

السعي إلى الحقيقة

دليل المنظمات لمواجهة الشائعات
والتصدي للمعلومات المضللة

السعي إلى الحقيقة

دليل المنظمات لمواجهة الشائعات
والتصدي للمعلومات المضللة

إعداد
بسام غبر

تصميم
حسام الدين عبد الله حسن

متابعة وتنسيق
أحمد الأحملي

إشراف
عائشة جباري

منصة سوا شباب

منصة إعلامية تأسست في مدينة تعز مطلع العام 2021 كأحد مشاريع مبادرة وئام الشبابية. تهتم المنصة بقضايا الفئات الضعيفة في المجتمع، وتسعى لنشر الوعي وتسليط الضوء على التحديات التي تواجههم. تعمل المنصة على تعزيز التفاهم والتعايش السلمي بين جميع أفراد المجتمع من خلال تقديم محتوى إعلامي هادف يركز على العدالة والمساواة.

تسعى "سوا شباب" لمناصرة حقوق الفئات الضعيفة في المجتمع والدفاع عنها. والعمل على تعزيز التشريعات والسياسات التي تحمي حقوقهم، وضمان مشاركتهم الفعالة في الحياة العامة.

"تعتبر المساواة والعدالة أساسًا لعملنا، ونسعى جاهدين لتحقيق تغيير إيجابي في حياة الفئات الضعيفة وتعزيز التفاهم والتعايش السلمي بين جميع أفراد المجتمع. نحن نؤمن بأهمية توفير بيئة آمنة ومحمية حيث يمكن للأفراد التعبير عن ذاتهم وتحقيق إمكاناتهم الكاملة".



مؤسسة وئام شباب

مؤسسة غير ربحية تأسست كمبادرة شبابية في عام 2019، وتحولت فيما بعد إلى مؤسسة بترخيص رسمي في مدينة تعز. قامت المؤسسة بتنفيذ أنشطة متنوعة في عدة محافظات بما في ذلك صنعاء، عدن، حضرموت وشبوة.

وتهدف إلى تعزيز حقوق الأشخاص الصم وتحسين مشاركتهم في المجتمع وتمثيلهم في العمل السياسي وصنع القرار. وتعزيز فرصهم في الحصول على تعليم جيد والمشاركة في الحياة المجتمعية والاقتصادية. من خلال المناصرة وتوفير برامج التعلم والحماية، والتأهيل والتدريب.

تتمثل أنشطة المؤسسة في تقديم برامج تعليمية مخصصة للأشخاص الصم وتوفير دعم تعليمي مباشر. كما تعمل على توعية المجتمع وزيادة الوعي بحقوق الأشخاص الصم وتوفير برامج حماية تهدف إلى حمايتهم من المخاطر والاستغلال والعنف.

المحتويات

5	تمهيد	▶
6	مدخل مفاهيمي	▶
9	دوافع نشر الشائعات والمعلومات المضللة	●
9	لماذا تنتشر الشائعات سريعًا؟	●
10	المنظمات والمعلومات المضللة	●
11	التعامل مع الشائعات	▶
13	الاستماع والرصد	●
14	1.1 تقييم البيئة الإعلامية والمعلوماتية	○
15	1.2 إنشاء نظام استماع	○
15	1.2.1 قائمة المواضيع والكلمات	○
16	1.2.2 أدوات الاستماع	○
17	1.3 إنشاء سجل الشائعات	○
18	التحري والتقييم	●
19	عناصر التحقق	○
21	الصور والفيديو	○
23	تقييم الشائعة	○
24	الاستجابة والمشاركة	●
25	الاتصال الاستباقي	○
27	الاتصال التفاعلي	○
27	2.1 الرد والتوضيح	○
27	2.2 الدحض والتصحيح	○
28	2.3 الإبلاغ	○
29	إرشادات لمحتوى فعال	●
30	المصادر والمراجع	▶

تمهيد

مع أن الشائعات كانت موجودة منذ القدم، إلا أن شبكة الإنترنت أعادت تشكيلها وعززت من قدرتها على إنتاج وإدامة محتوى مضلل.

وبحسب تقرير المخاطر العالمية 2024 الصادر عن المنتدى الاقتصادي العالمي، فإن المعلومات الخاطئة والمضللة تمثل أكبر المخاطر على المدى القصير⁽¹⁾. وهذا يتطلب جهودًا كبيرة للتصدي لهذه الظاهرة والعمل على خلق بيئة معلوماتية دقيقة وسليمة.

وبما أن المنظمات الإنسانية والعاملة في قطاعات التنمية، هي أكثر الجهات الفاعلة أثناء الكوارث والحروب، فإنها لم تسلم من الاستهداف، وأصبحت في مرمى الشائعات والمعلومات المضللة، خاصة تلك المنتشرة على شبكة الإنترنت.

ولهذا، يأتي هذا الدليل للمساهمة بدعم وتوجيه الجهود المبذولة في تعزيز مكافحة الشائعات والمعلومات المضللة، بالتعريف بأنواع وأشكال المعلومات المضللة، وتقنيات رصدها وتلقيها على شبكة الإنترنت، وكيفية الاستجابة لها والتعامل معها. ويهدف إلى تعزيز قدرات منظمات المجتمع المدني والعاملين فيها، من خلال تزويدهم بالمعارف والمهارات اللازمة لتعقب الشائعات ورصد المعلومات المضللة، والتصدي لها. وتم الاستناد في إعداد الدليل على المراجع والدراسات المتاحة في هذا المجال، وتضمينه أمثلة ودراسات حالة لوقائع شائعات وتضليل في اليمن.

مدخل مفاهيمي

ما الذي يجب فهمه
وإدراك معانيه؟



تتداخل المسميات والمفاهيم، في إطار الشائعات والمعلومات المضللة، التي لا تختلف عن بعضها في عمقها الدلالي، إلا أنها قد تتباين في مساراتها وأنماطها وأشكالها، مما يستدعي فهم كل مسمى وإدراك مفهومه. نستعرض في هذا المحور، مفاهيم أساسية في إطار الشائعات، وكيفية مواجهتها والتصدي لها.



الشائعات

هي معلومات تنتشر بشكل سريع، وغالبًا دون التحقق منها. ويمكن تقسيم الشائعات والمعلومات المضللة على شبكة الإنترنت ومنصات التواصل الاجتماعي إلى ثلاث فئات تبعًا لنية الأفراد/ الجهات التي تروجها، تتمثل في:

فئة المعلومات المغلوطة

معلومات غير صحيحة، يقوم بنشرها أناس لا يدركون عدم صحتها.

فئة المعلومات المضللة

هي معلومات غير صحيحة، تكون من صنيعَة أفراد أو جهات تهدف إلى خلق الضرر.

فئة المعلومات الخبثية

هي معلومات صحيحة، يتم نشرها بهدف التسبب بالضرر.



البروباغندا

نشر معلومات (صحيحة أو خاطئة) بطريقة موجهة أحادية المنظور تتضمن رسائل مركزة، للتأثير في الرأي العام أو تشكيله، والتلاعب بالحقائق لدفع الناس إلى توجه معين.

الذباب الإلكتروني



هو مصطلح يعبر عن استخدام حسابات وهمية على منصات التواصل الاجتماعي، يديرها أشخاص حقيقيون أو روبوتات برمجية، تعمل على تكثيف نشر منشورات في اتجاه معين، سواء للدفاع عن وجهة نظر معينة أو الهجوم على وجهة نظر مغايرة، للتأثير في الرأي العام وحرف مساره.

نظرية المؤامرة

مصطلح يشير إلى تفسير أحداث أو مواقف - غالبًا غير مسبوقه - استنادًا إلى مؤامرة غير قانونية عندما لا يوجد سبب واضح يبرر هذه الوقائع أمام الناس. وتنتج عنها افتراضات قد تتناقض مع المنطق وتمس باستقرار وتوازن المجتمع.



التزييف العميق

تقنية تستخدم في تزييف مقاطع الفيديو بصورة يصعب على البشر تمييزها والتفرقة بين ما هو حقيقي وبين ما هو مزيف.



خطاب الكراهية

أي مضمون اتصالي (نصوص، صور، فيديو، ملفات صوتية) يحرص على العداء، أو التمييز أو العنف ضد فرد أو مجموعة محددة من الناس قائم على إحدى سمات الهوية (الجنس، الدين، العرق... إلخ).

الدراية الإعلامية



القدرة على توظيف مجموعة من المهارات اللازمة للوصول إلى المحتوى الإعلامي وتحليله، واستنباط المضامين الإعلامية التي ينطوي عليها المحتوى، أي القدرة على قراءة وتحليل وتقييم وإنتاج الاتصالات في مجموعة متنوعة من أشكال الوسائل الاتصالية.

الدراية المعلوماتية



تشير إلى القدرة على التعرف عند الحاجة إلى المعلومات وتحديد موقع المعلومات وتقييمها واستخدامها بشكل فعال وإيصالها بتنسيقاتها المختلفة.

التحقق من المعلومات



عملية إثبات موثوقية أو صحة المعلومات، وتقصي الوقائع للتأكد من صحتها.

التفكير النقدي



القدرة على فحص وتحليل المحتوى من أجل فهم وتقييم الروابط المنطقية، والقيم والافتراضات، بدلاً من مجرد أخذ المقترحات في ظاهرها.

عندما تقوم جهة بتنظيم خطة لنشر معلومات مضللة، غالبًا ما يشار إليها باسم حملة تضليل.

دوافع نشر الشائعات والمعلومات المضللة



أخرى



اجتماعية



اقتصادية



سياسية

لماذا تنتشر الشائعات سريعًا؟

- كثيرًا ما تثير المعلومة المضللة مشاعر وردود فعل كبيرة، لذلك يستحوذ على الاهتمام بسرعة.
- عندما يقوم العديد من الأشخاص بمشاركة المعلومة المضللة، فيبقى الناشر الأصلي مُغطى عليه بسهولة.
- مشاركتها بطريقة غير مقصودة على وسائل التواصل الاجتماعي، من أشخاص يقومون بإعادة نشر معلومات معينة من دون التحقق من صحتها.
- نشرها من قبل جهات تحاول بشكل مستمر ومتعمد التأثير في الرأي العام.
- يكون نشرها كجزء من حملة تضليل متطورة من خلال شبكات البوت والذباب الإلكتروني.

المنظمات والمعلومات المضللة

إن تداول الشائعات والمعلومات المضللة عبر مواقع الويب ومنصات التواصل الاجتماعي، في بلدان تشهد حروبًا ونزاعات، كاليمن، قد يتسبب بعواقب إنسانية على السكان المدنيين، وتفاقم الأزمات، وتعرضهم لأضرار ومخاطر.

كما أن التضليل قد يسهم في تعطيل الأنشطة الإنسانية أو إخراجها عن مسارها من خلال شن حملة تشهير ضد المنظمات، مما يشوه صورتها وبالتالي يؤدي إلى تلاشي ثقة الناس. فالعمل الإنساني الفعال أثناء الكوارث والحروب يقوم على الثقة المتبادلة بين منظمات غير الحكومية والجهات الفاعلة من سلطات وجهات محلية، والمجتمع بشكل عام، والمستفيدين منهم بشكل خاص.

ومن دون هذه الثقة، التي قد تحدثها المعلومات المضللة، لن تتمكن المنظمات من العمل بأمان وفعالية، وقد يعرض العمليات الإنسانية والعاملين في المجال الإنساني إلى الخطر. وبقدر التهديد الذي تشكله المعلومات المضللة على كرامة الأشخاص وصحتهم وسبل عيشهم، فإنها تشكل تهديدًا على منظمات المجتمع المدني، والأشخاص الذين يدعمونهم.

كما أن المنظمات العاملة في الديمقراطية والحكم الرشيد وقطاعات التنمية الدولية، تدرك تأثير التضليل على التماسك الاجتماعي، وأن نشرها يتسبب مع مرور الوقت بانقسامات داخل المجتمع الواحد، وتمزيق الهوية الجامعة، وإثارة النزعات واللجوء إلى عملية الفرز الهوياتي العنصري الضيق. وعلى العكس، فإن مكافحة التضليل تعمل على تحسين جودة المعلومات في النظام البيئي، وإعداد أفراد المجتمع والمؤسسات بشكل أفضل لحملة التضليل، ومنع اتساع التمزق المجتمعي، وتقليل التوتر، والتخفيف من حدة الصراع.

تعتبر حادثة مقتل عبدالملك السنباني في سبتمبر 2021، أكثر الحوادث إثارة للرأي العام التي شهدها اليمن خلال سنوات الحرب. إلا أن تناولها إعلاميًا وتداولها

**خطاب تحريضي..
"التغطية مستمرة"**



على منصات التواصل الاجتماعي، طاله تشويه واختلالات وتزييف حقائق وفبركة أحداث واختلاق أخرى، ما أفضى إلى تضليل المحتوى وتقديم معلومات خاطئة ومضللة ومغلوبة. وكل ذلك تم توظيفه في سياق الشحن المناطقي، وسياق تحويل القضايا الإنسانية إلى مهاترات، مما أفقدها قيمتها والدقة والمعلوماتية. ما يعد استغلالاً سيئاً للأحداث الإنسانية، ويجعل حق الضحايا أقل حظاً، أو يفسد حقها⁽²⁾.

التعامل مع الشائعات

ما الذي يجب القيام به؟



من الممكن أن تُقدم الشائعات المتداولة تعقيبات سليمة عن المشاريع المنفذة في المجال الإنساني، كما أنها قد تُعرقل مسار العمل فيها. ومن الممكن أن تُشكل تهديدًا على الأرواح وتكبد مصاعب بالنسبة للأفراد الذين تسعى إلى مساعدتهم والعاملين لديها، ومن ثمّ فإنها تُقوض مهمة المنظمات الإنسانية، وتلك المتخصصة بقطاعات التنمية الدولية. فلا يجب التغاضي عن أي شائعة، حتى تلك التي تبدو "سخيفة".

كما أن استخدام الشائعات كنظام إنذار مبكر لدعم الاستجابة للحماية، كرصد التوتر أو العداء تجاه قضية بعينها، أو مجموعة معينة من الناس.



ومن هذا المنطلق، فإن الشائعات والمعلومات المضللة على شبكة الإنترنت، تتم الاستجابة لها ومواجهتها وفق استراتيجيات وتكتيكات متكاملة. ويمكن إيجازها في ثلاث مراحل تتمثل في الآتي:

3 الاستجابة
والمشاركة



2 التحري
والتقييم



1 الاستماع
والرصد



هناك خطوات استباقية تتمثل في وضع استراتيجية وآلية واضحتين، ومحددتين. كما أن تدريب فريق المنظمة والعاملين فيها، على مهارات التعامل مع الشائعات والتصدي للمعلومات المضللة، يعد ركيزة أساسية لاستراتيجية فعالة وناجعة.



1

الاستماع والرصد

كيف نعرف ما يقال؟



الاستماع والرصد

يتمثل الاستماع في تحديد وتقييم وتحليل ما يتم تداوله وما يقال على شبكة الإنترنت ومنصات التواصل الاجتماعي.. والسعي إلى التعرف على مشاعر المستخدمين أو النقاشات السائدة والروايات المتداولة، واستكشاف المعلومات المضللة.

ويمكن هذا الاستماع من اكتساب نظرة ثاقبة للتعامل مع المعلومات المضللة، وتوفير كيفية التصدي بفاعلية للشائعات والمعلومات المتداولة بشكل عام، أو تلك التي تستهدف برامج أو سمعة المنظمة.

يجب أن يكون الاستماع أمراً روتينياً للكشف عن أي علامات مبكرة للشائعات أو معلومات مضللة قبل أن تصبح "أحدًا رائجة" وتبدأ في اجتذاب اهتمام كبير، ومن ثم تنتشر.

وتتطلب مرحلة الاستماع والرصد لمنصات التواصل الاجتماعي ومواقع الويب على شبكة الإنترنت وتعقب الشائعات فيها ورصد المعلومات المضللة، عديد خطوات، هي:

1.1 تقييم البيئة الإعلامية والمعلوماتية

إن تقييم النظام البيئي للإعلام والمعلومات يساعد على توجيه كل جزء من استراتيجية التعامل مع الشائعات والمعلومات المضللة بطريقة فعالة ومضبوطة، ويقصد به البنية التحتية للمعلومات وحالتها، بدءاً من مشهد صناعة المعلومات، مروراً بدينامية الوصول إليها، ووصولاً إلى التأثير الذي تتركه في الجمهور، ويمكن تقييمه بالإجابة عن بعض الأسئلة، منها على سبيل المثال لا الحصر:

- ما وسائل الاتصال التي يعتمد عليها المواطنون بصورة واسعة؟ وسائل إعلام، منصات تواصل اجتماعي، تطبيقات التراسل، تواصل شخصي، تواصل خارج الإنترنت من قبيل الملصقات، وهكذا.

- ما المنصات الأكثر رواجاً؟ وما الحسابات الرقمية والإلكترونية الأكثر انتشاراً؟

- أين يتواجد جمهور الإنترنت، وأي مجتمعات المستخدمين أكثر عرضة للمعلومات المضللة؟

- من هم الفاعلون المحتملون للتهديد؟

- من هم الشركاء الذين يمكن العمل معهم لمواجهة الشائعات والمعلومات المضللة؟

- كيف يحصل الناس على المعلومات والأخبار؟

- ما مصادر المعلومات الأكثر أهمية بالنسبة للأخبار المهمة (الأشخاص، المؤسسات، وأدوات التكنولوجيا)؟

وما إلى ذلك.. وهذا التقييم يُمكنك من استيعاب المشهد الإعلامي والمعلوماتي وفهم سياقه، الذي بدوره يساعد على توجيه خطوات الاستجابة للشائعات والتعامل مع المعلومات المضللة.

1.2 إنشاء نظام استماع

يمكن لنظام الاستماع والرصد، لمنصات التواصل الاجتماعي ومواقع الويب على شبكة الإنترنت، تجميع البيانات من مصادر مختلفة وتصنيفها، ويساعد في تيسير الكشف عن العلامات وسط الضجيج المعلوماتي والتداول على شبكة الإنترنت. ويسترشد إنشاء أو تطوير نظام استماع بنتائج التقييم لبيئة الإعلام والمعلومات، لتحديد التقنيات والأدوات اللازمة والمناسبة.

عند البدء بالعمل، هناك خيارات عديدة فيما يمكن مراقبته، بيد أنه من المستحيل مراقبة كل شيء، وأمام بحر من الفرص، عليك تضيق هذه الخيارات للحصول على مجموعة مصغرة، ووفقاً لنتائج تقييم البيئة الإعلامية والمعلوماتية، فيمكنك تحديد المنصات التي يمكن مراقبتها، والأدوات المناسبة لها.

1.2.1 قائمة المواضيع والكلمات

لابد من وضع قائمة بالمواضيع والكلمات المفتاحية ذات الصلة بأعمال المنظمة وبرامجها والمستفيدين، ونطاق عملها الموضوعي والجغرافي. كما يجب وضع قائمة بالمواضيع والقضايا التي تحتل أكثر النقاشات على شبكة الإنترنت ومنصات التواصل الاجتماعي، والتي قد تتفاوت بحسب الأحداث في البلد، ويمكن التركيز على الآتي:

- بناءً على قائمة المواضيع يمكنك وضع قائمة بالكلمات المفتاحية، ويجب أن تكون الكلمات المفتاحية دقيقة وليست عامة بشكل مبالغ فيه.
- فكر بالطريقة التي يتحدث بها الأشخاص، بما فيها من كلمات عامية، وأخطاء إملائية، لهجة غاضبة أو ساخرة، وهكذا.
- استخدام الاستعلامات المنطقية "دمج الكلمات في سلسلة متتابعة من عمليات البحث عبر ضم مجموعة من الكلمات الرئيسية والروابط من قبيل "و"، "أو"، وهكذا.

**إن الكلمات الرئيسية تتطور ويضاف إليها
كلمات مفتاحية جديدة، لهذا تتطلب عملية
الرصد دقة ومتابعة**

1.2.2 أدوات الاستماع

يجب أن يكون نظام الاستماع الذي تؤسسه المنظمة قادرًا على الوصول إلى القنوات والمنصات الرقمية، التي حددها تقييم بيئة المعلومات بأنها مهمة. وهناك أدوات خاصة بالرصد والتحليل لمواقع الويب ومنصات التواصل الاجتماعي، منها مجانية وأخرى مدفوعة، نذكر منها:

● **(تنبيهات جوجل)** خدمة تقدمها جوجل لرصد محتوى وفق كلمات محددة، وتتلقى إنذارًا به وفقًا لزمان معين تقوم بتحديثه.

● كما أن منصات التواصل الاجتماعي الرئيسية تتضمن أدوات لمراقبة وتحليل اتجاهات المستخدمين، وتتبع الحسابات والصفحات والمجموعات العامة، مثل:

● [CrowdTangle](#)

● [Facebook Audience Insights](#)

● [Lucidya](#)

● [hoaxy](#)

● [Brandwatch](#)

ويمكنك استكشاف أدوات أخرى، في الدليل العلمي لمركز الديمقراطية الرقمية، المتوفر [هنا](#).

يجب الاطلاع على دليل المستخدم لكل أداة، وإدراك بأنه قد تطرأ على هذه الأدوات تحديثات، وظهور أدوات جديدة

رصدت "منصة عون" حملات من الادعاءات التي تستهدف العمل الإنساني في اليمن خلال الفترة 2019 - 2021 م، تداولت فيها عشرات من الصفحات على منصات التواصل الاجتماعي والمواقع الإخبارية ادعاءات موجهة نحو عمل المنظمات الإنسانية، في اليمن.. اشتركت الادعاءات على اختلاف أهداف مطلقها، بوضع منظومة العمل الإغاثي والإنساني في دائرة الخطر، من خلال تصويرها بالعمل على استهداف القيم المجتمعية، كدفع المرأة اليمنية نحو التحرر، ورفض القيود الأسرية والتمرد على العادات والتقاليد والقيم الدينية.

وبتطور تدريجي للادعاءات، فاقم المخاطر المحدقة بعمل المنظمات الإنسانية العاملة في اليمن، فالادعاءات التي انتقلت من منصات التواصل الاجتماعي إلى منابر المساجد وصارت أكثر شراسة، وتحولت إلى حملة تحريض مباشر على عمل النساء في المنظمات و ضد برامج المنظمات الخاصة بتقديم الدعم النفسي والتمكين الاقتصادي للنساء⁽³⁾.

1.3 إنشاء سجل الشائعات

سيكون من المفيد جدًا توثيق الشائعات واستخدام سجل لذلك، للتعرف على أحدث الشائعات/ المعلومات المُضللة، ويتيح تحليل التوجّهات والقضايا التي تعاود البروز، وتنسيق الاستجابات للشائعات والتصدي للمعلومات المضللة، وتبادل المعلومات مع منظمات أخرى. ويمكن تضمين ذلك في سجل إلكتروني وفق محددات رئيسية، كما في المصفوفة الآتية:

محتوى الشائعة	تاريخ ظهورها	مصدرها	وسيلة نشرها	حالة التحري	حالة تقييمها	حالة الاستجابة

تحتل الحسابات الوهمية على منصات التواصل الاجتماعي، مكانة مركزية في مستنقع التضليل، بفعل التداول الإعلامي لما تنشره هذه الحسابات عبر المنصات الاجتماعية، فعدد الأخبار المضللة المأخوذة من حسابات وهمية وتنشرها وسائل الإعلام، أكبر من عدد الأخبار التي تبثها تلك الحسابات المجهولة.

في أبريل 2022 ظهر حساب وهمي باسم "سمية الخولاني" على منصة تويتر، يدّعي أن هناك منظمات وظفت ثلاثة آلاف فتاة ودربت بعضهن في الخارج لغرض إفساد المجتمع اليمني، وهو ما تلقفته المواقع الإخبارية، دون تروء، فأعدت نشر تغريدات ذلك الحساب، الذي حظي بأكثر من 30 ألف متابع في غضون أسابيع، بشكل مكثف، علاوة على أن نشطاء منصات التواصل الاجتماعي، دشنوا حملة شرسة ضد المنظمات، على خلفية المعلومات التي نشرها الحساب المذكور، دون أن يقدم دليلاً واحداً على ادعاءاته، ليتضح فيما بعد أن الحساب زائفاً⁽⁴⁾.

منصة صدق لتدقيق المعلومات، بعد أيام من ظهور الحساب، أعدت **تقريراً** توصلت فيه إلى أنه حساب زائف. وفي ديسمبر 2022، **كشفت** من يقف وراء هذا الحساب.



2

التحري والتقييم

ما الحقيقة الكامنة وراء الشائعة؟



التحري والتقييم

إن عملية التحري عن سير الشائعة وتداولها، ومصدرها، يعمل على كشف النقاب عن الحقيقة الكامنة وراء هذه الشائعة وأسبابها ودوافعها، والتي بدورها ستساعد على وضع آلية الرد والتصدي لها.

في هذه العملية، في المقام الأول يجب الاعتماد دائماً على نهج التفكير النقدي في التحقق من هذه الشائعة وفحص مصدرها، وإثارة الأسئلة التي تعمل على كشف الدوافع والمسببات لانتشارها وتداولها.

وتبدأ عملية التحري، بعد سير عملية الاستماع، والتوصل إلى نتائج بوجود نشاط منتشر بخصوص معلومات مضللة. بإجراء بحث أكثر عمقاً يسعى إلى إثبات الروابط بين منافع إعلامية متعددة أو ملفات تعريف على منصات التواصل الاجتماعي.

عناصر التحقق

ويركز التحري على تعقب وتتبع ثلاثة عناصر رئيسية عند التحقق من شائعة أو معلومات مضللة على شبكة الإنترنت ومنصات التواصل الاجتماعي، وهي: "المحتوى، الوسيلة، المصدر"، ومن ثم وضع أسئلة، للتمكن من البحث في التفاصيل التي تساعد على التوصل إلى إجابات دقيقة، كما في الآتي:

المحتوى	المصدر	الوسيلة
- ما مضمون الشائعة التي تم نشرها؟ ما يقوله الآخرون عنها؟	- من قام بنشر هذه الشائعة أولاً؟ ومن قام بتداولها؟	- أين تم نشر محتوى هذه الشائعة؟ وأين تم تداولها؟
- هل ظهرت الشائعة أو جزء منها، على الإنترنت من قبل؟ ومتى؟	- ما سبب نشر أو مشاركة المصدر لهذا المحتوى؟ ومن المستفيد من نشره؟	- هل الوسيلة معروفة بسمعة جيدة؟
- لماذا تم صياغة المحتوى هكذا، وهل يهدف إلى التأثير في أفكار أو أفعال؟	- هل مصدر المعلومة ذو ثقة ومصداقية	- هل الوسيلة مؤمنة تقنياً ولم يتم اختراقها؟
- هل مرفق بالمحتوى صورة أو فيديو؟ وهل تم تحريفها؟	- هل يستفيد من بوتات على شكل متابعين ومعلقين في منصات التواصل الاجتماعي؟	- هل من طريقة للإبلاغ عن أي معلومات مضللة تنشر فيها؟

ووضعت منظمة First Draft، التي تركز على دراسة المعلومات المضللة، تصنيفاً لأبرز سبعة أنواع من اضطراب المعلومات على شبكة الإنترنت، موضح في الآتي⁽⁵⁾:

المحتوى	وصفه
مخلوق	محتوى مخلوق بنسبة 100%، لا أساس له.
محتوى مضلل	الاستخدام المضلل للمعلومات لتأطير قضية أو فرد.
رابط كاذب	لا تدعم العناوين أو العناصر المرئية أو التسميات التوضيحية بقية المحتوى.
مزيف	يتم التلاعب والعبث بمعلومات أو صور حقيقية.
سياق خاطئ	محتوى صحيح مع معلومات سياقية خاطئة (الزمن أو المكان مختلف، أو ...).
محتوى احتيالي	انتحال هوية شخص أو جهة عن طريق إنشاء روابط أو حسابات وهمية يُنشر فيها مضامين مضللة.
ساخر	تقديم محتوى ساخر وهزلي، لغرض تمرير تهم أو تشويه أو ...

عليك الوقوف على الأسباب وراء إثارة الشائعة حتى يتسنى لك اختيار أفضل طريقة للاستجابة.



حذرت اللجنة الدولية للصليب الأحمر في اليمن، في 7 مايو 2024، بمنشور⁽⁶⁾ على صفحتها في الفيسبوك، من رسائل البريد الإلكتروني والمكالمات والمواقع الاحتياطية التي تطلب أموالاً وتدعي زيفاً أنها من اللجنة الدولية للصليب الأحمر، وتدعو كل من يتلقى هكذا طلبات أن يتجاهلها أو يبلغ عنها.

الصور والفيديو

عند التحقق من الصور/ الفيديو، يمكننا طرح الأسئلة الآتية:

- هل تم استخدام الصورة/ الفيديو في سياق مختلف عن سياقها الحقيقي؟
- هل تم التلاعب بالصورة بطريقة تغيّر من معناها؟
- هل من تناقضات أو شبهات في الصورة/ الفيديو مع سياق استخدامها، بما فيها الصوت؟
- هل هناك تناسق بين مضمون الصورة/ الفيديو والعنوان؟
- هل يبدو لناشر أو ناشري المحتوى أنهم يعيشون في المكان نفسه؟
- هل تحتوي الصورة على بيانات وصفية؟ وهل تتعارض مع سياقها المستخدم؟

تقنيات التحقق من الفيديو	تقنيات التحقق من الصور
أخذ لقطات (Screen shot) للحظات مختلفة من الفيديو، وتقسيمها إلى إطارات فردية لاستخدامها في إجراء عمليات بحث عكسي عن الصور، وينتج عن ذلك غالبًا نتائج مفيدة تظهر حالات أخرى من الفيديو نفسه على الإنترنت.	تقنية البحث العكسي، يتم استخدامها للبحث عن تحميلات سابقة لصورة محددة، وما إذا كانت الصورة أصلية، ومعرفة متى وأين تم نشرها أول مرة، ومن أدواتها: Google Images , Tineye , Yandex , Bing , Baidu
التعرف على المواقع والمعالم التي تظهر في الفيديو، فقد تكون الخيط الذي يقود إلى الحقيقة. ومن أدواتها Wolframalpha لمعرفة الحالة الجوية، ما يساعد في مطابقة حالة الطقس التي تظهر في الصورة، و خرائط غوغل وجوجل إيرث لتحديد المواقع.	معرفة البيانات الوصفية (Metadata) وهي بيانات ترفق مع الصورة أحيانًا، وتعطي تفاصيل متعلقة بمكان وزمن التقاط الصورة، والبرنامج المستخدم، وغيرها. ومن أدواتها: Metadata Viewer , Exifdata
موقع Youtube DataViewer يساعد في استخراج البيانات الوصفية من مقاطع الفيديو على يوتيوب، مثل تاريخ التحميل واستخراج الإطارات الرئيسية.	الكشف عن التلاعب، يمكن الكشف عن أي تعديل أو تحريف في الصورة، ومن أدواتها: Fotoforensics , InVID

وتتوفر مجموعة أدوات مفتوحة المصدر، يمكن استخدامها كصندوق أدوات [Bellingcat](#)، وصندوق أدوات [ميزان](#) فرانس برس AFP . والتي تتضمن أدوات متنوعة من بينها تلك التي توفر معلومات عن نطاق وإنشاء المواقع الإلكترونية.

لا تنسَ أرشفة محتوى الشائعة، والاستعانة بأدوات تقنية تساعد على أرشفتها وحفظها.



في منتصف يونيو 2022، تم
شن حملة تضليل تجاه
المنظمات العاملة في
اليمن، سببها انتشار صور
تعود لتدريبات تنمية بشرية
قديمة.

كما لم يتم ذكر اسم
المنظمة، تاريخ انعقاد
الدورة، أجندة الدورة، الميزانية
أو غير ذلك من المعلومات،
وقد تداولوا الموضوع عن
طريق هجوم عشوائي بلا
أدلة^{١٧}.

إن ترك حملة التضليل لتنمو على أمل
أن تختفي يعد أمرًا خطيرًا، وعدم قول أي
شيء يسمح للآخرين بالتحدث نيابةً عنك.

تقييم الشائعة

إن أفضل الطرق لتحديد الشائعة التي تستدعي الاستجابة، هي إجراء تقييم لمستوى المخاطر التي قد تحدثها الشائعة وعواقبها المحتملة، بالتوازي إلى مدى تداولها وانتشارها. والجدول الآتي، يتضمن أسئلة إرشادية للمساعدة على التقييم:

المحور	الأسئلة
مستوى الخطر المرتبط بالشائعة والعواقب المحتملة	هل يمكن أن تعرض فئة معينة للخطر؟
	هل من الممكن أن تحول الشائعة دون حصول الأشخاص على الخدمات؟
	هل يمكن أن تُعرّض الشائعة العاملين في المنظمة أو شركائها أو المجتمع المحلي للخطر؟
	هل يمكن أن تُشكل الشائعة خطرًا جسيمًا يُضر بسمعة المنظمة؟
مدى تداول وانتشار الشائعة	ما سرعة تناقل الشائعة؟ ومدى انتشارها؟
	كيف استجاب الناس لهذا النوع من الشائعات من ذي قبل؟
	مَن الذي رُوِّج للشائعة؟ وما مقدار تأثيره والتأثر به؟
	هل للشائعة تأثير واضح؟

ويمكن تحديد ما إذا كانت المخاطر التي تكثف الشائعة (منخفضة - متوسطة - عالية) تبعًا لتقييمك لاحتمالية حدوثها (ممكنة - محتملة - غير محتملة) ومدى خطورة عواقبها (طفيفة - معتدلة - وخيمة)، كما في الجدول الآتي:

الاحتمالية/العواقب	وخيمة	معتدلة	طفيفة
ممكنة	خضراء	أصفر	أصفر
محتملة	خضراء	أصفر	أخضر
غير محتملة	أصفر	أخضر	أخضر

تشير المربعات **الخضراء** إلى مخاطر عالية، وهو ما يستوجب استجابة، كما أن المربعات **الأصفر** تشير إلى مخاطر متوسطة، وهي كذلك تستوجب استجابة، بينما المربعات **الأخضر**، فإن مستوى المخاطر منخفض ولا تستدعي استجابة، لكنها تتطلب استمرارية في رصدها ومراقبتها.

3

الاستجابة والمشاركة

كيف يتم التفاعل مع الشائعة؟



الاستجابة والمشاركة

وعادة ما يتم الاستجابة للشائعة والتصدي للمعلومات المضللة على مواقع الويب ومنصات التواصل الاجتماعي، التي تستهدف منظماتك وبرامجها أو موظفيها، أو حتى المستفيدين، بتصميم وتنفيذ عملية تواصل عبر قنوات الاتصال الخاصة بالمنظمة، والاستعانة بالشركاء من وسائل إعلام وجهات مختصة.

وترتكز الاستجابة على عملية اتصال تقوم بها المنظمة، والتي يتم وضعها وفق نهجين: الأول استباقي، والثاني تفاعلي.

الاتصال الاستباقي

يركز هذا النهج على توفير معلومات دقيقة وموثوقة وموجزة بشأن أعمال وبرامج المنظمة، ويهدف إلى تحسين الشفافية ومشاركة المعلومات، ويعطي للمجتمع الفرصة لطرح الأسئلة والقضايا. ويمكن أن يساعد هذا النهج على توفير معلومات موثوقة يسهل الوصول إليها من قبل المجتمعات، وخلق حلقة تواصل مباشر بين المنظمة والجمهور. ويمكن ترجمة ذلك وفق الآتي:

- التحدث عن هوية المنظمة، وماذا تفعل.
- الشفافية عبر مشاركة المعلومات، ونشر الإنجازات.
- فتح قنوات اتصال المنظمة للتراسل والاستفسار، والتفاعل مع الجمهور، بالرد على التعليقات والاستفسارات.
- تقديم حقائق لموضوع أو قضية محددة. فقيام منظمة تعمل حول قضايا المرأة، بنشر معلومات عن وضع المرأة اليمنية خلال الحرب، قد يسهم بتحسين الجمهور من أي شائعات قد تطلت تدخلات المنظمة في هذا السياق أو تنتقص من الضرر الذي لحق بالمرأة، وهكذا..

نشر صندوق الأمم المتحدة للسكان في اليمن، في أبريل 2020، فيديو جرافيك، بعنوان: (5 سنوات منذ تصاعد الصراع في اليمن - شاهد 5 حقائق لماذا تدفع النساء والفتيات الثمن الباهظ في هذه الحرب)⁽⁸⁾.



في 3 أغسطس 2024، نشرت منظمة أطباء بلا حدود في اليمن انفوجرافيك، توضح فيه أبرز أعمالها وتدخلاتها في محافظة عدن خلال 2023م⁽⁹⁾.

في فبراير 2020، تفاعلت اللجنة الدولية للصليب الأحمر في اليمن، مع جمهورها على صفحة الفيسبوك، بنشر انفوجرافيك حول أنشطتها وتدخلاتها خلال 2019، ضمن منشور جاء للتفاعل مع الجمهور بالرد على استفسارهم، وهو كالآتي:



”ماذا فعلتم في اليمن؟“ سؤالٌ وصلنا من عشرات الأشخاص خلال العام الماضي في تعليقاتكم. “على الرغم من حجم الاحتياجات الهائلة إلا أننا استطعنا مساعدة ملايين اليمنيين”. إجابتنا عن أسئلتكم في الانفوجرافيك أدناه⁽¹⁰⁾.

الاتصال التفاعلي

يركز هذا النهج على مواجهة الشائعات/ المعلومات المضللة بمجرد انتشارها، وغالبًا ما تتضمن تحديدًا مباشرًا لهذه الشائعات، والاستجابة لها والتعامل معها بالطرق التي تتناسب مع حجم انتشارها ومخاطرها. ويمكن أن يكون وفق 3 تقنيات هي كالاتي:

2.1 الرد والتوضيح

قيام المنظمة بتوضيح بيانات خاصة بها، أو الرد على ادعاءات مضللة متعلقة بها أو بعملها. ويمكن أن تؤثر في برامجها أو موظفيها أو المستفيدين.

نشرت منظمة كير- اليمن، توضيح بعدم توزيعها للمساعدات الغذائية في محافظة عدن، وتوزيع علب التونة (11) بعد تداول شائعة عبر منصات التواصل الاجتماعي في نوفمبر 2018، بأنها تقوم بتوزيع تونة فاسدة في عدن.

2.2 الدحض والتصحيح

إنشاء محتوى إعلامي يعمل على دحض شائعة وإبراز معلومات صحيحة. فقد تأتي الشائعة على شكل تصيد أو انتحال لشخصية المنظمة أو أحد برامجها، مما يتطلب منك الدحض والتحذير من هذه الممارسات. أو تداول بعض المعلومات المضللة بشأن تدخلات توعوية، و تثقيفية، ويتم نشر معلومات مغلوطة مما يتطلب منك نشر المعلومات الصحيحة. وهذه تتطلب مواجهة بشكل مباشر من خلال القنوات الإعلامية الخاصة بالمنظمة، وقد تتطلب استخدام تقنيات اتصال ميدانية في بعض الشائعات، والتي تقيّم المخاطر للشائعة.

حذرت منظمة اليونيسيف - اليمن، في 31 يونيو 2023، بمنشور على صفحاتها بمنصات التواصل الاجتماعي، من أن هناك إعلانًا مزيفًا عن جائزة اليونيسيف يتم تداوله عبر تطبيق الواتساب ومنصات التواصل الاجتماعي. معتبرة أن هذا الإعلان المزيف يشوه سمعة المنظمة ويخدع الناس. معتبرة أن هذه المحاولات قد تكون جزءًا من عمليات احتيال أو مساع لاستخدام المعلومات الشخصية لمن سيقع ضحية بشكل غير مشروع (12).

2.3 الإبلاغ

يمكن الإبلاغ عن الشائعات أو المعلومات المضللة إلى العديد من الكيانات، وكل كيان له أدوار مختلفة، وأحياناً متداخلة مع كيان آخر، ويمكن أن نوجزها بالآتي:

الكيان	كيفية الإبلاغ
مواقع الويب ومنصات التواصل الاجتماعي	<p>الإبلاغ عن محتوى مضلل ينتهك سياسة وشروط المنصة عبر اتباع التعليمات والمتطلبات المتوفرة بسياسة نشر كل منصة، كالآتي:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● جوجل، الإبلاغ عن المحتوى. ● تدقيق الحقائق على فيسبوك. ● الحد من انتشار المعلومات الزائفة على إنستغرام. ● إكس "تويتر"، الإبلاغ عن تغريدة أو قائمة أو رسالة مباشرة. ● يوتيوب، الإبلاغ عن محتوى غير لائق. ● واتساب، كيفية الحفاظ على أمانك في واتساب.
منصات تدقيق المعلومات وتقصي الحقائق	<p>يمكن لهذه المنصات، التحقيق في صحة الشائعات وفضح المعلومات المضللة بشكل علني. وأبرز منصات تقصي الحقائق في اليمن:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● منصة صدق ● منصة حقيقة ● منصة صحيح اليمن ● منصة YoopYup ● منصة VAR
المنظمات غير الحكومية	<p>يمكن لهذه المنظمات العمل مع الشركاء المحليين لضمان أخذ المخاوف على محمل الجد ووجود القدرة على معالجة الوضع. والمنظمات المتخصصة أو التي تعمل مع المجتمعات المستهدفة يمكن أن تتخذ خطوات لحماية مجتمعاتها والمساهمة في كشف التضليل. أو تنفيذ حملات مناصرة وإعلامية لمشاركة المعلومات الدقيقة وفضح المعلومات المضللة.</p>

إرشادات لمحتوى فعال

البساطة والوضوح

عندما تكون الرسائل سهلة الفهم وواضحة، فإنها تبدو أكثر ألفة، والمألوف يبدو حقيقيًا. وقر محتوى واضحًا ومباشرًا يسهل فهمه وتذكره. وتجنّب المصطلحات المتخصصة، واستخدم لغة بسيطة.

إضفاء الطابع الشخصي

اعرض محتوى ذا طابع شخصي، فالناس يستجيبون بقوة للرسائل المكيفة وذات الصلة بهم والمستندة إلى سلوكياتهم واهتماماتهم وقيمهم.

استخدام التقنيات البصرية

بوسع العناصر البصرية أن تجذب الانتباه وأن تُيسّر معالجة المعلومات والاحتفاظ بها، فهي أداة فعالة في توصيل الرسالة.

كرّر

إن تكرار الرسائل الإيجابية يزيد الإلمام الإدراكي، فالكلمات التي تُشاهد سابقًا تصبح أسهل للمشاهدة مرة أخرى.

المصادر والمراجع:

- ألتون جريزل وآخرون، الدراية الإعلامية والمعلوماتية للمواطنين، فكر بشكل نقدي أنقر بحكمة، منظمة اليونسكو، 2023.
- بسام غير- مواد تدريبية غير منشورة في الدراية الإعلامية - مهارات التحقق من الأخبار- وصحافة البيانات، 2019 - 2024م.
- جون بوجي، "تقول الشائعات": دليل عملي للتعامل مع الشائعات، شبكة الاتصال بالمجتمعات المحلية المتضررة من الكوارث، 2017م.
- دانيال أرنودو وآخرون، مكافحة التلاعب بالمعلومات: دليل للانتخابات وما بعدها، المعهد الجمهوري الدولي والمعهد الديمقراطي الوطني ومرصد ستانفورد للإنترنت، سبتمبر 2021.
- سيث ستيفنز - دافيدوتس، "الكل يكذب: البيانات الضخمة، والبيانات الحديثة، وقدرة الإنترنت على اكتشاف الخفايا"، ترجمة أحمد الأحمري، الدار العربية للعلوم ناشرون، 2018.
- منظمة الأمم المتحدة للطفولة. دليل ميداني للتعامل مع المعلومات المضللة حول اللقاحات، نيويورك، 2020.
- Adam Fivenson, Disinformation Toolkit 2.0, How Civil Society and Non-governmental Organizations Can Combat Harmful Mis- and Disinformation, INTERACTION'S CEO, October 2021.
- Claire Wardle, Understanding Information Disorder, FIRST DRAFT, October 2019. Available at: https://firstdraftnews.org/wp-content/uploads/2019/10/Information_Disorder_Digital_AW.pdf?x76701
- Harmful Information - Misinformation, disinformation and hate speech in armed conflict and other situations of violence: ICRC initial findings and perspectives on adapting protection approaches, July 2021
- Joan Donovan, HOW CIVIL SOCIETY CAN COMBAT MISINFORMATION AND HATE SPEECH WITHOUT MAKING IT WORSE, 13 October 2020, Available at: <https://mediamanipulation.org/research/how-civil-society-can-combat-misinformation-and-hate-speech-without-making-it-worse>
- Kristen Pearn & Andrej Verity, Mis & Disinformation: Handling the 21st Century Challenge in the Humanitarian Sector, Digital Humanitarian Network, February 2022.
- Leshner, M., H. Pawelec and A. Desai, "Disentangling untruths online: Creators, spreaders and how to stop them", OECD Going Digital Toolkit Notes, No. 23, OECD Publishing, Paris, (2022). <https://doi.org/10.1787/84b62df1-en>.
- Managing Misinformation in a Humanitarian Context Internews Rumour Tracking Methodology, 2019.
- Rachel Xu, You can't handle the truth: misinformation and humanitarian action, 15 January 2021, Available at: <https://blogs.icrc.org/law-and-policy/2021/01/15/misinformation-humanitarian/>

منصة سوانتباب

منصة إعلامية. أحد مشاريع مبادرة وئام الشبابية. تهتم بقضايا الفئات الضعيفة في المجتمع، وتسعى لنشر الوعي وتسهيل الضوء على التحديات التي تواجههم. وتعمل على تعزيز التفاهم والتعايش السلمي بين أفراد المجتمع من خلال تقديم محتوى إعلامي هادف يركز على العدالة والمساواة.

<https://basira.website/>



سوانتباب