبكات التواصل الاجتماعي على الأمن القومي الأردني وسبل مواجهتها من وجهة نظر النخب السياسية والإعلامية الأردنية. *المجلة الأردنية في القانون والعلوم السياسية، 14* (4)

UNESCO. (2021). مواجهة المعلومات الرقمية المضللة دون انتهاك حرية التعبير يحتاج إلى توازنٍ عالي الدقة.