



دار المنظومة  
DAR ALMANDUMAH  
الرواد في قواعد المعلومات العربية

العنوان:	دور التفكير النقدي في عقلنة التعامل مع الإشاعات على شبكة التواصل الاجتماعي
المصدر:	المجلة العربية للاعلام والاتصال
الناشر:	الجمعية السعودية للاعلام والاتصال
المؤلف الرئيسي:	رابح، الصادق
المجلد/العدد:	ع17
محكمة:	نعم
التاريخ الميلادي:	2017
الشهر:	مايو / رمضان
الصفحات:	99 - 124
رقم MD:	825418
نوع المحتوى:	بحوث ومقالات
اللغة:	Arabic
قواعد المعلومات:	HumanIndex
مواضيع:	التفكير الناقد، شبكات التواصل الاجتماعي، الإشاعات، علم النفس الاجتماعي
رابط:	<a href="http://search.mandumah.com/Record/825418">http://search.mandumah.com/Record/825418</a>

© 2021 دار المنظومة. جميع الحقوق محفوظة.  
هذه المادة متاحة بناء على الإتفاق الموقع مع أصحاب حقوق النشر، علما أن جميع حقوق النشر محفوظة. يمكنك تحميل أو طباعة هذه المادة للاستخدام الشخصي فقط، ويمنع النسخ أو التحويل أو النشر عبر أي وسيلة (مثل مواقع الانترنت أو البريد الالكتروني) دون تصريح خطي من أصحاب حقوق النشر أو دار المنظومة.

---

# دور التفكير النقدي في عقلنة التعامل مع الإشاعات على شبكات التواصل الاجتماعي

---

د. الصادق رابح

أستاذ مشارك، كلية الإمارات للتكنولوجيا

الإمارات العربية المتحدة

---

## ملخص

تبحث هذه الدراسة ظاهرة الإشاعة ومراحل تشكلها من منظور التأثير الاجتماعي. وتركز تحديداً على محاولة فهم آليات انتشارها في شبكات التواصل الاجتماعي. كما تتضمن بعض الاجتهادات حول ضرورة تبني التفكير النقدي وكيف يمكن استثماره في الحد من الإشاعات في هذه الفضاءات. فبناء نسق اجتماعي وتكنولوجي يتأسس فيه التفكير النقدي على استثمار القدرة الجماعية للجمهور في الكشف عن المعلومات غير الدقيقة أمر محمود، حيث يستفيد الأفراد من المهارات النقدية للأخرين في التعرف على الإشاعات، ومن ثم يقوم النظام بتعطيل انتشارها.

وقد بينت الدراسة أن الطبيعة البشرية يغلب عليها الميل إلى نشر الإشاعات وتداولها وترويجها، خاصة عندما تعيش وضعيات تتسم بعدم اليقين. وهو ما يتطلب تربية الأفراد على التفكير النقدي، وتصميم أنظمة تكنولوجية واجتماعية لتدعيم هذا التفكير عند مختلف الفئات الاجتماعية. ولا يتطلب الأمر في هذه الأنظمة امتلاك الفرد فكراً نقدياً في كل شيء وفي أي وقت، بل أنه يقوم على استفادة الأفراد من الكفايات والمهارات النقدية لبعضهم البعض، حيث يتقاسمون هذه المهارات في تجاوز الإشاعات والمشكلات الاجتماعية عموماً. وقد تبين أن مثل هذه الآليات يمكن أن تسهم في الحد من انتشار الإشاعة في الفضاءات الإلكترونية ومنها شبكات التواصل الاجتماعي.

الكلمات المفتاحية: التفكير النقدي، عقلنة التفكير، الإشاعات، شبكات التواصل الاجتماعي، الكفايات النقدية، التفكير النقدي الجماعي.

## المقدمة:

يميل الأفراد في عالم اليوم إلى الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات حول شتى الموضوعات. كما يوظفها الكثيرون بوصفها أدوات فاعلة في التعريف بأفكارهم ورؤاهم والوصول إلى أعداد كبيرة من مستخدمي الويب. ويتزايد هذا الاعتماد خاصة أثناء الأزمات التي يعرفها العالم سواء تعلق الأمر بالحركات الاحتجاجية والثورية أو الفيضانات الجارفة أو الزلازل المدمرة التي عرفتها كثير من مناطق العالم. وبالنظر إلى هذه المساحة التي أصبحت تحتلها هذه الشبكات والوسائل في حياة الناس، فقد تتحوّل إلى مرتع خصب لاختلاق ونشر الإشاعات والأقاويل والأراجيف والتضليل والتلاعب بعقول الناس وعواطفهم؛ وهو ما يشكل تحدياً كبيراً أمام مستخدمي هذه الوسائل للتمييز بين الغث والسمين فيما يستهلكون من معلومات، خاصة إذا كانت مصادر هذه الأخيرة مجهولة.

ويمثل التفكير النقدي إحدى الآليات الفاعلة في عقلنة تعامل الأفراد مع الإشاعات على هذه الشبكات، وذلك في إطار ما يمكن أن نطلق عليه التربية على شبكات التواصل الاجتماعي. فالتفكير النقدي يزوّد الأفراد بالقدرة على غربلة المعلومات والتعرف على غير الصحيح منها، وتعطيل دور المعلومات المضلّة. ومن ثم فإن مهارات التفكير النقدي تعطي للفرد نوعاً من الحصانة والتمكين العقلي في بيئة اتصالية تكثر فيها الإشاعات وغدت مرتعاً للأقاويل والأراجيف خاصة أثناء الأزمات.

وقد أفرزت التطورات المتلاحقة في تكنولوجيا الشبكات الاجتماعية، مثل فيسبوك وتويتر، بيئة اتصالية مختلفة جذرياً عما عهده الناس، وتجلّى ذلك خاصة في طرق الحصول على المعلومات وتبادلها واستهلاكها. إذ يميل الأفراد في هذه الشبكات إلى التعاون، ولو بطريقة غير مباشرة، وذلك من خلال مراقبة بعضهم البعض والتعلم من ذلك. فهذه التكنولوجيات التي غدت جزءاً لا يتجزأ من حياة الناس اليومية تتيح للأفراد خلق الكثير من المضامين بل والتأثير في الاتجاهات الغالبة على الفضاء الشبكي. ونظراً للطبيعة التشاركية لشبكات التواصل الاجتماعي وتزايد استخدامها، فإن التفكير النقدي يمثل جزءاً محورياً في التربية على وسائل الاتصال عموماً بحيث يبدو امتلاك الأفراد لعين ناقدة في التعامل مع المضامين التي يتعرّضون لها أمراً صحياً وضرورياً (Feuerstein, 1999).

## إشكالية الدراسة

تبحث هذه الدراسة ظاهرة الإشاعة ومراحل تشكّلها من منظور التأثير الاجتماعي. وتركز تحديداً على محاولة فهم آليات انتشارها في شبكات التواصل الاجتماعي، وكيف أن هذه الشبكات ذات الطبيعة المتعولة منحتها أفقاً جديدة بل وأهدافاً جديدة. كما تتضمن بعض الاجتهادات حول ضرورة تبني التفكير النقدي وكيف يمكن استثماره في الحد من الإشاعات في هذه الفضاءات. فبناءً نسق اجتماعي وتكنولوجي يتأسس فيه التفكير النقدي على استثمار القدرة الجماعية للجمهور في الكشف عن المعلومات غير الدقيقة أمر محمود، حيث يستفيد الأفراد من المهارات النقدية للآخرين في التعرف على الإشاعات، ومن ثم يقوم النظام بتعطيل انتشارها. فهل يؤدي استثمار الأفراد للمهارات النقدية للآخرين إلى الحد من سلوك نشر الإشاعات على الشبكات الاجتماعية؟ وما العوامل النفسية التي ترتبط بتأثيرات التعرض لهذه المهارات على هذا السلوك؟ قبل أن نجيب عن السؤالين المحوريين اللذين تضمنتهما هذه الدراسة ونتقصّى أشكال الإشاعة ومراحل تشكّلها، محاولين فهم آليات انتشارها في شبكات التواصل الاجتماعي ودور التفكير النقدي التكاملي في الحد من انتشارها، سنحاول بداية التعرف على مفهومي الإشاعة والتفكير النقدي.

## أهداف الدراسة

- تأسيساً على ما تقدّم، تهدف هذه الدراسة إلى:
  - تتبع ومساءلة مفهومي التفكير النقدي والإشاعة في سياقاتهما التاريخية المختلفة.
  - استجلاء الأبعاد النفسية والاجتماعية للإشاعة.
  - تقديم قراءات واجتهادات متنوعة للعلاقة بين التفكير النقدي والإشاعة، وربطها بالخلفيات الفلسفية للقائلين بها، على اعتبار أن الممارسة ما هي إلا تجل لرؤية وفلسفة ما.
  - تبيان أهمية التفكير النقدي في ترشيد التعامل مع الإشاعات على شبكات التواصل الاجتماعي.
  - تقصي انعكاسات ممارسة التفكير النقدي على عقلنة التعامل مع الإشاعة في شبكات التواصل الاجتماعي.
  - تبيان أهمية التفكير النقدي الجماعي وآليات تفعيله في شبكات التواصل الاجتماعي للحد من الإشاعات.

## منهج الدراسة

أخذ الباحث بمنهجية مركبة في مقارنته للموضوع؛ إذ اعتمد الأسلوب الوصفي الاستقصائي التحليلي الذي يقوم على ممارسة التعمق المعرفي في المفاهيم، وذلك عبر تتبع مساراتها التاريخية وتجلياتها في فضاء الممارسة، وتوظيف عدة معرفية إجرائية للتعرف على تصورات ورؤى مجموع الفاعلين المعنيين بالظاهرة. كما أخذ الباحث بالمنهج الاستبطائي التحليلي والتركيبي في مناقشة النقاط التي تضمنتها الدراسة.

## في مفهوم الإشاعة: السهل الممتنع

يدل تعدد تعريفات مفهوم الإشاعة<sup>1</sup> إلى أنه ينتمي إلى فئة السهل الممتنع. فعلى الرغم من أن المفهوم يشير في ظاهره إلى مضامين/ أخبار ذات مصادر مجهولة تنتشر بسرعة، إلا أن النظر بعمق في المفهوم يجعل من الصعب الإجماع حول معنى دقيق له. فالكل يهتم بهذه الظاهرة الاتصالية إلى درجة الافتتان؛ إذ إنها حاضرة بقوة في وسائل الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعي. وهو ما يستدعي القول: ما هي حدود هذه الظاهرة، ومن أين تبدأ وإلى أين تنتهي؟ فإذا كان الجميع يعتقدون أنه يمكن أن يتعرف على إشاعة ما، فإن الأمر ليس كذلك عندما يتعلق بطلب تعريف لها.

إذ يظهر من خلال تتبع تاريخ المفهوم أن دلالاته عرفت تغييرات كثيرة. فقد ظهر المصطلح في القرن الثالث عشر ليشير إلى التعبير عن موقف غاضب أو استنكاري يصدر عن الفرد حيال وضع ما غير مقبول. أما في القرن السابع عشر، فيحيل إلى جلبة اجتماعية غير مترابطة العناصر. وقد تغير مضمونه في القرن الثامن عشر للدلالة على ضجة يكون مصدرها الصراع أو الفتنة، ليشير في القرن الذي يليه، إلى الشجب العلني لموقف ما، أو الشعور بالمفاجئة حيال حدث غير متوقع. وقد ارتبط المفهوم بفكرة الحشد غير المعروف، وأصبح يعبر عن المضامين السيارة التي تنتقل من خلال أحاديث الناس (word-of-mouth) في نهاية القرن التاسع عشر (Bulinge, 2008).

يعرّف الباحثان الأمريكيان أولبرت و بوستمان (Allport and Postman, 1946)، اعتماداً على كتابات لويس سترن، الإشاعة بأنها مضمون ما يرتبط بالأحداث اليومية ويكون الهدف من نشره دفع الأفراد إلى الاعتقاد بصحته، وينتشر بين الأفراد غالباً، اعتماداً على ما يتناقله الناس، دون أن تكون هناك معطيات دقيقة تسمح بالتأكد من

صحته. ويتجلى من خلال هذا التعريف المقاربة التي يتبناها المكتب الأمريكي لحرب المعلومات، والذي ينظر إلى الإشاعة كونها نقيضاً للمعلومة، وذلك في إطار سياق يتسم بغلبة الدعاية والحرب النفسية. وهو ما دفع الباحثين إلى التمييز، ابتداءً من الحرب العالمية الثانية، بين شكلين من أشكال الإشاعة: الإشاعة العادية التي تسمّ ظاهرة ترتبط باللاوعي الجمعي (الأقاويل التي يتناقلها الناس)، والإشاعة المبيّنة والمقصودة التي تغدو أداة في خدمة إستراتيجية ما، أي سلاح في المعركة أو ما يمكن أن نطلق عليه الأقاويل القاتلة. ويذهب ديفنزو وبورديا (Difonzo and Bordia, 2000) إلى القول بأن الإشاعة تحيل إلى مجموع الأخبار غير المؤكدة والتي يتم استثمارها وتداولها في سياقات تتسم بالغموض والخطر والتهديدات المحتملة والتي تساعد الأفراد على إدارة الأزمات التي يعيشونها وإضفاء معنى على حياتهم. وهنا يجب التنبيه إلى أن الإشاعة تختلف عن النميمة والقبل والقال واللذين غالباً ما يرتبطان بإصدار أحكام قيمية حول حياة الناس الخاصة.

أما كابفير (Kapferer, 1987) فيشير إلى اكتفاء البعض بدراسة الإشاعات "الزائفة" دون الالتفات إلى الأبعاد الإيجابية للظاهرة، حيث إن ما يزعم في الإشاعة - حسب رأيه - هو احتمالية أن تكون صحيحة. فالإشاعة غالباً ما تقترب بغيات المعلومات. إذ إنها تزدهر في البيئات التي يبحث فيها الناس عن فهم ما يجري حولهم، لكنهم يفتقدون إلى المعلومات الدقيقة. فهذه الظاهرة تمثل السوق السوداء للمعلومات حسب الباحث. ويربط الباحث بين المعلومات والسلطة السياسية باعتبارها المصدر "الرسمي" للمعلومات، حيث تصبح الإشاعة أداة في الكشف أو الفضح، أي سلطة مضادة للمعلومات الرسمية. وهو ما يذهب إليه شيبوتاني (Shibutani 1966, p. 17)، الذي يتقاسم مع بعض الباحثين القول بأن الإشاعة ليست رسالة ولكنها شكل من أشكال الاتصال، إذ يعتبرها "شكلاً متواتراً من أشكال الاتصال حيث يجد الأفراد أنفسهم في وضعيات جماعية تتسم بالغموض، ومن ثم يسعون إلى إضفاء دلالة مقبولة عليها، وذلك من خلال استثمار مصادرهـم الفكرية الجماعية".

ويعمّق روكات (Rouquette, 1975) هذه الرؤية بالتأكيد على أن الإشاعة لا تحيل، كغيرها من المصطلحات، إلى واقع مائل يفرض نفسه على كل ملاحظ، بل تعبر عن توجه معين في قراءة الواقع، بمعنى تقسيم هذا الواقع وتنظيمه ومساءلته حسب رؤية الملاحظ. فنحن نعتقد أننا نسائل العالم، بينما كل ما نقوم به لا يتعدى التساؤل حول

تصور معين للعالم. فكل فكرة تملك تاريخها الخاص وهي ليست معادلاً موضوعياً لنفسها. وحتى ترتقي إلى مصاف الموضوعية، يجب أن ننزع منها كل القليلات الضمنية والأهواء الإيديولوجية.

من خلال ما سبق، نلاحظ أن هناك اجتهادات كثيرة في تعريف المفهوم، بل إن المفهوم نفسه تحول إلى كلمة جامعة تحيل إلى ظواهر يطبعها الكثير من الغموض ومرتبطة باستخدام تضليلي للمعلومات بهدف التأثير في الأفراد وتوجيههم وجهة معينة. وبما أنه من الضروري على الباحث أن يوضع إشكاليته البحثية في إطار دقيق ما استطاع إلى ذلك سبيلاً، فإننا نتبنى في هذه الورقة البحثية ما ذهب إليه أندري أكون (Akoun, n.d.) من أن الإشاعة تمثل ظاهرة نشر/ انتشار أخبار لا علاقة لها بمسألة الحقيقة أو الكذب، ذلك أنها قد تكون حاملة لهذا البعد أو ذاك.

### في مفهوم التفكير النقدي: بين إدراك الواقع وبنائه

يشير البحث في الأدبيات العلمية التي تناولت التفكير النقدي إلى أنه يجد مرجعياته في ثلاثة حقول أكاديمية مختلفة، هي الفلسفة وعلم النفس والتربية (Lewis and Smith, 1993). وقد تبنت هذه الحقول مقاربات مختلفة لماهية التفكير النقدي كونه انعكاساً لاهتماماتها البحثية ومرجعياتها الفلسفية. فالمقاربة الفلسفية تركز على تحديد ماهية المفكر النقدي الافتراضي أو المعياري وتعداد الصفات التي يجب أن تتوفر فيه بدل السلوكيات أو الأفعال التي يمكن أن يقوم بها. فهي أقرب إلى صورة المفكر النقدي المثالي منها إلى الواقع، حيث يغلب على هذا المفكر النزعة الفضولية المحايدة لطبيعته، والانفتاح والمرونة، والانصاف، والرغبة في معرفة ما يدور في محيطه، وتفهم وجهات النظر المختلفة، والاستعداد للترجع عن أحكامه والأخذ بوجهات نظر أخرى (Facione, 2000). أما المقاربة الإدراكية النفسية فتتميل إلى النظر إلى التفكير النقدي من خلال السلوكيات والأفعال التي يمكن للمفكر النقدي أن يأتي بها، حيث يتطلب الأمر مجموعة من الإستراتيجيات والمهارات والإجراءات التي يأخذ بها المفكر النقدي للقيام بذلك (Lewis and Smith, 1993). وتتسم المقاربة التربوية بكونها تتأسس على عدد سنوات التجربة الصفية، وتتبع وملاحظة مسار تعلم الطالب. ويذهب البعض إلى أن المستويات الأعلى (التحليل، والتركيب، والتقييم) في تصنيف بلوم التراتبي للأهداف التعليمية غالباً ما يتم ربطها بالتفكير النقدي (Kennedy, Fisher and Ennis, 1991).



يعرّف البعض التفكير النقدي بأنه القدرة على التفكير التأملي لاتخاذ موقف من اعتقاد أو فعل ما (Ennis, 1996). وقد ركّزت الكثير من الدراسات على دور التفكير النقدي بالنسبة للأفراد في مختلف البيئات الاتصالية، ابتداء من المدرسة ووصولاً إلى مواقع شبكات التواصل الاجتماعي (Frijters, Dam, Ten, and Rijlaarsdam, 2008 ; Giroux, ) (1991 ; Penningroth and Despain, 2007)؛ حرصاً منها على الارتقاء بوعي الأفراد وبناء تفكير نقدي لديهم بوصفه جزءاً لا يتجزأ من مشروع التربية الإعلامية بما فيها القديمة والحديثة. من الضروري الوعي بأن العلاقة بين "الواقع" ووسائل الإعلام هي علاقة ديناميكية جدلية، حيث تُسهم هذه الوسائل في بناء الواقع ويقوم هو ببنائها، كما أن لهذه الوسائل نتائج ومقتضيات أيديولوجية وسياسية وتجارية، ويرتبط فيها بالمضمون بالشكل مع وجود تفرّد لكل منهما في العنصر الجمالي، والرموز والقواعد، إضافة إلى قدرة المستقبل للمضامين على التفاوض حول معناها (Aufderheide, 1992). في هذا السياق، تكمن الأهمية الإستراتيجية لهذا النوع من التربية في أنها تحيل إلى رؤية تسعى إلى الفهم والإنتاج والتفاوض على المعاني في سياق ثقافي يغلب عليه التّعقد. فالقادرون على تجاوز عقبة الأمية الإعلامية، أشخاص يملكون القدرة على فك رموز وسائل الإعلام، وتحليل مضامينها، وإنتاج مواد مكتوبة وسمعية بصرية بروح نقدية. أما الهدف الأساسي لهذه التربية فهو تكريس استقلالية الفرد وبناء علاقة نقدية بوسائل الإعلام، تُسهم بدورها في بناء مواطن واع، يقدر ذاته، ومتذوّقاً للأبعاد الجمالية والتعبيرية للمضامين التي يستهلكها، وزبواً مؤهلاً للتعامل مع ما يُعرض عليه (ميهيلديس، بول، وتيفينين، بنجامين، د.ت).

وعلى الرغم من التسليم بأهمية هذه التربية بالنسبة للتربية الرقمية والأمن الرقمي، إلا إن السياسات والممارسات تبدو بطيئة بعض الشيء في التفاعل مع الطرق والآليات الجديدة للتفكير في التربية على وسائل الإعلام والاتصال في الفضاءات الرقمية. فقد اقتترنت التربية الإعلامية بوسائل الإعلام التقليدية وتم تدريسها بما يتناسب وهذه الوسائل، حيث تناولت موضوعات مثل ملكية هذه الوسائل، والإعلانات والرقابة. أما الفضاءات الرقمية اليوم فتتطلب رؤية جديدة وشاملة في التربية الرقمية أو التربية على الويب، وهي غير موجودة اليوم في الفضاء المدرسي. هذه الوضعيات الجديدة التي تتسم بالتعقيد والخطورة تقتضي تزويد المترددين على الفضاءات الرقمية بمهارات جديدة تساعدهم في الإبحار

والمشاركة الآمنة. ويرى بعض الباحثين أن التربية الإعلامية الرقمية، تتضمن مجموعات من المكونات، منها: التثقيف التقني، ومعرفة المحتوى النقدي، ومعرفة آليات عمل شبكات التواصل الاجتماعي، ومعرفة المحتوى الإبداعي والبصري، ومعرفة المحتوى الرقمي المحمول (Collin, Rahilly, Richar, Third, 2011).

مع ذلك فإن المقاربات التي تتبنى تعزيز التفكير النقدي في المجتمع عمومًا قد لا تكون فاعلة؛ وذلك بسبب عدم تمكّن كل الأفراد من الحصول على قدر معقول من التربية على التفكير النقدي، إضافة إلى تصنيف الكثير من الدراسات التفكير النقدي كمجال وموضوع محدد (Rosnow, 1991). لذا فإن امتلاك الفرد لمهارات التفكير النقدي الأساسية لا يعني بالضرورة أنه يملك المعارف الضرورية للتفكير بطريقة نقدية حول موضوع بعينه. بالإضافة إلى ذلك، فكون العمليات الذهنية التي ينطوي عليها التفكير النقدي تتطلب جهداً كبيراً، يمكن أن يؤدي إلى تعطيلها وذلك تحت الضغوط النفسية التي يتعرض لها الأفراد أثناء حدوث الأزمات مثلاً. وهو ما يستدعي البحث عن مقاربات بديلة أكثر فاعلية.

من بين هذه المقاربات نتبنى رؤية تقوم على اعتبار التفكير النقدي جهداً يجد نجاعته في التفكير الجماعي. وهو ما يتيح للأفراد الاستفادة من مهارات التفكير النقدي للآخرين. فليس مطلوباً من كل فرد استخدام قدراته النقدية في كل وقت. فمثلاً الأفراد الذي يعجزون عن تفعيل مهاراتهم الفكرية والنقدية تحت الضغوط النفسية، منها القلق والخوف، يمكن أن يعتمدوا على المهارات النقدية لأولئك الذين يملكون القدرة على التفكير بطريقة نقدية تحت هذه الضغوط. وبهذه الطريقة، يمكن تجنب المعلومات غير الدقيقة أو المشكوك فيها بعد غربلتها من طرف أولئك الذين يملكون حساً نقدياً عالياً في موضوعات بعينها. فاعتماد الأفراد الذين لا يملكون مهارات تفكير نقدي عالية في موضوعات وأوقات بعينها على آخرين يملكون هذه المهارات، يمكن أن يؤدي إلى بروز نسق تتكامل فيه المهارات النقدية للأفراد، ومن ثم يؤثر على درجة انتشار الأخبار الكاذبة والإشاعات عمومًا.

### الأبعاد النفسية والاجتماعية للإشاعة

تشير كثير من الدراسات التي تناولت الإشاعة إلى أن هناك عوامل نفسية واجتماعية تؤثر على انتشارها (Kostka, Oswald, and Wattenhofer, 2008; Allport, and ) فالإشاعة تتضمن أبعاداً (Postman, 1946; Rosnow, Esposito and Gibney, 1988).

نفسية معقدة، منها ما هو فردي ومنها ما هو جماعي. فهي تندرج في سياق عام يطبعه تضليل الأفراد والتلاعب بهم على المستويين العاطفي والمعرفي كما يذهب إلى ذلك فيليب بروتون (Breton, 2000). ففي الحالة الأولى تقوم الإشاعة بالتأثير في السجل العاطفي (خوف، غضب، قلق، سخرية... إلخ)، بينما تتلاعب في الحالة الثانية بقدرة المستهدفين على إصدار حكم موضوعي حول الموضوع وذلك من خلال اللعب على إدراكهم وتحليلهم لموقف ما.

ويعتقد كابفيرر (Kapferer, 1987) أنه من الصعب الحديث عن ضحايا عندما يتعلق الأمر بالإشاعة حيث إن الجميع يتداولون الإشاعة بحرية وربما برغبة منه، ومرد ذلك أن الإشاعة تعبر، كما ذكرنا ذلك سابقاً، عن حاجة عاطفية أو معرفية. فتداول الإشاعة غالباً ما يسبقه وجود سياقات مهيأة لاستقبالها، حيث إن هذه الظاهرة، وهي تتشكل في مراحلها الأولى، تتأسس على وجود اعتقادات حاضنة لها. فوجود رغبة في تصديق الإشاعة هو ما يسهل انتشارها بسرعة؛ وهو ما يجعل الفرد ناشراً لها، بل ربما مبدعاً في توسيع دائرة انتشارها. أما المثال الأكثر تعبيراً عن هذا التوجيه، فهو ما يسمى نظرية المؤامرة، والتي تقوم على ثقافة غير عقلانية من الاعتقادات الهجينة حيث تتعايش الآراء الأكثر عقلانية مع تلك الأكثر عبثية، وهو ما يؤدي إلى استنتاجات غير مؤسسة عقلياً. ويعمل تكذيب الإشاعة على تضخمها حيث يمنحها بُعداً درامياً واستعراضياً ويُسهم في زيادة عدد "جمهورها"، الذي ما كان له أن يعرفها لولا التكذيب. والأمثلة على ذلك كثيرة في عالمنا العربي خاصة في وجود حواضن لها مثل شبكات التواصل الاجتماعي. وقد قامت "هيئة مكافحة الإشاعات"² مثلاً بفهرسة وأرشفة الكثير منها. وهذه نماذج من الإشاعات "المشهورة" التي عرفت رواجاً كبيراً على شبكات التواصل الاجتماعي في العالم العربي، حيث يقدم الموقع الصورة الأصلية مرفقة بالصورة المعدلة أو يذكر موضوع الفيديو/ الصورة الأصلية ومصدره:

- المصحف الشريف والخنازير في قضية الفيلم الدنماركي المسيء للإسلام "فتنة" (٢٠ أغسطس ٢٠١٤).
- حرق المسلمين في بورما من طرف البوذيين (١٢ أغسطس ٢٠١٤).
- "طفل يحضن أخته في بورما بعد مقتل والديهم".
- قميص اللاعب ليونيل ميسي وعلم فلسطين (١٨ يوليو ٢٠١٤).

• قرار رئيس كوريا الشمالية بإلزام مواطنيه تشجيع الفريق الجزائري ضد فريق كوريا الجنوبية (٢٠ يونيو ٢٠١٤).

• "حسناوات السويد يتظاهرن للمطالبة بالزواج" (٢٠ مايو ٢٠١٤).

غالباً ما يكون مصدر الإشاعة حدثاً مهماً وغامضاً في الوقت نفسه كما يذهب إلى ذلك عالم الاجتماع الأمريكي شيبوتاني (Shibutani, 196). فالإشاعة تحيل على مجموعة من الأخبار "المرتجلة" والناجمة عن سيرورة يطبعها النقاش الجماعي. فهي تعبر عن قدرة جماعة ما على تقاسم قدراتها الذهنية للوصول إلى تفسير مقبول للحدث؛ لذا فإن الإشاعة تمثل، في الوقت نفسه، عملية نشر الأخبار، وعملية تفسيرها والتعليق عليها. فإذا افتقد الحدث للأهمية، وكان خالياً من الغموض، فلن تكون هناك إشاعة. عموماً، يمكن القول أن كل الرموز الغامضة تكون منطلقاً لأكثر الإشاعات انتشاراً وتأثيراً في المجتمع.<sup>٣</sup>

فكلما كان الناس يبحثون عن فهم ما يدور حولهم وافتقدوا إلى مصادر يثقون بها، كلما كانت الظروف مواتية لظهور الإشاعات (بن سعيد الغامدي، حاتم، يحيى، جبران، ٢٠١٢). لكن يبدو أن حصر الإشاعات في الأحداث يفتقد إلى الدقة، حيث إن هناك إشاعات يتم خلقها خلقاً، فهي لا ترتبط بحدث ما. وهو ما عبر عنه إدغار موران (Morin, 1969) في دراسته حول "إشاعة أرليون La rumeur d'Orléans"، حيث أشار إلى هناك معيارين أساسيين للتعرف على إشاعة ما في بدايتها. الأول يتمثل في أنه ليس هناك أي معطى يمكن أن يكون منطلقاً أو داعماً لإشاعة ما. أما المعيار الثاني فهو أن المعلومات عادة ما يتم تداولها بين الناس خارج أطر التداول الرسمية أو المعروفة، كالصحافة والمصقات والمنشورات وحتى الكتابات الحائطية. فالإشاعة لا تتطلق من حدث، حسب موران، لكنها تتأسس على غياب عناصر يمكن أن تكون منطلقاً لظهورها. يمكن القول أن مقارنة الإشاعة بهذا الطريقة يجعل منها شكلاً من أشكال التشويش على الاتصال الاجتماعي، رغم أنها صيغة من الصيغ التعبير عن الفكر الاجتماعي.

يمكن وصف الإشاعة وتصنيفها إلى ثلاث فئات رئيسية، وذلك بالاعتماد على سبع

خصائص محورية حسب روكات (Rouquette, 1975):

أ - الظرف:

١. تظهر الإشاعة في أوقات الأزمات، لكنها ليس بالضرورة علامة على اختلال اجتماعي.
٢. تقوم وسائل الاتصال المعروفة بنشر معلومات قليلة حول بعض أبعاد وملابسات هذه الوضعية؛ وهذا الحرمان من المعلومات هو ما يدفع بعض الأفراد إلى اختلاق الإشاعات.

ب - سيرورة / وضعية الانتشار:

١. عادة ما تنتقل الإشاعة شفهيًا من شخص إلى آخر، وذلك من خلال أحاديث الناس، أو عبر وسائل الإعلام القديمة منها والحديثة. إذن فإن قنوات نقل الإشاعة، إما أن تكون غير رسمية (أحاديث الناس) أو رسمية (وسائل الإعلام).
٢. يكون هذا الشكل من الاتصال قائمًا بين أفراد منخرطين في الوضع الذي أشرنا إليه.

ت - المضمون:

١. غالبًا ما يعرف مضمون الإشاعة كثيرًا من التحريفات والتغييرات، سواء بالإضافة أو بالحذف، وذلك خلال سيرورة تداولها وانتشارها.
٢. يعكس مضمون الإشاعة رغبات ورؤى الناس، حيث إنها تشير إلى وجود تفكير اجتماعي، وهو ما يجعلها مرآة يسقط عليها الناس حالاتهم وتتجلى من خلالها ديناميات نفسية واجتماعية.
٣. يغلب على هذا المضمون ارتباطه بالأحداث الجارية في المجتمع، أي أنه يتسم بالحدّثيّة.

فالإشاعة، إذن، تتدرج ضمن رؤية تتطلع إلى إحداث تأثيرات متباينة في وعي الناس وسلوكهم حيث تتنوع أشكالها بين النفسي والاجتماعي والسياسي وغيرها. فغالبًا ما يتم اختلاقها واحتضانها من طرف مجموعة من الناس، أو مؤسسة ما تسعى إلى التأثير في سلوك الناس واعتقاداتهم وآرائهم حول موضوع معين. لكنها قد تنشأ أيضًا من حادثة ما لكن يتم توجيهها وجهة ما للتأثير في المجتمع عمومًا. ويغلب على هذا التأثير عدم وعي غالبية الناس به حيث إنهم لا يدركون طبيعة وواقع الإشاعة والتأثيرات التي تحدثها في حياتهم. بل إن البعض يماثل بين انتشار الإشاعة بين الناس وتفشي الأمراض والفيروسات

بينهم، حيث يصاب الأفراد بالعدوي بسبب ارتباطهم وتواصلهم مع الآخرين ( Bloch, Demange and Kranton, 2014). فهي "مرض يصيب العقول" وتتشابه في آليات انتشارها مع تلك التي تمت معاينتها في انتشار الأوبئة ( Nekovee, Moreno, Bianconi, Marsili, 2006).

وتمارس الإشاعة تأثيرات كبيرة في عالم اليوم مقارنة بفترات زمنية سابقة، ذلك أنها أصبحت تنتمي إلى السجل نفسه الذي تنتمي إليه الأسطورة الحضرية أو الأسطورة المعاصرة (urban legend, contemporary legend) أو تكاد تتماهى معها. فالأمر إذا يتعلق برسالة ما لم يتم التأكد من صحتها وتحمل معلومات تنتمي إلى سجل الأمور المفارقة لواقع الناس، وتنتشر عبر ما يتناقله الناس في أحاديثهم، وتتخذ من وسائل الإعلام القديمة والحديثة وسائط لها، كما تحتفي بالطريقة نفسها التي ظهرت بها. فالإشاعة تبدو، لأولة وهلة، أنها تفتقد إلى التنظيم، وأن مسارات انتشارها لا يحكمها منطق، كأنها تخضع فقط للصدفة. والمتمعن في الأمر يجد أن الأمر ليس كذلك، حيث تخضع الإشاعة لقواعد تضبطها وآليات توجهها وتحدد مدى تأثيرها.

### شبكات التواصل الاجتماعي: وسائط جديدة للإشاعة

يمكن ربط مسار ظهور شبكات التواصل الاجتماعي بالويب ٢.٠، حيث يحيل هذا المصطلح الأخير، حسب Tim O'Reilly، إلى الذكاء الجماعي للمستخدمين الذين يخلقون القيمة الحقيقية لمنصات، منها غوغل، وأمزون، وويكيبيديا، وكريغليست وغيرها (O'Reilly and Battelle, 2009). ويذهب أورلي إلى أنه قام بنحت المصطلح للتعبير عن الحاجة إلى إستراتيجيات اقتصادية جديدة للإنترنت بعد فقاعة الدوت كوم. أما مندلبرغ Mandiberg فيرى أن فكرة شبكات التواصل الاجتماعي قد تم ربطها بالكثير من المفاهيم، منها: المضامين التي ينتجها المستخدمون UGC، والصناعات الإعلامية القائمة على الاندماج الإعلامي، والمستخدمون مقابل الجمهور سابقاً، ووسائل الإعلام التشاركية، وعمليات الإنتاج الشائني، والبرمجة الحاسوبية القائمة على الويب ٢.٠، (Mandiberg, 2012).

وقد عرفت كل من بويد وإلسن شبكات التواصل الاجتماعي بأنها "خدمات تعتمد على الويب وتتيح للأفراد إنشاء حساب شخصي يمكن أن يكون متاحاً لكل أو مقتصرًا على بعض المستخدمين ضمن نظام محدد، وخلق قائمة بالمستخدمين الذين نتقاسم معهم

اهتمامات معيَّنة، والاطلاع على قوائهم والتفاعل معها، إضافة إلى القوائم التي ينشئها الآخرون ضمن النظام" (boyd and Ellison, 2008, p. 211). وتحيل الشبكة، في التحليل الشبكي، إلى نظام من الارتباطات بين الحلقات التي يتشكّل منها هذا النظام. وعليه، ومن منظور نظري بحت، فإن كل الأدوات الشبكية التي تسمح بالارتباط بين شخصين على الأقل تعدُّ منصةً لشبكة اجتماعية ما. وهو ما دفع أحد الباحثين (Beer, 2008) إلى اقتراح الأخذ بمصطلح الويب ٢.٠ مصطلحاً جامعاً لكل أنواع الشبكات بديلاً عن مصطلح شبكات التواصل الاجتماعي.

ولا تختلف هندسة هذه الفضاءات الافتراضية عن هندسة الفضاءات الفيزيائية إذ إنها تتيح للمتدّدين عليها أشكالاً مختلفة من التفاعل. وقد ارتبطت هندسة هذه الفضاءات بكثير من أشكال السلوك الهجين الذي يجد مرجعيته في الفضاءات الافتراضية والفيزيائية. كما تحيل في أذهان الكثيرين إلى قدرتها على تحرير الأفراد من الإكراهات بكل أنواعها من خلال الانتحال أو الاسماء المستعارة أو الحسابات الوهمية، فاتحة بذلك إمكانيات هائلة لمحاكاة الحياة الفعلية (Turkle, 1995, 1999). إذ إن هناك كثيراً من الدلائل على أن هذه الفضاءات يمكن أن تُسهم في إثراء التجربة الاجتماعية للأفراد والجماعات في كثير من الحقول، منها: التربية على وسائل الاتصال الرقمية، وتجديد صيغ التعليم والتعلم، وتسهيل التعلم وتنمية المهارات خارج الفضاءات التربوية التقليدية، وتحفيز الإبداع وخلق المضامين وتقاسمها مع الآخرين، والاحتراف بالهويات الفردية والتعبير عن الذات، وتقوية العلاقات الشخصية، وترسيخ الشعور بالانتماء والهوية الجماعية. وقد ركّزت الدراسات الأولى لهذه الفضاءات على تحليل كيفية تأثير الخصائص البنوية لهذه الفضاءات على التمثل الذاتي، والتعبير عن الذات وإدارتها، بينما تبنت الدراسات اللاحقة منظورا آخر، حيث سعت على دراسة توظيف العناصر البنوية والتصميمية في تفعيل التواصل والتقاسم، وخلق رأسمال اجتماعي، والتواصل الفعال. وهناك صنف آخر من الدراسات اهتم بالوجه الآخر لهذه الفضاءات، حيث اجتهد أصحابها في تبيان أنها تتركس العزلة الاجتماعية، وتركز على البعد التسويقي وتتعامل مع الأفراد كسلع، وتهدد خصوصيتهم، وتعرض هوياتهم للسرقة، وتؤثر سلباً على صحتهم، وتضعف أداءهم اللغوي، وتقلل إنتاجيتهم، وتعرض الأطفال خاصة للسلوكيات غير السوية، كما يمكن أن تكون تربة خصبة للتضليل الإعلامي ونشر الإشاعات والأقاويل والأراجيف والتلاعب

بعقول الناس وعواطفهم خاصة أثناء الأزمات؛ وهو ما يفرض ضرورة تربية الأفراد على التفكير النقدي من أجل عقلنة وترشيد سلوكهم عند التعامل معها خاصة عندما يتعلّق الأمر بالإشاعات.

ويعتمد مروجو الإشاعات في هذه الفضاءات على صيغ تعبيرية تحفيزية ومراوغة تستثمر آليات سيكولوجية قد يجد الكثير من الأفراد صعوبة في مقاومتها، من قبيل: "سارع إلى نشره (ها) قبل الحذف"؛ "هل لديك الجرأة لأرساله (ها) لمن تعرف"؛ "لا تجعله (ها) تتوقف عندك". غالباً ما تتضمن الإشاعة هذه العبارات التقديمية المتحديّة والمراوغة لدفع الأفراد إلى نشرها ومن ثم توسيع دائرة تداولها. وبين العبارة الأولى والعبارتين الأخيرتين تتموقع نصوص ذات ألوان صارخة، ونسخ من صور ذات جودة ضعيفة، وفيديوهات أو عروض باوربوينت يفتقد الكثير منها إلى المهارة. أما موضوعاتها فهي متعددة بتعدد الظروف والبيئات الاتصالية.

تتيح شبكات التواصل الاجتماعي عبر منصات المتعددة كمّاً هائلاً من المضامين المتنوعة. هذه الوفرة في المعلومات تطرح مسألة مهمة تتعلق بمعايير الاختيار، والقدرة على استيعابها وتمثلها ومن ثم معالجتها. وربما يعود السبب إلى هذه الاختيارات "المفتوحة" في النظر إلى شبكات التواصل الاجتماعي، بدهاءة، على أنها تساعد في تسريع انتشار الإشاعة. إذ يمكن، حسب أمانيال الطيّب (Taïeb, 2003)، معاينة التزايد الكبير في أعداد "الإشاعات الإلكترونية"، وذلك للتشابه في الهوية بين الإنترنت والإشاعة، حيث إنهما يخضعان لنفس "إكراهات أو ضرورات التداول"؛ وهو ما يجعل الإنترنت، بما ذلك شبكات التواصل الاجتماعي، تظهر بوصفها وسيطاً "مثالياً" لنشر الإشاعات. ويؤكد بسكال فرواسار (Froissart, 2002) هذا البعد، حيث يرى أنه بالنظر إلى أن الإنترنت تعدُّ وسيطاً لكم هائل من المضامين المختلفة، وتبدو، في الوقت نفسه، كأنها فضاء يتحكم فيه الكل وعصي على التحكم، ويتيح لأي شخص إمكانية الارتباط والتواصل مع أي شخص آخر، وعلى اعتبار أن الإنترنت بنية معقدة، فالبعض يعتبرها الوسيط المثالي للإشاعة (ياسين، ٢٠١١). إن فكرة أن الإنترنت شبكة فوضوية حيث يتم نشر وتداول كثير من المعلومات غير صحيحة. وهي من الأفكار الرائجة حتى في عالم الأكاديميا. فهي تمثل فضاء لكل أشكال الأخطار والانحرافات (السديري، ٢٠١٤)، وحاملة لشعار التضليل والتلاعب بالعقول. لكن هل يعني ذلك أن الإنترنت تعتبر فضاء نموذجياً لنمو



الإشاعة وانتشارها بينما تعدُّ وسائل الإعلام الأخرى وسيطاً للمعلومات الدقيقة والموثوقة؟ هل تجد هذه الإدانة ما تستند إليه في الواقع؟ أليست تعبيراً عن رد فاعل رافض لتكنولوجيا الاتصال والإعلام والتطورات الهائلة التي عرفتها خلال السنوات الأخيرة. إذا كان من المسلّم به أن الإنترنت تتيح إمكانية اختلاق الإشاعات ومن ثم تضليل الناس والتلاعب بعقولهم، فإن وسائل الإعلام التقليدية ليست أكثر مصداقية في هذا الشأن، إذ تشير مؤشرات التوزيع والاستماع والمشاهدة إلى أنها تراجع بل اختفى بعضها من الفضاء الإعلامي لأسباب كثيرة، ربما أهمها تراجع مصداقيتها.

تميل كثير من الدراسات إلى التأكيد على أن شبكات التواصل الاجتماعي، منها فيسبوك وتويتر، أعادت تشكيل طرق العمل الجماعي، حيث أدت دوراً محورياً في الأحداث الكبرى التي عرفها العالم مؤخراً بدءاً مما عرف بثورات "الربيع العربي" ومروراً "بانتفاضة لندن"، ووصولاً إلى العدوان على غزة. فهل الأمر مرتبط بخصائص هذه الشبكات؟ إن الطبيعة الآنية لهذه الشبكات تؤثر على سرعة انتشار هذه الأحداث (Beaumont, 2011). وما يثير الانتباه هو أن قدرة هذه الشبكات على تسريع انتشار كل أشكال المضامين، ومنها الإشاعة، التي تتخذ منها وسيطاً، لا يرتبط ببنية هذه الشبكات وسيرورة نشر الأخبار، حيث إنها لم تكن حاضرة في ذهن مهندسيها الأوائل. بل إنها تطورت بشكل صُدفي وغير مركزي لتصبح ما عليه اليوم. فمثلاً يمكن لإشاعة انطلقت من عقدة عشوائية لتويتر أن تصل، في المتوسط، إلى ٤٥.٦ مليون عضو من مجموع ٥١.٢ مليون خلال ثمانية دورات اتصالية فقط (Doerr, Fouz and Friedrich, n.d.).

من المقاربات التي ينصح بها الباحثون لتجاوز هذا الوضع، وضع تصنيف لقياس مصداقية مستخدمي هذه الشبكات؛ وهو ما يتيح التعرف على طبيعة معلومة ما، هل هي دقيقة أم أنها تنتمي إلى فئة الإشاعة. فتويتر، مثلاً، يتوفر على مجموعة من الحسابات ذات المعلومات الدقيقة، حيث يمكن التعرف عليها من خلال شارة زرقاء يضعها الموقع لتمييزها عن الحسابات الأخرى (Abassi, and Liu, 2013). لكن يبقى أن مجموع شبكات التواصل الاجتماعي غير قادرة أو ليست لديها الرغبة في التأكد من حسابات مستخدميها. لذا فإن هناك نسبة بسيطة فقط من المستخدمين يمكن التأكد من دقة معلوماتها سواء تعلق الأمر بتويتر أو غيره من شبكات التواصل الاجتماعي. إضافة إلى ذلك فإن حرص كثير من المستخدمين على البقاء مجهولين، يدفع إلى الاعتقاد بأن أغلبية مستخدمي هذه الشبكات لا يمكن التأكد من المعلومات التي يكونون مصدرها لها.

يعدُّ مستخدمو شبكات التواصل الاجتماعي غير الموثوقين مسؤولين عن الإشاعات التي يتم تداولها في هذه الشبكات. فالكثير من الأحداث التي عرفها العالم في الفترة الأخيرة أظهرت كيف يقوم كثير من المستخدمين - ليس فقط - باختلاق ونشر معلومات مضلّة، ولكن أيضاً بمحاولة منع نشر المعلومات الموثوقة؛ وهو ما دفع بعض الدول، مثل السعودية، إلى مقاضاة بعض المتورطين "في ترويج الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي" (الأبيض، ٢٠١٣).

ففي تويتر تتسم "المعلومات" التي تتعلق بالكوارث والأحداث الاجتماعية والمعلومات المستعجلة والآنية بكون ناشريها غير معروفين أو أنهم من المستخدمين الذي يفقدون إلى الشعبية على شبكات التواصل الاجتماعي. وفي مثل هذه الحالات، فإن من تصل إليه "المعلومة" لا يملك المهارات أو الوقت الكافي للتأكد من دقتها. وبما أنه لا يستطيع تقييمها أو تقييم مصدرها، فإنه غالباً ما يعتمد على مدى شعبية المصدر أو المضمون (عدد المتابعين، أو عدد مرات إعادة التغريد (retweet)). هذه الوضعية تمنح المستخدمين المنتظمين أفضلية مقارنة بغيرهم؛ وهو ما حدث مثلاً في فترة "الربيع العربي"، وما زال يحصل إلى اليوم، حيث كان هناك تنسيق بين كثير من المستخدمين لنشر مضامين ضد هذه الانتفاضات، وربما كان بعض هؤلاء موظفين حكوميين. واتسم عمل هؤلاء بحسن التنظيم ونشر تغريدات بعضهم البعض؛ وهو ما يمنح المضامين التي ينشرونها حضوراً أكبر على تويتر.

ولا يختلف الأمر مثلاً في يوتيوب وإن كان أقل مما عليه الأمر في تويتر نظراً لطبيعة الوسيطين. ففي كثير من الحالات يقوم عدد كبير من المستخدمين بالقيام بعمل جماعي منسق يهدف إلى دفع القائمين على الموقع إلى سحب فيديو كليب مثلاً. فيلجؤون إلى إرسال تقارير زائفة حول الفيديو المعني، وهو ما يؤدي في حالات كثيرة إلى حذفه من اليوتيوب.

أما المثال الثالث، فيظهر في أنظمة التصويت على المضامين. ففي هذه الأنظمة يحصل المستخدمون الذين يؤازرون مؤيدون كثر على أصوات أكثر، ويروجون مضامينهم بطريقة أيسر وأفضل. وتتسم هذه الأنظمة بوجود مجموعات أو زمر متآزرة تصوّت لبعضها لبعض، أو تصوّت ضد مضامين مجموعات أخرى أو منح نفس المضامين تصنيف سلبي، ومن ثمّ التقليل من شأنها.

وفي كل الحالات، فإن الأعمال التي يقف وراءها عمل جماعي منسق، تقوم، بطريقة غير مباشرة، باستبعاد أو تحييد المضامين المستقلة من الانتشار والرواج في شبكات التواصل الاجتماعي. ويتسم هذا الشكل من العمل عمومًا بوجود عدد كبير من الحسابات واستثمارها لنشر مضامين القائمين عليها. إضافة إلى التصويت لصالح المستخدمين الذين ينتمون إلى المجموعة نفسها، وذلك بغض النظر عن المضمون. وبما أن التصويت يكون للمستخدم وليس للمضمون، فإن عدد الأصوات التي يكون مصدرها أفراد المجموعة لا تحيل إلى جودة المضمون، وهو ما يشبه التصويت في كثير من الانتخابات حيث يمنح الفرد صوته إلى حزبه، من باب الولاء الحزبي، وليس بناء على البرنامج الانتخابي.

### التفكير النقدي الجماعي كآلية للحد من الإشاعة

تركز الإيستيمولوجيا على دراسة آليات إنتاجنا للمعارف، وتضعها موضوع تساؤل ومساءلة، إنها تفكير في المنهج وليست تفكيراً بالمنهج، أي أنها معرفة حول المعرفة. وتهتم الإيستيمولوجيا، إلى جانب المعرفة في حد ذاتها، ببحث إشكالية ارتباط المعرفة بمفاهيم أخرى مثل الحقيقة والاعتقاد. وتعدُّ إستيمولوجيا الدليل أو البينة مهمة لأن جزءاً كبيراً من المعلومات التي نمكها حول العالم لا نحصل عليها من خلال ملاحظتنا أو معاناتنا الشخصية بل من الآخرين؛ وهو ما يدفعنا إلى بناء اعتقاداتنا على الثقة والمصادقية. وهذا الأمر ليس بمستغرب إذا علمنا أن الثقافة تعتمد اعتماداً كبيراً على تبادل المعلومات والثقة فيما تتقاسمه الأفراد. وهو ما عبّر عنه ديفيد هيوم في أحد كتبه الكلاسيكية والذي حمل عنوان "بحث في الفهم الإنساني" ونشر في 1784. وقد اجتهد الباحث فليس ( Fallis, 2004) في تبيان كيف يمكن الاستفادة من بعض النظريات الكلاسيكية حول الفهم الإنساني للمعرفة، بما فيها كتابات هيوم، للتحقق من المعلومات بحواملها المختلفة، بما في ذلك الويب. وذكر الباحث، خلال تحليله لسيرورة التحقق من المعلومات، أربع خصائص يجب الانتباه إليها للوصول إلى تقييمات ممكنة ودقيقة قدر الإمكان، وهي: السلطة المرجعية (هل المعلومات صادرة عن سلطة مرجعية في القضية المعنية؟)، والمعقولية والدعم (هل المعلومات معقولة ويوجد ما يدعم صحتها؟)، التعزيز الخارجي المستقل (هل هناك مصادر مستقلة تؤكد صحة المعلومات؟)، والعرض (هل هي معروضة بشكل يوحى

بدقتها؟). إذا كانت هذه هي متطلبات القبول بدقة المعلومات وصدقها في السياقات العادية، فإن الحاجة إلى التركيز والحضور الذهني، ومن ثم القدرة على غربلة المعلومات وفرز الغث من السمين، في الوضعيات التي تكثر فيها الإشاعات، مثل الهجمات الإرهابية، والأعاصير والتسوناميات، تصبح ضرورة حياتية لبقاء الأفراد آمنين.

تؤكد كثير من الدراسات على أن هناك متغيرات كثيرة تؤثر على انتقال وتداول الإشاعة، منها الدقة، والقلق، وأهمية الأحداث موضوع الإشاعات (Walker, C.J. and Beckerle, C.A., 1987; Allport, and Postman, 1946; Rosnow, 1991). فقد حلل أولبرت وبوستمان انتشار الإشاعات بعد الحرب العالمية الثانية، ووجد أن انتشارها يرتبط بأهمية الموضوع بالنسبة للفرد وغموض البراهين التي يتم الاستناد إليها في تقديم الموضوع المعني (Allport, and Postman, 1946). كما يعدُّ القلق من المتغيرات الأخرى التي تسهل انتشار الإشاعات. فالطلاب المصابون بالقلق يميلون إلى القول بأنهم سمعوا إشاعة ما (Anthony, 1973). فاحتمالية تقاسم الأفراد الإشاعة مع من يعرفون مرتبط بحالة القلق التي يجدون أنفسهم فيها (Rosnow, Esposito, and Gibney, 1988). وقد ذهب أحد الباحثين إلى أن حصول الفرد على مهارات التفكير النقدي يقلل من ميله إلى تصديق الإشاعة وتداولها، حيث إن هناك علاقة جدلية بين المتغيرين (Chorus, 1953).

ويحتاج تفعيل هذه المهارات بداية إلى الثقة في النفس وتبني إستراتيجية تقوم على التأكد من مصدر المعلومة، والتاريخ، والأطراف التي أخذت بها. وطرح أسئلة من قبيل: هل المؤشرات التي تضمنتها المعلومة معقولة؟ هل الشخص أو الأشخاص المذكورون على علم بها؟ هل هناك عدم اتساق وتناقضات في نصها؟ هل الحجج العلمية المستخدمة منطقية؟ هل يتم توظيف السرد في استثارة عاطفة المتلقي وتضامنه، وذلك من خلال استخدام مصطلحات وعبارات تدعو إلى التماهي مع الأشخاص والأحداث المذكورة (اللعب على وتر القرب العاطفي أو الاجتماعي والثقافي)؟ هل هناك حضور للتعليقات أو الأحكام القيمية فيما يتعلق بالأحداث التي يتضمنها النص؟

وإذا تعلق الأمر بأحداث تقع ضمن محيطنا القريب، فيمكن التحقق من المعلومات بالرجوع إلى الأشخاص أو المؤسسات المعنية بهذه الأحداث. أما إذا كان الأمر يتعلق بأحداث تقع خارج نطاق محيطنا القريب، فيمكن اللجوء إلى بعض المواقع المتخصصة في

غربة المعلومات والتحقق من صحتها، مثل "هيئة مكافحة الإشاعات" في المنطقة العربية والتي أشرنا إليها سابقاً، و Snopes ، TruthOrFiction.com ، VMYths ، Hoax Busters . فالتفكير النقدي، إذن، يمنح الأفراد القدرة على غربة المعلومات، واختيار الدقيق منها، ورفض تلك التي يغلب عليها الغموض، ومن ثم عدم الإسهام في تداولها. فالفوارق بين الأشخاص - بما في ذلك تلك المتعلقة بقدرات التفكير النقدي - تُسهم في كيفية التعامل مع الإشاعات (Shibutani, 1966). فالأفراد الذين يتمتعون بكفايات نقدية خلال انتشار الإشاعات على الشبكات الاجتماعية وخاصة تلك التي ترتبط بأحداث كبرى، منها الثورات والزلازل والأعاصير والتسونامي، هم أقدر على التعامل معها. ويمكن تقسيم الأفراد في هذه السياقات (الأزمات الكبرى) إلى ثلاث فئات، حيث نجد في الفئة الأولى أولئك الذين يستطيعون رد الإشاعة إلى المصدر، وتضم الفئة الثانية القادرين على الكشف عن الإشاعة ونقدها، وينتمي إلى الفئة الثالثة الذين يقومون بنشر الإشاعات أو الانتقادات التي تناولتها أو كلاهما معاً (Tanaka, Sakamoto, Matsuka, 2013). ولا تخلو الشبكات الاجتماعية من هذه الفئات الثلاث.

فقد قامت إحدى الدراسات (Tanaka, Sakamoto, Matsuka, 2013) بنشر تغريدات/ إشاعات كاذبة على إحدى شبكات التواصل الاجتماعي (تويتر) للتعرف على ردود مجموعتين من الأفراد تجاه الزلزال الذي ضرب اليابان في مارس ٢٠١١، واحدة تعرضت لتغريدات تتضمن الإشاعات، والأخرى تعرضت لنفس التغريدات إضافة إلى تغريدات أخرى أو تعقيبات تحمل رأياً ناقداً. وقد أظهرت نتائج الدراسة أن سياقات التلقي مهمة جداً حيث إن التعرض لتغريدات وآراء تتقدم مضامينها يقلل من ميل الأفراد إلى تصديقها ونشرها. وقد قسّمت الدراسة الأفراد إلى فئة الراضين لنشر التغريدات التي تتضمن إشاعة ما. وفئة المروجين الضعفاء الذين أبدوا رغبة في نشر الإشاعة بين عدد قليل ممن يعرفون يتراوح بين شخص واحد وعشرة آلاف شخص. وفئة الثالثة تضم المروجين الأقوياء، وهم الذين أبدوا عدم ممانعتهم في نشر الإشاعة بين عدد كبير يتجاوز العشرة آلاف. وفئة أخيرة صنفتها الدراسة على أنها فئة "الناشرين"، وهي التي أبدت تقبلها لنشر الإشاعة وتقاسمها مع ٣٨٣ مليون مشترك في تويتر. (يمثل هذا العدد عدد مشترك في تويتر ٢٠١٢، وهي سنة إجراء الدراسة).

كما أن تحليل الفوارق النفسية عندما تعلق الأمر بالتفاعل مع مضمون التغريدات والانتقادات التي وجهت لها أظهر أن أولئك الذين تعرضوا للإشاعة والنقد الموجه لها أقل ميلاً إلى تصديقها مقارنة بالذين تعرضوا فقط للإشاعة؛ وهو ما يبيّن، كما أشرنا إلى ذلك سابقاً، أن الدحض أو التكذيب يقلل من الميل إلى تصديق الإشاعات وترويجها (Bordia, DiFonzo, Haines, and Chaseling, 2005 ; Koller, 1993). وهو ما ينطبق على متغيرات الأهمية والدقة والقلق أيضاً، إذ إن هناك علاقة جدلية بينها وبين الإشاعة، حيث إنه كلما كان إحساس الأفراد، مثلاً، بأهمية إشاعة ما قوياً، كلما كان ميلهم إلى ترويجها قوياً أيضاً.

وهو ما يدفعنا إلى القول إلى أن وجود آلية تكنولوجية واجتماعية تقوم على تعزيز وترسيخ التفكير النقدي لمستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي، سيساعد على تجاوز كثير من التضليل والتلاعب، خاصة أثناء فترة الأزمات والكوارث. فالإشاعات تتكاثر بشكل أكبر أثناء هذه الفترات وتتسرب إلى حياة الأفراد ببسر أكبر، ذلك أنها تمثل عدم اليقين والمجهول. وإذا كان من المسلم به أنه لا يمكن التخلص من الإشاعات بشكل نهائي، إلا أنه يمكن التخفيف منها ومن ثم ضبط المظاهر المرتبطة بها مثل القلق. ويتطلب الأمر الاستثمار في هذه الآلية، وغيرها من الآليات الأخرى، منها استحداث وظائف جديدة ضمن الشبكات، مثل "وضع الكارثة" أو "وضع التفكير النقدي" تمكّن من الكشف عن التعليقات المريبة أو المعلومات غير الموثوقة أو المضامين النقدية، وإظهارها للمستخدم بشكل منظم وفاعل.

إن تقاسم المهارات والكفايات الجماعية للحد من انتشار الإشاعات، يجد مرجعه في التوجه الحالي نحو الأخذ بالذكاء الجماعي وحوامله الرقمية المختلفة، بما في ذلك شبكات التواصل الاجتماعي، حيث يمثل ظاهرة تعدد الكثير من المهارات والسلوكيات الذكية التي يمكن بناءها انطلاقاً من مجموع أشكال التعقد الإعلامية والاجتماعية والتقنية والاقتصادية والسياسية، وذلك من خلال استثمار القوة الجماعية للأفراد، وفي حالات أخرى بالاعتماد على صيغة هجينة تجمع الأفراد بالآلات.

تعدّ المقاربة التجميعية أو القائمة على التجميع من أكثر المقاربات انتشاراً، حيث إنها تحيل إلى الذكاء الجماعي الذي تقوم الآلات بتوليده انطلاقاً من الذكاء البشري لأفراد قد يكونون متباعدين جغرافياً، ولكنهم مترابطون شبكياً. وتقوم أدوات الذكاء

الجماعي بالتقاط مشاركات المستخدمين في الفضاءات الرقمية وتجميعها، ومن ثم توليد فهم أفضل للمحيط الذي يتحرك فيه الأفراد؛ وهو ما يقود بدوره إلى اتخاذ قرارات وممارسات أكثر ذكاء ودقة. وهناك أشكال أخرى للذكاء الجماعي، منها التعهيد الجماعي crowdsourcing، والتمويل الجماعي crowdfunding، والاختبار الجماعي crowdtesting (Malone, Laubache and Dellarocas, 2009).

أما المقاربة الثانية التي يمكن تبنيها في هذا السياق، فهي مقاربة الإبداع الجماعي. وتعود جذور هذه المقاربة إلى الفرنسي بيار ليفي Lévy الذي عرف الذكاء الجماعي، في السياقات الشبكية، بأنه شكل من أشكال الذكاء الموزع بشكل كوني، والخاضع للتحسين المستمر، والمتناغم بشكل آني، والذي ينتج عنه استثمار فعلي وفعال لكل المهارات (Lévy, 1997). وتقوم هذه المقاربة على فكرة تمكين المستخدمين من التفكير بشكل جماعي بهدف فهم ومعالجة قضايا مفاهيمية وخلافية، مثل صناعة القرارات، وإدارة البيئة، وكثير من القضايا الاجتماعية المتنوعة، مثل الكشف عن الإشاعات. وتتطلب هذه المقاربة مستوى متقدماً من الوعي والالتزام من قبل الأطراف المعنية. ويتولد الذكاء الجماعي في هذه المقاربة من خلال الاعتماد على مجموعات صغيرة الحجم يعمل أعضاؤها بشكل متكامل لتحقيق هدف مشترك. ويشكل هذا الوعي أو غيابها الفرق الأساسي بين المقاربتين.

هاتان المقاربتان التجميعية والإبداع الجماعي، واللتان تقومان على الفاعلية الجماعية، يمكن الأخذ بهما في بناء إستراتيجيات التفكير النقدي الجماعي باعتبار هذا التفكير حاصل جهد جماعي تراكمي، يمكن أن يؤدي إلى الكشف عن الإشاعات في شبكات التواصل الاجتماعي في مراحل مبكرة من ظهورها. فالطبيعة البشرية يغلب عليها الميل إلى نشر وتداول وترويج الإشاعات خاصة عندما تعيش وضعيات تتسم بعدم اليقين. لذا فإن الأمر يتطلب تربية الأفراد على التفكير النقدي الجماعي، وتصميم أنظمة تكنولوجية واجتماعية لتدعيم التفكير النقدي عند مختلف الفئات الاجتماعية. ولا يتطلب الأمر في هذه الأنظمة امتلاك الفرد فكراً نقدياً في كل شيء وفي أي وقت، بل أنه يقوم على الاستفادة الأفراد من الكفايات والمهارات النقدية لبعضهم البعض، حيث يتقاسمون هذه المهارات في تجاوز الإشاعات والمشكلات الاجتماعية عموماً. وقد تبين من خلال ما سبق أن مثل هذه الآليات يمكن أن تسهم في الحد من انتشار الإشاعة في الفضاءات الإلكترونية ومنها شبكات التواصل الاجتماعي.

## المراجع

- الأبيض، سعيد. (٢٢ نوفمبر ٢٠١٣). إحالة متورطين في ترويج الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي إلى القضاء. الشرق الأوسط. مسترجع بتاريخ ١٩ سبتمبر 2015 من <http://www.aawsat.com/home/article/10613>
- السديري، تركي بن عبد العزيز (٢٠١٤). توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية الأمنية ضد خطر الشائعات. دراسة مسحية على العاملين في إدارات العلاقات العامة بقطاعات وزارة الداخلية (رسالة ماجستير، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، المملكة العربية السعودية). مسترجع بتاريخ ١٥ نوفمبر ٢٠١٥ من <http://cutt.us/Zq0Ba>
- بن سعيد الغامدي، حاتم، يحيى، جبران (٢٠ سبتمبر ٢٠١٢). الخوف يسهل قبول المعلومة المغلوطة. والتفكير الناقد يحد من انتشار الشائعة. الشرق. مسترجع بتاريخ ٢٦ ديسمبر ٢٠١٥ من <http://www.alsharq.net.sa/2012/09/20/496616>
- ميهيلديس، بول، وتيفينين، بنجامين (د.ت). التربية الإعلامية: كفاءات أساسية للمواطنة الفاعلة في ديمقراطية تشاركية. مسترجع بتاريخ ١٧ أغسطس ٢٠١٦ من <https://mdlab2013.files.wordpress.com/2013/07/d8a8d988d984-d985d98ad987d8a7d98ad984d98ad8afd98ad8b3-d988-d8a8d986d8acd8a7d985d98ad986-d8abd98ad981d98ad986d98ad986.pdf>
- ياسين، محمد. (٢٥ أكتوبر ٢٠١١). الشائعات شوكة في ظهر الإعلام الجديد. صحيفة الخليج. مسترجع بتاريخ ١٤ أكتوبر ٢٠١٥ من <http://www.alkhaleej.ae/supplements/page/38b35fc2-2dfb-4759-8c28-662340d30527>
- Abhasi, M.A. and Liu, H. (2013). Measuring User Credibility in Social Media. Lecture Notes in Computer Science, 7812, 2013. Retrieved September 8, 2015, from <http://www.public.asu.edu/~mabbasi2/papers/2013-sbp13-credibility/sbp13-credibility.pdf>
- Akoun, A (n.d.). Rumeur. Encyclopædia Universalis. <http://www.universalis.fr/encyclopedie/rumeur/>
- Allport, G.W. and Postman, L. (1946). An Analysis of Rumor. The Public Opinion Quarterly, 10(4), 501-517. Retrieved September 27, 2015, from <http://poq.oxfordjournals.org/content/10/4/501.full.pdf>
- Anthony, S. Anxiety and Rumor. (1973). The Journal of Social Psychology, 89(1), 91-98. Retrieved October 11, 2015, from <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/00224545.1973.9922572?journalCode=vsoc20>
- Aufderheide, P. (1992). Media Literacy. A Report of the National Leadership Conference on Media Literacy. Washington, DC: Aspen Institute. Retrieved August 17, 2016, from <http://files.eric.ed.gov/fulltext/ED365294.pdf>
- Beaumont, P. (2011, February 25). The truth about Twitter, Facebook and the uprisings in the Arab world. The Guardian. Retrieved June 23, 2015, from <http://www.theguardian.com/world/2011/feb/25/twitter-facebook-uprisings-arab-libya>



- Beer, D. (2008). Social Network(ing) Sites Revisiting the Story So Far: A Response to danah boyd & Nicole Ellison. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(2), 516-529. Retrieved August 15, 2016, from <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2008.00408.x/full>
- boyd, d., and Nicole B. E. (2008). Social Networking Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210=230. Retrieved August 15, 2016, from <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x/pdf>
- Bloch, F. Demange, G. and Kranton, R. (2014). Rumors and Social Networks. Paris School of Economics. Retrieved December 19, 2015, from <http://hal.archives-ouvertes.fr/docs/00/96/62/34/PDF/wp201415.pdf>
- Bordia, P., DiFonzo, N., Haines, R., and Chaseling, E. (2005). Rumors Denials as Persuasive Messages: Effects of Personal Relevance, Source, and Message Characteristics. *Journal of Applied Social Psychology*, 35(6), 1301-1331. Retrieved December 21, 2015. <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1559-1816.2005.tb02172.x/abstract>
- Breton, P. (2000). La parole manipulée. Paris : la Découverte.
- Bulinée, F. (2008, octobre-décembre). Rumeurs et attaques informationnelles sur Internet. *Cahiers de la Sécurité*, 6, 34-41. Retrieved October 6, 2015, from [https://www.inhesj.fr/sites/default/files/fichiers\\_site/cahiers\\_secu/cs6.pdf](https://www.inhesj.fr/sites/default/files/fichiers_site/cahiers_secu/cs6.pdf)
- Chorus, A. (1953). The Basic Law of Rumor. *Journal of Abnormal Psychology*, 48(2), 313-314. Retrieved December 27, 2015, from <http://psycnet.apa.org/index.cfm?fa=buy.optionToBuy&id=1954-02537-001>
- Collin, P., Rahilly, K., Richar, I., Third, A. (2011, April). The Benefits of Social Networking Services. Retrieved August 15, 2016, from [http://www.uws.edu.au/\\_data/assets/pdf\\_file/0003/476337/The-Benefits-of-Social-Networking-Services.pdf](http://www.uws.edu.au/_data/assets/pdf_file/0003/476337/The-Benefits-of-Social-Networking-Services.pdf)
- Doerr, B., Fouz, M. and Friedrich, T. (n.d.). Why Rumors Spread Fast in Social Networks. Retrieved November 26, 2015, from <http://people.mpi-inf.mpg.de/~tfried/paper/2012CACM.pdf>
- Difonzo, N. and Bordia, P. (2000). How top PR Professionals Handle Hearsay: Corporate Rumors, Their Effects, and Strategies to Manage Them. *Public Relations Review*, 26(2), 173-190. Retrieved June 16, 2015, from [https://www.researchgate.net/publication/222145655\\_How\\_Top\\_PR\\_Professionals\\_Handle\\_Hearsay\\_Corporate\\_Rumors\\_Their\\_Effects\\_and\\_Strategies\\_to\\_Manage\\_Them](https://www.researchgate.net/publication/222145655_How_Top_PR_Professionals_Handle_Hearsay_Corporate_Rumors_Their_Effects_and_Strategies_to_Manage_Them)
- Ennis, R.H. (1996). Critical Thinking Dispositions: Their Nature and Assessability. *Informal Logic* 18(2-3), 165-182. Retrieved May 26, 2015 from [http://ojs.uwindsor.ca/ojs/leddy/index.php/informal\\_logic/article/viewFile/2378/1820](http://ojs.uwindsor.ca/ojs/leddy/index.php/informal_logic/article/viewFile/2378/1820)
- Facione, P. A. (2000). The disposition toward critical thinking: Its character, measurement, and relation to critical thinking skill. *Informal Logic*, 20(1), 61-84. Retrieved August 16, 2016, from [http://ojs.uwindsor.ca/ojs/leddy/index.php/informal\\_logic/article/view/2254/1698](http://ojs.uwindsor.ca/ojs/leddy/index.php/informal_logic/article/view/2254/1698)
- Fallis, D. (2004, Winter). On verifying the accuracy of information: Philosophical perspectives. *Library trends*, 52(3), 463-487. Retrieved August 18, 2016, from <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.84.6187&rep=rep1&type=pdf>
- Feuerstein, M. (1999, March). Media Literacy in Support of Critical Thinking. *Journal of Educational Media*, 24(1), 43-54. Retrieved November 11, 2015, from [https://www.researchgate.net/publication/33702536\\_Media\\_Literacy\\_in\\_Support\\_of\\_Critical\\_Thinking](https://www.researchgate.net/publication/33702536_Media_Literacy_in_Support_of_Critical_Thinking)
- Frijters, S., Dam, G. T. and Rijlaarsdam, G. (2008). Effects of Dialogic Learning on Value-Loaded Critical Thinking. *Learning and Instruction*, 18(1), 66-82. Retrieved June 14, 2015, from <http://dare.uva.nl/document/2/62236>
- Froissart, P. (2002). Rumeurs sur Internet. *Les cahiers de médiologie*, 13, 201-204. Retrieved September 19, 2015, from <http://www.cairn.info/publications-de-Froissart-Pascal--34337.htm>
- Giroux, A. (1991). La "tête bien faite": à réinventer. *Canadian Journal of Education*, 16(4), 397-419. Retrieved May 30, 2015, from <http://www.csse-scee.ca/CJE/Articles/FullText/CJE16-4/CJE16-4-02Giroux.pdf>
- Kapferer, J. N. (1987). Rumeurs : le plus vieux média du monde. Paris: Seuil.

- Kennedy, M., Fisher, M. B., & Ennis, R. H. (1991). Critical thinking: Literature review and needed research. In L. Idol & B.F. Jones (Eds.), *Educational values and cognitive instruction: Implications for reform* (pp. 11-40). Hillsdale, New Jersey: Lawrence Erlbaum & Associates. Retrieved August 16, 2016, from [http://samples.sainsburysebooks.co.uk/9781135434700\\_sample\\_861463.pdf](http://samples.sainsburysebooks.co.uk/9781135434700_sample_861463.pdf)
- Kostka, J., Oswald, Y. A., Wattenhofer, R. (2008). Word of Mouth: Rumor Dissemination in Social Networks. *Structural Information and Communication Complexity*, 5058. 185-196 Retrieved December 6, 2015, from <http://www.tik.ee.ethz.ch/file/218d8ccdf54c17741a0ca4e6cbc452fe/sirocco08KOW.pdf>
- Lévy, P. (1997). *L'intelligence collective. Pour une anthropologie du cyberspace*. Paris : La Découverte.
- Lewis, A., & Smith, D. (1993). Defining higher order thinking. *Theory into Practice*, 32(3), 131-137. Retrieved August 14, 2016, from <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/00405849309543588?journalCode=htip20>
- Malone, T. W., Laubacher, R. and Dellarocas, C. (2009, February). *Harnessing Crowds: Mapping the Genome of Collective Intelligence*. MIT Center for Collective Intelligence. Working Paper No. 2009-001. Retrieved August 21, 2016, from <http://cci.mit.edu/publications/CCIwp2009-01.pdf>
- Mandiberg, M. (2012). Introduction. In Mandiberg, M. (Eds.), *The Social Media Reader* (6-9.) New York: New York University Press Retrieved August 16, 2016, from <http://media-study.com/resources/pdfs/socialmedia.pdf>
- Morin, E. (1969). *La rumeur d'Orléans*. Paris: Seuil.
- O'Reilly, T. and Battelle, J. (2009). *Web Squared: Web 2.0 Five Years On*. Special report. Retrieved August 23, 2016, from [http://assets.en.oreilly.com/1/event/28/web2009\\_websquared-whitepaper.pdf](http://assets.en.oreilly.com/1/event/28/web2009_websquared-whitepaper.pdf)
- Penningroth, S. and Despain, L. A. (2007). Course Designed to Improve Psychological Critical Thinking. *Teaching of Psychology*, 34(3), 153-157. Retrieved June 6, 2015, from [https://www.researchgate.net/publication/233442793\\_A\\_Course\\_Designed\\_to\\_Improve\\_Psychological\\_Critical\\_Thinking](https://www.researchgate.net/publication/233442793_A_Course_Designed_to_Improve_Psychological_Critical_Thinking)
- Renard. J.-B. (1999). *Rumeurs et légendes urbaines (Que sais-je? 3445)*. Paris : Presses universitaires de France.
- Rouquette, M.L. (1970). *Les rumeurs*. Paris : Presses universitaires de France.
- Rosnow, R.L. (1991, May). Inside Rumor: A Personal Journey. *American Psychologist*, 46(5), 484-496. Retrieved November 29, 2015, from [https://www.researchgate.net/publication/232562126\\_Inside\\_rumor\\_A\\_personal\\_journey](https://www.researchgate.net/publication/232562126_Inside_rumor_A_personal_journey)
- Rosnow, R. L., Esposito, J. L., and Gibney, L. (1988). Factors Influencing Rumor Spreading: Replication and Extension. *Language Communication*, 8(1), 29-42. Retrieved June 29, 2015, from <http://psycnet.apa.org/psycinfo/1989-08359-001>
- Shibusani, T. (1966). *Improvised News: A Sociological Study of Rumor*. Indianapolis: The Bobbs-Merrill Company, Inc. Retrieved October 22, 2015, from [https://books.google.ae/books?redir\\_esc=y&id=zJypXrE2xqAC&q=17#v=snippet&q=17&f=false](https://books.google.ae/books?redir_esc=y&id=zJypXrE2xqAC&q=17#v=snippet&q=17&f=false)
- Taïeb, E. (2003). De quelques rumeurs après le 11 septembre 2001. *Quaderni*, 50-51, 5-22. Retrieved June 24, 2015, from [http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/quad\\_0987-1381\\_2003\\_num\\_50\\_1\\_1214](http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/quad_0987-1381_2003_num_50_1_1214)
- Tanaka, Y., Sakamoto, Y. and Matsuka, T (2013). *Toward a Social Technological System that Inactivates False Rumors through the Critical Thinking of Crowds*. 46th Hawaii International Conference on System Sciences. Retrieved December 15, 2015, from [http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2150299](http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2150299)
- Turkle, S. (1999, November). *Cyberspace and Identity*. *Contemporary Sociology*, 28(6), 643-648. Retrieved August 13, 2016, from <http://people.exeter.ac.uk/jp501/Turkle-CyberspaceIdentity.pdf>
- Turkle, S. (1995). *Life on the Screen: Identity in the Age of the Internet*. New York: Simon and Schuster.
- Walker, C.J. and Beckerle, C.A. (1987). The Effect of State Anxiety on Rumor Transmission. *Journal of Social Behavior and Personality*, 2(3), 353-360. Retrieved June 29, 2015, [https://www.researchgate.net/publication/232582225\\_The\\_effect\\_of\\_anxiety\\_on\\_rumor\\_transmission](https://www.researchgate.net/publication/232582225_The_effect_of_anxiety_on_rumor_transmission)



## **The Role of Critical Thinking in Dealing Rationally with Rumors on Social Networks**

### **Abstract**

This paper investigates the phenomenon of rumor and its stages from the perspective of social influence. It specifically focuses on trying to understand the mechanisms of its spread in social networks. It also includes some intellectual efforts on the need to adopt critical thinking and how it can be invested in reducing rumors in these spaces. Building a social and technological paradigm in which critical thinking is based on investing the collective capacity of the public in revealing inaccurate information is critically fundamental. Individuals can benefit from the critical skills of others in identifying rumors, and thus the system disrupts their spread.

The paper showed that human nature tends to propagate and promote rumors, especially when they live in uncertain situations. This situation requires the education of individuals to think critically, and the design of technological and social systems to support this thinking in different social groups. It is not necessary in these systems to possess an individual critical thinking at all and at any time, but it is based on the benefit of individuals of competencies and skills of each other, as they share these skills in overcoming rumors and social problems in general. It has been shown that such mechanisms can contribute to reducing the spread of rumor in cyberspace, including social networks.

### **Key words**

Critical thinking, rational thinking, rumors, social networks, critical competencies, collective critical thinking.

---



# **The Role of Critical Thinking in Dealing Rationally with Rumors on Social Networks**

**Dr. Alsadiq Rabah**

Saddek Rabah, Ph.D., Emirates College of Technology, UAE

---