

أثر التضليل الإعلامي على الأوضاع الاقتصادية في السودان (2020 – 2022م)

أستاذ الصحافة المساعد – جامعة الفاشر

د. أنور هارون شمبال

مستخلص:

ناقشت الورقة تأثير التضليل الإعلامي والمعلوماتي على الأوضاع الاقتصادية في السودان في الفترة من يناير 2020م إلى ديسمبر 2022م؛ وإلى أي مدى أسهمت وسائل الإعلام الرقمية في توسيع دائرة نشر المعلومات الزائفة؟. واستهدفت توضيح أساليب التضليل الإعلامي وتأثيره على الوضع الاقتصادي، ولفت الانتباه إلى مخاطره على عملية التحول الديمقراطي في السودان. واتبعت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، ودراسة عينة عمدية لعدد (50) مفردة من اقتصاديين وصحفيين وأساتذة جامعات عبر استمارة استبيان. وأثبتت الدراسة وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين تقديم وسائل الإعلام معلومات مضللة في تناولها للقضايا الاقتصادية، وتأثير التضليل الإعلامي والمعلوماتي على الوضع الاقتصادي في السودان. وبرز التأثير في: زعزعة ثقة ومعنويات الشباب، وازدهار تجارة الممنوعات (المخدرات والسلاح...)، وتبديد إمكانات وموارد الدولة، وعدم الاستقرار في السياسات، وتدني الإنتاج والخدمات.

الكلمات المفتاحية: أوضاع اقتصادية ، معلومات زائفة ، تحول ديمقراطي

The Impact of Media Disinformation on the Economic Situation in Sudan: 2020- 2022

Dr. Anwar Haroun Shambal Assistant Professor of Journalism –
University of El Fasher

Abstract.

The paper discussed the impact of media and information misinformation on the economic situation in Sudan from January 2020 to December 2022; And to what extent did digital media contribute to expanding the circle of dissemination of false information? It aimed to clarify the methods of media disinformation and its impact on the economic situation, and to draw attention to its dangers to the process of democratic transition in Sudan. The study followed the analytical descriptive approach, and studied a deliberate sample of (50) individual economists, journalists and university professors through a question-

naire. The study proved the existence of a statistically significant relationship between the media's provision of misleading information in dealing with economic issues, and the impact of media and information misinformation on the economic situation in Sudan. The impact was evident in: destabilizing the confidence and morale of young people, flourishing the illicit trade (drugs and weapons...), wasting the capabilities and resources of the state, instability in policies, and declining production and services.

Keywords: economic situation, false information, democratic transition

مقدمة:

رغم الانجازات التي تحسب لصالح وسائل الإعلام من فضحها للكاذب الحكومية، وتقديمها للأدلة على مجرمي الحروب، ودورها في التثقيف والتربية والترفيه والإبداع والسلام، إلا أنها تظل مجرد أداة تسويق موجهة ومسررة وليست حرة مخيرة؛ ما دامت خاضعة مادياً لمؤسسات إقتصادية وسياسية لها توجهات أيديولوجية تحاول تحقيقها.⁽¹⁾ فالإعلام له مقدرة في تدوير الحقائق لتصب في صالح جهة بعينها، لأنه لم يعد كما كان في السابق مجرد خطاب بين فئتين، بل صار شريكاً أساسياً في صياغة وصناعة الأحداث، وتطوير هذه الأحداث والوقائع وتوجيه اتجاهاتها.⁽²⁾

لم يُعد التضليل الإعلامي نهجاً حديثاً أو طارئاً، بل هو متعلق بممارسة النشاط الإعلامي بأنواعه ومستحدثاته كافة؛ وطالما هناك نشاط إعلامي؛ فإن عمليات التضليل، تصبح جزءاً من هذا النشاط.⁽³⁾ يقول سبحانه وتعالى: ﴿إِنَّمَا أَحْسَبَ النَّاسُ أَنْ يُتْرَكُوا أَنْ يَقُولُوا آمَنَّا وَهُمْ لَا يُفْتَنُونَ* وَلَقَدْ فَتَنَّا الَّذِينَ مِنْ قَبْلِهِمْ فَلَيَعْلَمَنَّ اللَّهُ الَّذِينَ صَدَقُوا وَلَيَعْلَمَنَّ الْكَاذِبِينَ﴾⁽⁴⁾ فالخطاب في هذه الآيات موجه للناس كل الناس. ويؤثر التضليل الإعلامي تأثيراً جوهرياً على الأوضاع كافة وأكثرها عمقاً على الأنشطة الاقتصادية، لأنه مرتبط بعمليات فساد. وتبعاً لذلك يضطرب صانعوا القرار الاقتصادي ويترددون من اتخاذ القرارات المصرية، وقد يجبر الحكومات في بعض الأحيان إلى تسيير دولاب الدولة بلا موازنات سنوية، كما هو ماثل في الوضع في السودان.

تناقش الورقة أسئلة محورية حول تأثير التضليل الإعلامي والمعلوماتي على الأوضاع الاقتصادية في السودان في الفترة من يناير 2020م إلى ديسمبر 2022م؛ ولماذا تمارس وسائل الإعلام التضليل؟، وإلى أي مدى أسهمت وسائل الإعلام الرقمية في توسيع دائرة نشر المعلومات الاقتصادية الزائفة؟، وما أثره على النشاط الاقتصادي؟ وهل بالامكان رسم قواعد وأخلاقيات وقوانين تحد من انتشاره؟

المشكلة:

تنامت ظاهرة التضليل الإعلامي وتزييف المعلومات مع التطور التقني لوسائل الاتصال، وظهور مواقع التواصل الاجتماعي والتي جعلت الإعلام يمارس من قبل أي شخص يمتلك الوسيلة، من غير حاجة إلى معرفة قواعد العمل الصحفي أو الإعلامي، أو ميثاق شرف صحفي، أو أخلاقيات إعلامية ضابطة الأمر الذي جعل فضاء الإعلام مفتوحاً على مصرعية، وانتشرت معها المعلومات المزيفة والمضللة؛ خاصة أن السودان يمر

بمرحلة تحوّل سياسي مهمة. ومن هنا تبرز المشكلة والتي تتمثل في السؤال المحوري: إلى أي مدى أثر التضليل الإعلامي والمعلوماتي على الوضع الاقتصادي في السودان في الفترة 2020-2022م؟.

- إلى أي مدى أثر التضليل الإعلامي والمعلوماتي على الوضع الاقتصادي في السودان في الفترة 2020-2022م؟

- لماذا تمارس وسائل الإعلام التضليل؟

- إلى أي مدى أسهمت وسائل الإعلام الرقمية في توسيع دائرة نشر المعلومات الاقتصادية الزائفة؟

- ما أثر الظاهرة على النشاط الاقتصادي؟

- كيف الحد من مضار التضليل الإعلامي وآثاره السالبة؟

- هل بالامكان رسم قواعد وأخلاقيات وقوانين تحد من انتشار ظاهرة تزييف المعلومات؟

أهداف وأهمية الورقة:

تهدف الورقة إلى الكشف عن أساليب التضليل الإعلامي والمعلوماتي، وإبراز وتوضيح تأثيرها على الأوضاع الاقتصادية في السودان، وبصفة خاصة على مغالاة الأسعار بنشر الأخبار الزائفة؛ ولفت الانتباه إلى سلبياتها ومخاطرها على ثورة ديسمبر 2018م، وعلى عملية التحول الديمقراطي، ومناقشة إمكانية تدارك الموقف وتحجيم الأضرار الناجمة عنه؛ والاسهام في بناء الوعي باستخدامات تقانة الاتصال والإعلام الرقمي لفائدة المجتمع؛ ورفع الوعي بثقافة التحقق والتثبت من المعلومات المنشورة على الوسائط الإعلامية المختلفة. وتنبع أهمية الورقة من كون موضوعها يمس أي مواطن، ومستقبل البلد، خاصة إن الظاهرة في انتشار مستمر، ولها تأثيراتها على مجمل الأوضاع (اجتماعية، وأمنية، وثقافية، وقانونية، وسياسية)، خاصة أن التعامل مع الإعلام الرقمي بات أمر حتمي، وأصبح جيل اليوم بأمورها مسيرًا، وليس مخيرًا.

منهج وأدوات الدراسة:

اتبعت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، الذي يناسب الدراسة، واستخدم الاستبانة كأداة علمية للحصول على المعلومات، وحددت عينة عمدية من (50) مفردة اختارها الباحث وفق خبرته التي يرى أنها الأنسب للدراسة. وحددها في أصحاب الخبرة من اقتصاديين وصحفيين وإعلاميين اقتصاديين، وصناع القرار الاقتصادي، وأساتذة جامعات معينين؛ عبر استمارة استبيان صممت لهذا الغرض واستخلص النتائج.

الدراسات السابقة:

الدراسة الأولى: التأثير الاقتصادي والاجتماعي لتكنولوجيا الإعلام والاتصال داخل المؤسسات الاقتصادية، أ/ إبراهيمي عمر؛⁽⁵⁾ واستهدفت الدراسة: تحديد وتوضيح الخصائص التي تتميز بها استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال داخل المؤسسات الاقتصادية. وتوضيح التغييرات التي تطرأ على الجوانب الاقتصادية والاجتماعية من استخدامها. وخلصت إلى التالي: لكي تساهم هذه التكنولوجيا في تنمية وتطوير المؤسسات الاقتصادية، ينبغي استعمال كافة الوسائل القادرة على ضمان التحكم فيها، بواسطة التدريب والصناعة والبحث في هذا الميدان.

الدراسة الثانية: سياسات الحد من انتشار الإشاعة في الأطار التنظيمي، د. محمد أبو بكر عبد الرحمن⁽⁶⁾ التي هدفت إلى تحليل مخاطر الإشاعة على التنظيم الإداري، ومعرفة السياسات الادارية وأدوارها

وأهميتها في الحد من الإشاعة داخل التنظيم الإداري. وأثبتت الدراسة خطورة الإشاعة من النواحي التنظيمية، وتمثل أداة تعمل على تضليل عقول البشر وتطويع الجماهير قهراً لأغراضها بأسلوب ينطوي على التمويه والتلاعب. وأوصت باتباع عدد من السياسات للحد منها.

الدراسة الثالثة: **توظيف الصحافة المتخصصة في معالجة الأزمات الاقتصادية في السودان:** دراسة وصفية تحليلية بالتطبيق على صحيفة إيلاف الاقتصادية، د. تيسير يحيى الصديق محمد زين. (7) وهدفت الدراسة معرفة البرامج والأساليب والطرق التي تنتهجها الصحيفة المتخصصة، في معالجة الأزمات وحجم وطبيعة التغطيات الصحفية لمختلف القضايا الاقتصادية. أثبتت أن الصحيفة تتسم بالشمول الإخباري بتوفيرها وسائل جمع المعلومات المتنوعة، ولها القدرة على شرح وتفسير الموضوعات وعرض الحقائق المتعلقة بالأزمات. وشملت أغلب القضايا الاقتصادية والمجالات ذات التأثير الملموس على الأوضاع الاقتصادية ومعاش الناس.

تعتمد الورقة في الجانب النظري على نظرية الاعتماد المتبادل التي تقوم على فرضية «إن وسائل الإعلام والمنظمات الأخرى في المجتمع لا تستطيع العمل بكفاءة بدون الاعتماد على بعضها بعضاً» أي تكمن قوة تأثير وسائل الإعلام في سيطرتها على مصادر معلومات يعتمد عليها الأفراد والمجموعات والمنظمات والنظم الاجتماعية لتحقيق أهدافهم، كما تعتمد وسائل الإعلام أيضاً على المصادر التي يسيطر عليها الآخرون. وهكذا فإن النظم السياسية والاقتصادية والنظم الأخرى في المجتمعات الحديثة تعتمد على وسائل الإعلام لعمل الربط أو الاتصال بالجمهور المستهدف. وفي نفس الوقت فإن وسائل الإعلام ليست قوية تماماً، فهي أيضاً تعتمد على موارد تتحكم فيها النظم السياسية والاقتصادية والاجتماعية الأخرى لكي تمارس عملها بكفاءة أيضاً. (8)

مفهوم التضليل الإعلامي:

اقتُرنت كلمة (تضليل) في المعاجم والقواميس العربية بالشر والباطل، قال تعالى: ﴿إِنَّ الَّذِينَ كَفَرُوا وَصَدُّوا عَنْ سَبِيلِ اللَّهِ قَدْ ضَلُّوا ضَلَالًا بَعِيدًا﴾. (9) وقال: ﴿تَاللَّهِ إِنْ كُنَّا لَفِي ضَلَالٍ مُّبِينٍ﴾. (10) ففي قاموس لسان العرب لأبن منظور فإن التضليل من مادة (ضلل) وتضليل الإنسان تصديره إلى الضلال، أي الباطل. (11) ضَلَّلَ: (فعل) ضَلَّلَ يَضِلُّ، تضليلاً، فهو مُضِلٌّ، والمفعول مُضَلَّلٌ. ضَلَّلَ جَارَةً: دَفَعَهُ إِلَى الضَّلَالِ، جَعَلَهُ ضَالًّا. ضَلَّلَ الْمَاءَ: أَجْرَاهُ بَيْنَ الصُّخُورِ وَالْأَشْجَارِ. ضَلَّلَ تَحْرِيَاتِ الشَّرْطَةِ: أَفْسَدَهَا. ضَلَّلَ فَلَانًا: نَسَبَهُ إِلَى الضَّلَالِ، قَالَ عَنْهُ: إِنَّهُ ضَالٌّ. ضَلَّلَ الشَّيْءَ: ضَيَّعَهُ. والتضليل: تعمد إخفاء بعض الأمور لئلا يهتدي الباحث إلى ما يريد، ومنه تضليل القاضي (فقهية): (12) والتضليل الإعلامي والمعلوماتي.

وفي الاصطلاح وردت تعاريف كثيرة للتضليل الإعلامي أهمها:

- إخفاء الحقائق عن الجمهور، وإغراقه بالأخبار والمعلومات المزيفة والمحرّفة، عبر وسائل الاعلام المختلفة (التقليدية والالكترونية) وتحويل الوقائع إلى مجرد أوهام تعشعش في رؤوس المتلقين وتؤسس لأوضاع اجتماعية وسياسية خطيرة.
- تسويق فكرة أو موقف مغاير للواقع، والتلاعب به لتغيير وجهات النظر الموجودة لدى الرأي العام عن أي موضوع كان. (13)
- العبث بمحتوى اتصالي وتوجيهه بشكل ممنهج لخدمة أهداف تنحرف عن المصلحة العامة إلى أخرى ضيقة للحصول على نتائج تتعارض مع الحقيقة لترسيخ واقع محدد في ذهن المتلقي. (14)

- تزويد وسائل الإعلام بمعلومات كاذبه لا تخلو من مزج واضح بين الواقع وتفسيرها بشكل مقصود تختلط بالأكاذيب كي لا يفاجأ المتلقي عند تلقي التكذيب فلا يعد بإمكانه معرفة الحقيقة من التضليل.⁽¹⁵⁾

- عرفها المعجم السياسي الفرنسي بأنه: الخبر الكاذب الموجه، الذي يقدم على أنه حقيقة، بهدف توريث الرأي العام في الخطأ، لتوجيه العقول وتزييف الجماهير العريضة وإدارة اللعبة السياسية بشكل غير نظيف.⁽¹⁶⁾

- في اللغة الإنجليزية (Disinformation) ويعرف بأنه «التسريب المقصود للمعلومات المضللة» فمفهوم التضليل الإعلامي وفق التعريفات السابقة: هو عرض جزء من الحقيقة، أو البناء الخاطئ على حقائق واضحة وثابته وموثقة، أو الخلط بين مفهومين أو أكثر على اعتبار أنها مترادفات لمعنى واحد وذلك في غياب وتغيب مفهوم كل عنصر من عناصر الخليط على حده... أو التأثير في شخص أو هيئة أو جماعة بطريقة تنطوي على التمويه والتلاعب. فهو ليس كذباً صرفاً الذي يعني عكس الحقيقة، بل تصنع وتخلق له الأحداث والوقائع التي تدعمه، كما أن عملية التضليل تكون مقصودة في ذاتها لتحقيق أهداف بعينها. وإن كان الإعلام قادر على نشر المعرفة وتزويد الناس بالمعلومات والحقائق الكفيلة بتوسيع آفاقهم، فإنه يقوم أيضاً بتزييف الحقائق، وفرض مفاهيم وآراء مضادة لما يتطلع إليه الناس من أهداف وقيم اجتماعية سامية.⁽¹⁷⁾ فللإعلام مقدرة كبيرة على تدوير الحقائق لتصب لصالح جهة أو دولة ما؛ بل يصنع الواقع وتكيفه حسب الرغبات التي يرسمها من يتحكمون عليه سياسياً واقتصادياً وفكرياً، بواجهة أساطير تبرر الشروط السائدة للوجود، ويتم تسويقها بمكر.⁽¹⁸⁾

المصطلحات ذات العلاقة بالتضليل الإعلامي: الدعاية:

الاستخدام الممنهج لأي وسيلة اتصال للتأثير على عقل وأحاسيس فئة من الناس، لتحقيق هدف محدد، له أهمية اجتماعية.⁽¹⁹⁾

الحرب النفسية:

استخدام مخطط من دولة أو مجموعة من الدول للدعاية وغيرها من الإجراءات الإعلامية الموجهة إلى جماعات عدائية أو محايدة أو صديقة للتأثير على آرائها وعواطفها ومواقفها وسلوكها بطريقة تعين على تحقيق سياسة وأهداف الدولة أو الدول المستخدمة.

الإشاعة أو الشائعة:

كل خبر يتسم بالأهمية والغموض ومجهولية المصدر، ويُعمل مطلقه على أن يتم نقله من شخص إلى آخر حتى ينتشر، ويذاع بين الجماهير.

الأخبار الزائفة:

الأخبار التي يكون مضمونها غير مبني على حقائق، وتوجد بغرض التضليل، وهي السلاح المفضل لتشكيل القناعات أو بث الرعب بتحريف الحقيقة، أو الخداع باقتصاص جزء من مشهد ما من داخل سياقه، بل وتزييف اهتمامات الجمهور.⁽²⁰⁾

غسيل العقول:

تشويش العقل البشري والتشكيك في صحة قناعاته وأفكاره، ثم تغيير مواقفه بدافع من وقائع وهمية لا وجود لها، وإفناع المتلقي على أنها حقائق.

صناعة الكذب:

النشر الموجه للتصورات الزائفة عن قصد بهدف تحريض الناس على القيام بأفعال تلبى الأهداف المقررة من قبل جهات معنوية.⁽²¹⁾

أهداف التضييل الإعلامي:

تتعدد وتتنوع الأهداف التي يسعى إليها المضللون أو القائمون بعملية التضييل الإعلامي، منها التعتيم على المعلومات الحقيقية، أو لإخفاء جرائم الحروب، أو تهميش القضايا المهمة و صرف اهتمام الجماهير عنها، أو لإحداث تغييرات في سلوك الأفراد أو الجماعات؛⁽²²⁾ ويمكن تفصيلها في الآتي:⁽²³⁾

1. إحداث خلل في التفكير وعدم القدرة على الأداء الصحيح.
2. زعزعة الثقة بالنفس وبالقناعات الفكرية (سياسية اجتماعية وثقافية).
3. زرع الشك أو اتهام أشخاص أو مجموعات أو دولة أو دول وتكريس الكره والضغينة اتجاههم.
4. التصرف وفق برامج العدو أو الطرف المضلل والنيابة عنه في تنفيذ أهدافه.
5. تشتيت الجهود والامكانيات والموارد صوب أهداف خاطئة.
6. أضعاف الروح المعنوية، وزراعة الاحباط.
7. تفريخ الانفصالات، واعدام ردة الفعل والاستجابة وتلبية مخططات المضلل دون أن يشعر بذلك.

أساليب وأنواع التضييل الإعلامي:

- تتعدد أساليب وأنواع التضييل وتكثر بناءً على خبرات القائم بالاتصال منها:⁽²⁴⁾
1. الانتقائية المتحيزة: التي تنتقي بعض الكلمات والحقائق والاقبسات والمصادر وتتجاهل الأخرى، وتقوم بالتركيز على حقيقة وإغفال حقيقة أخرى مرتبطة بها.
 2. التلاعب بالمعلومات: بترتيب الحقائق، بحيث تعطي معاني وانطباعات معينة، ويتم تفسيرها بشكل معين، يخالف الواقع.
 3. إهمال خلفية الأحداث: مما يجعلها ناقصة ومشوهة، ولا يستطيع المتلقي فهمها وتفسيرها؛ أو اضافة معلومات ليس لها علاقة بالحدث.
 4. المزج والخلط، وعدم التمييز بين الأخبار من ناحية والرأي والتحليل والتعليق من ناحية أخرى.
 5. المبالغة والتهويل والغموض في العناوين ومقدمات الأخبار.
 6. استخدام مفردات معينة تؤدي إلى اصدار أحكام بالإدانة على المواقف والأشخاص والجماعات والدول، أو تحمل وجهة نظر بالتأييد أو الرفض، كمفردة «إرهاب».
 7. إدعاء التوازن بين رأيين فقط، أو اختيارين، مع تعمد اهمال وجهات النظر الأخرى، وتغيب الكثير من الاحتمالات والآراء والحلول.
 8. إغراق الجمهور بمعلومات لا تهمه، ولا يحتاج إليها «النفائيات المعلوماتية». أو بمعلومات لا يستطيع الربط بينها أو تفسيرها، مما يوقعه بالسلبية وشعوره بالعجز أمام طوفان المعلومات.

9. التهوين وتقليل قيمة الموضوع، رغم أهميته للجمهور وعلاقته بمصالحهم واهتماماتهم.
10. التفكيك والتجزئة: أي حصر النقاش في جزئيات بعينها، وقطعها عن الإطار العام، وسياقها الطبيعي، وصورتها الكاملة.
11. قلب الصورة إلى درجة تصوير المجرم بأنه ضحية، والضحية هو المجرم المعتدي.
12. الإحصائيات واستطلاعات الرأي غير الحقيقية، إما أنها لم تحدث أصلاً، أو أنها كانت حافلة بالأخطاء الإجرائية التي تؤدي إلى خطأ النتائج.
13. الصورة: إما في طريقة التقاطها، أو تغيير مضمونها، والتحكم في الألوان، أو إضافة صور أشخاص أو أشياء أو حذفها، لتعطي انطباعاً معيناً، مغاير للواقع.
14. اختيار أضعف وأسوأ شخصية ممكنة لتمثيل قضية ما في حوار أو حديث إعلامي، لكي يتم إسقاط القضية وتشويهاها عبر هذه الشخصية المهزوزة السيئة، أو الضعيفة.
15. الحوار المشوه الذي يتم فيه التغييب الكلي المتعمد للقضية الجوهرية المحورية، والإغراق بالتفاصيل الهامشية، والثانويات الصغيرة، ذات الأثر المحدود على القضية المحورية التي تم تغييبها قسراً.

واقع الاقتصاد السوداني وسماته:

يتمدد السودان في مساحة 1,861,484 كيلو متر مربع، ويقدر تعداد سكانه بـ(45) مليون نسمة، بحسب تقديرات الأمم المتحدة للعام 2022م، ويزخر بموارد مائية هائلة، ويشققة نهر النيل وروافده من جنوبه إلى شماله، وأرض زراعية خصبة. يمتهن أكثر من (70 %) من سكانه الزراعة والرعي، وتمثل أهم المحاصيل: الحبوب الغذائية (الذرة، والقمح، والدخن، والذرة الصفراء) والحبوب الزيتية (الفول السوداني، والسمنسم، وعباد الشمس، وبذرة القطن)، المحاصيل النقدية (القطن، وقصب السكر، والبنجر، وحب البطيخ) والمنتجات الغابية (الصمغ العربي، والأخشاب، والفواكه)، والبقوليات (الفول المصري، الكبكي، العدسية، الحمص، واللوب، والفاصوليا) بجانب المحاصيل البستانية كالخضروات بأنواعها والتوابل. أما الرعي فيتمثل في رعي الأبقار والأبل، والضأن و الماعز وتقدر بـ(136.7) مليون رأس.⁽²⁵⁾ كما يتمتع السودان بموارد سمكية هائلة في مصايد المياه البحرية على طول ساحل البحر الأحمر، وفي المياه العذبة على طول نهر النيل وافته. ودخل السودان قائمة الدول المنتجة والمصدرة للبترول في العام 1999م، حيث هناك ثلاثة مصافي بطاقات انتاجية مختلفة وهي مصفاة الخرطوم، الأبيض، وأبوجابرة بجانب مصفاة بورتسودان.⁽²⁶⁾ وكذلك إنتاج المعادن كالذهب المستخرج من تلال البحر الأحمر والشمالية، وجبال النوبة ودارفور، ويحتل السودان المركز الثاني إفريقيا والتاسع عالمياً في إنتاج الذهب، وهناك أكثر من 40 معدناً قابلاً للاستثمار. من بينها الأحجار الكريمة، ومخزونات كبيرة من الجبس والكروم والعطرون والجرانيت والأسبستوس والحجر الجيري والرخام والمنجنيز والميكا وخام الحديد وخام اليورانيوم.⁽²⁷⁾ وتتوفر أفضل خدمات الاتصال الهاتفي، حيث تتنافس فيه أربع شركات اتصالات للهواتف الثابتة والجوالة، وهي: شركة سوداتل، ولها خدمات الهواتف الثابتة والمتجولة، كنارتل خدمات هاتف ثابت، وشركة (زين) تعمل في مجال الهاتف الجوال، وشركة (MTN) للهاتف الجوال وتتوفر معها خدمة الإنترنت.⁽²⁸⁾

رغم امتلاك السودان من الثروات الطبيعية والمعدنية والبشرية ما لا تملكه كثير من الدول، إلا أنه يعاني ضعفاً في البناء الهيكلي لاقتصاده وتكبيله بالإجراءات الرقابية، بل واجه تقلبات وتذبذب في المنهج تبعاً للتقلبات السياسية؛ بدءاً بالاقتصاد المختلط مروراً بالاقتصاد الاشتراكي والاقتصاد الرأسمالي إلى اقتصاديات السوق الحر والتحرير الاقتصادي التي نفذت في فبراير 1992م. وأدت هذه التقلبات إلى تباين في الأداء تبعاً للمشكلات التي تعترض كل مرحلة.⁽²⁹⁾

وعليه فإن السمات الأساسية للاقتصاد السوداني تتمثل في أنه: (30)

1. اقتصاد تحكمي، تتحكم فيه الدولة مالياً وقانونياً، تتحكم على الأسعار ومستوياتها وهوامش أرباحها، وليس قانون العرض والطلب، كما هناك آليات تنظم وتحكم تدفق السلع والخدمات بطريقة الترخيص والكوتات «الامتيازات» بل إنها تنتج السلع والخدمات الاقتصادية.
2. يسيطر عليه القطاع الخدمي بنسبة (50%) من الناتج المحلي الإجمالي ثم يليه القطاع الزراعي ويساهم بنسبة (45%) من الناتج المحلي الإجمالي.
3. يعاني من الإختلال والأزمات المزمته والحاده: اختلال التوازن بين الطلب والعرض الكليين كنتيجة للتشوهات الهيكلية.
4. يعاني فوضى في نظام سعر الصرف وانفلات في الضوابط المالية وغياب الشفافية في أداء الموازنة العامة. وتراخي الانضباط في السياسات المالية والنقدية.
5. اختلال التوازن في الحساب الجاري والخارجي وعدم الاستقرار في سياسات الاستيراد.
6. يعاني عجزاً في مقابلة التزامات خدمة الديون الخارجية، والتي بلغت 60 مليار دولار للعام 2022م.

7. زيادة معدلات الفقر، والتي تقدر بـ(70%) من السكان، وتفشي البطالة.

وهذه من سمات الاقتصاد المعيشي الذي يعتمد على الصادرات الخام، ومستهلك لسلع الدول الصناعية، والحاجة إلى أموال خارجية لسد الفرق بين الصادرات والواردات، وانخفاض حجم إجمالي الناتج المحلي نتيجة لضعف هيكل الاقتصاد وصغر حجم إنتاج الوحدات، وبالتالي انخفاض دخل الفرد الحقيقي، ويعاني ضعفاً في الادخار، وتفشياً للبطالة؛⁽³¹⁾ وتمركز الخدمات في المدن، وضعف أداء القطاع الخاص.. وشهدت مسيرة الاقتصاد السوداني كثيراً من الصدمات أثرت سلباً على أدائه وأسهمت في عدم الاستقرار.

أثر تدني الإنتاج، واشتداد حدة التدخلات الأجنبية، وتفاقم مشكلة الديون الخارجية، وضعف النظام الاقتصادي، وتعاقب أنماط تنموية مختلفة، سلباً على هيكل الاقتصاد السوداني الأساسية خلال العقود الأربعة الأخيرة، خاصة وأن أكثر من 40 سنة تدار فيه البلاد بانظمة شمولية.⁽³²⁾ كما واجه الاقتصاد السوداني مهددات طبيعية من جفاف وتصحر تعرضت له بعض المناطق، وسياسات غير رشيدة في توزيع مشروعات التنمية، والتي أدت إلى استمرار الحروب والصراعات الجهوية والقبلية.⁽³³⁾

تأثير التضليل الإعلامي على الأوضاع الاقتصادية في السودان:

وردت كلمة التأثير في اللغة بمعنى: ابقاء الأثر في الشيء، وأثر في الشيء: ترك فيه أثراً، لغةً: الأثر: ما بقي من رسم الشيء/علامة.⁽³⁴⁾ وفي الاصطلاح هي: محصلة تغيير مرغوب أو غير مرغوب فيه يحدث في

المتعلم نتيجة لعملية التعليم المقصود. كما تعرف بأنها: ما تتركه المعرفة أو القدوة أو المعلومة أو المهارة، من تغييرات سواء كانت معرفية أو نفسية أو حركية، نتيجة للتفاعل الانساني بين الفرد والمجتمع او بين الفرد وبيئته وتحدث بنحو مقصود.⁽³⁵⁾

تعتبر وسائل الإعلام المرئية والمسموعة في السودان المصدر الرئيسي للمعلومات، والتي تسيطر عليها الدولة. وتسخرها للدعاية للنظام الحاكم. كما تتحكم الدولة على وسائل الاتصال ممثلة شركات الهواتف الثابتة والجوالة، بوجهة امتلاك أسهم فيها، والأمن العام، وبالتالي لم تصل خدماتها إلى أهل السودان كافة، وغالبا ما يتعذر الوصول إلى خدمات الإنترنت أو ضعيفة متذبذبة، بل وتقطع الخدمة كاملة ولفترات طويلة ببعض الولايات والمناطق، في محاولات حثيثة للتعتيم على المعلومات. وفي المقابل، يتم بث رسائل دعائية في وسائل الإعلام العامة الخاضعة لسيطرة الجيش، أو الموالين للجيش على نحو يشبه أساليب نظام الإنقاذ. وهذه المؤسسات وبناءاً تكوينها وعقيدتها تتعامل مع الإعلام كسلاح يستخدم ضد العدو الذي توجه إليه رسالة الحرب النفسية؛ والذين يوالونهم من عديمي الأخلاق والوازع الديني؛ هناك من لا يخجل من فعل أي شيء من أجل المال، وعلى أمل تحسين ظروفهم المادية والاجتماعية، اضطر العديد من الصحفيين للعمل مع القطاع العسكري والحركات المسلحة... والذي ينطبق عليه قول المتنبي: إذا كان رب البيت للدف ضارب فشيمة أهل البيت كلهم الرقص

غابت في فترة الدراسة الرؤى المتماسكة لكيف يدار الإعلام، واعتماد سياسات إعلامية مؤيدة وداعمة لأهداف ثورة ديسمبر 2018م، فهي تارة تسعى لإنتاج خطاب إعلامي ثوري معبر عن روح وقيم الثورة السودانية ويلبي أحلام وأشواق الجمهور وقادر على إحداث تغيير في القنوات والأفكار والمواقف والاتجاهات لتكوين بنية وعي ديمقراطي جمعي، وتارة أخرى هي مشغولة بكيفية إقضاء إعلام النظام القديم من المشهد الإعلامي تماما.⁽³⁶⁾ والانفلات هو الشعارا الأنسب للاوضاع الاقتصادية في السودان حيث لا قانون ولا عرف، ولا خلق يستطيع أن يعيد الوضع إلى نصابه، ما دامت الحكومة وعلى قمة مسئوليتها يتوعدون بما هو أسوأ، ولا يوجد ما يطمئن الناس بخير قادم، والذي يطمئن يأتي بحديثات تناقض الواقع.⁽³⁷⁾

الأخبار الاقتصادية الزائفة أو المضللة تلحق أضرارا جسيمة بأسواق الأسهم، وتفقد البلاد أموال طائلة، بممارسة التهريب للمعادن والذهب بصفة خاصة والحجارة الكريمة، والصبغ العربي، وتجارة الممنوعات «المخدرات والسلاح»، بجانب زيادة تكلفة الخدمات المقدمة من الدولة من علاج وتعليم ومياه و...، زيادة الانفاق الحكومي لمواجهة الأخبار الزائفة لمواجهة متطلبات الشرطة والقضاء، والحملات الدعائية، وتبيد الأموال في الإعلان لتدافع الشركات عن نفسها؛ اضافة إلى زيادة الانفاق على التكنولوجيا، والتدريب والتأهيل⁽³⁸⁾

الدراسة الميدانية:

حدد الباحث مجتمع بحثه من العاملين في الحقل الإعلامي، والنشاط الاقتصادي وصانعي القرار الاقتصادي في السودان، واختار عمدياً عينة نموذجية من (50) مفردة من أصحاب الخبرة في مجالاتهم والدراية باستخدامات التقنية الرقمية، وحددهم من الصحفيين والإعلاميين المهتمين بالشأن الاقتصادي بالصحف والفضائيات والراديو، ومنتخذي القرار الاقتصادي، أساتذة والجامعات المختصين (إعلام، اقتصاد، إدارة، قانون).

وتم تصميم استمارة استبيان إلكترونية، وتوزيعها عبر البريد الإلكتروني، والواتساب وعشر منها ورقية وزعت يدوياً، وتم استرجاع (49) استمارة، واستبعد الباحث ثمان استمارات تالفة (لم تكمل الإجابات، وبعضها فارغاً لعوامل تقنية)، وتم تحليل عدد (41) استمارة. وكانت هذه النتيجة:

أولاً: معامل الصدق والثبات:

يقصد بالثبات استقرار المقياس وعدم تناقضه مع نفسه، أي أن المقياس يعطي نفس النتائج باحتمال مساوي لقيمة المعامل إذا أعيد تطبيقه على نفس العينة ويستخدم لقياس الثبات «معامل ألفا كرونباخ» (Cronbach,s Alpha) والذي يأخذ قيمةً تتراوح بين الصفر والواحد صحيح، فإذا لم يكن هناك ثباتاً في البيانات فإن قيمة المعامل تكون مساويةً للصفر، وعلى العكس إذا كان هناك ثبات تام في البيانات فإن قيمة المعامل تساوي الواحد صحيح. ويقصد بالصدق أن الاستبانة تقي بالغرض الذي صممت من أجله ويساوي .

جدول (1) معاملي الثبات والصدق:

معامل الصدق	معامل الثبات
0.87	0.77

المصدر: إعداد الباحث باستخدام برنامج SPSS من بيانات الدراسة الميدانية 2023م من الجدول (1) يتضح أن، قيمة معامل ألفا كرونباخ لإجمالي العبارات (77 %) وهو ثبات متوسط، ونلاحظ، قيمة معامل الصدق لإجمالي العبارات بلغت (87 %) وهذا يدل على ارتفاع صدق الأسئلة مما يعضد كفاءة الاستبانة وقدرتها على الإيفاء بما هو مطلوب من نتائج ثابتة وصادقة.

المتوسط المرجح:

يحسب وفق الأوزان التالية: من (1- 1.79) لا أثق بشدة، ومن (1.80- 2.59) لا أثق، ومن (2.60- 3.39) محايد، ومن (3.40- 4.19) أثق، ومن (4.20- 5) أثق بشدة
ثانياً: تحليل البيانات الشخصية:

1. النوع:

جدول رقم (2) التوزيع التكراري لأفراد العينة حسب الجنس

المتغير	الفئات	التكرار	النسبة
النوع	ذكر	33	80.5%
	أنثى	8	19.5%
	الجملة	41	100%

المصدر: إعداد الباحث باستخدام برنامج SPSS من بيانات الدراسة الميدانية 2023م من الجدول رقم (2) يتضح أن معظم افراد العينة الذين شملتهم الدراسة هم ذكور بلغت نسبتهم (80.5%).

2. العمر:

جدول رقم (3) التوزيع التكراري لأفراد العينة حسب العمر

المتغير	الفئات	التكرار	النسبة
العمر	سنة 31-40	12	29.3%
	سنة 41-50	19	46.3%
	سنة 51-60	7	17.1%
	سنة 61-70	3	7.3%
	الجملة	41	100%

المصدر: إعداد الباحث باستخدام برنامج SPSS من بيانات الدراسة الميدانية 2023م من الجدول رقم (3) نستنتج أن (70,7%) من المبحوثين أعمارهم فوق (41) عاماً، و(29,3) أقل من (41) عاماً، وليس من بين المبحوثين عمره أقل من (31) عاماً.

3. المستوي التعليمي:

جدول رقم (4) التوزيع التكراري لأفراد العينة حسب المستوي التعليمي

المتغير	الفئات	التكرار	النسبة
المستوي التعليمي	ثانوي	1	2.4%
	دبلوم عالي	4	9.8%
	بكالوريوس	12	29.3%
	ماجستير	8	19.5%
	دكتوراه	16	39.0%
	الجملة	41	100%

المصدر: إعداد الباحث باستخدام برنامج SPSS من بيانات الدراسة الميدانية 2023م من الجدول رقم (4) يتبين أن (39%) من المبحوثين من حملة الدكتوراه، و(2,4%) فقط مستواهم دون التعليمي ثانوي. وهي نتيجة تتسق مع أعمار المبحوثين.

4. التخصص:

جدول رقم (5) التوزيع التكراري لأفراد العينة حسب التخصص

المتغير	الفئات	التكرار	النسبة
التخصص	إعلام	19	46.3%
	اقتصاد	5	12.2%
	إدارة	2	4.9%
	قانون	4	9.8%
	أخرى	11	26.8%
	الجملة	41	100%

المصدر: إعداد الباحث باستخدام برنامج SPSS من بيانات الدراسة الميدانية 2023م

من الجدول رقم (5) يتضح أن (46,3%) من المبحوثين تخصصهم، و(26,8%) تخصصات أخرى غير الاقتصاد الذي يمثل (12,2%)، والقانون (9,8%)، والإدارة (4,2%) من المبحوثين.
5. مجال العمل:

جدول رقم (6) التوزيع التكراري لأفراد العينة حسب مجال العمل

المتغير	الفئات	التكرار	النسبة
مجال العمل	أستاذ جامعي	16	39.0%
	صحفي/إعلامي	17	41.5%
	مسؤول/موظف	5	12.2%
	مستثمر/تاجر	1	2.4%
	أخرى	2	4.9%
	الجملة	41	100%

المصدر: إعداد الباحث باستخدام برنامج SPSS من بيانات الدراسة الميدانية 2023م
يتبين من الجدول رقم (6) أن (41.5%) من المبحوثين هم صحفيين وإعلاميين، و(39%) أساتذة الجامعات، وهي ذات النسبة لحملة الدكتوراة، إذا قارناها بالتخصص. ثم المسؤولون (12.2%) وأخرى (4.9%) والمستثمرون (2.4%)
6. سنوات الخبرة:

جدول رقم (7) التوزيع التكراري لأفراد العينة حسب سنوات الخبرة

المتغير	الفئات	التكرار	النسبة
سنوات الخبرة	سنة 3-7	2	4.9%
	سنة 8-12	8	19.5%
	سنة 13-20	12	29.3%
	فأكثر 21	19	46.3%
	الجملة	41	100%

المصدر: إعداد الباحث باستخدام برنامج SPSS من بيانات الدراسة الميدانية 2023م
يبين الجدول رقم (7) أن (46.3%) من أفراد العينة سنوات خبراتهم أكثر من (21) سنة، وترتفع النسبة إلى (75.6%) إذا أضفنا إليهم من تزيد خبرتهم عن (13) سنة، في تأكيد أن أفراد العينة لهم المقدرة على تقويم ظاهرة التضليل الإعلامي.

ثالثاً: التحليل الوصفي لمتغيرات الدراسة:

(1) بحسب تجربتك مع نوع المعلومات التي تقدمها وسائل الإعلام حول القضايا الاقتصادية، ما مدى موثوقية المعلومات التي توفرها وسائل الإعلام السودانية؟ حدد درجة الموثوقية حيث أن صفر تمثل أدنى موثوقية وعشرة أعلى موثوقية

جدول رقم (8) درجة موثوقية المعلومات التي توفرها وسائل الإعلام السودانية

النسبة	التكرار	درجة الموثوقية
9.8%	4	2
4.9%	2	3
14.6%	6	4
24.4%	10	5
14.6%	6	6
7.3%	3	7
14.6%	6	8
9.8%	4	10
100 %	41	الجملة

المصدر: إعداد الباحث باستخدام برنامج SPSS من بيانات الدراسة الميدانية 2023م
يتضح من الجدول رقم (8) أن درجة موثوقية المعلومات التي تقدمها أجهزة الإعلام المحلية أعلى الوسط أي أعطى (24.4%) من المبحوثين الموثوقية الدرجة خمس والذين اختاروا أعلى الوسط بلغت نسبتهم (46.3%)، ودون الوسط (30.3%).

2. تمارس وسائل الإعلام المحلية التضليل؟

جدول رقم (9) يمثل التوزيع التكراري لأفراد العينة حسب تضليل الاعلام المحلي

النسبة	التكرار	الفئات
65.9%	27	لأنها منتمية لجهات سياسية
12.2%	5	لأنها لا تملك الكادر المدرب
7.3%	3	لأنها لا تملك المال الكافي
2.4%	1	تنفذ أجندة أجنبية
12.2%	5	أكثر من خيار
100 %	41	الجملة

المصدر: إعداد الباحث باستخدام برنامج SPSS من بيانات الدراسة الميدانية 2023م
يوضح الجدول رقم (9) أن (65.9%) من المبحوثين عزي ممارسة وسائل الإعلام المحلية التضليل، نسبة لانتمائها لجهات سياسية. ثم لأنها لا تملك الكادر المدرب بنسبة (12.9%)، ولا تملك المال الكافي، وأخيراً تنفيذ أجندة أجنبية

3. في رأيك، ما مدى موثوقية المعلومات التي تتلقاها من الوسائط الإعلامية التالية؟

جدول رقم (10) يوضح آراء موثوقية أفراد العينة بالوسائل الإعلامية

م	الوسائل الإعلامية	التكرار	لا ائق بشدة	لا ائق	محايد	أئق	أئق بشدة	المتوسط	الاجابة
.1	الصحف	التكرار	1	7	8	22	3	3.46	موثوقة
		النسبة	2.4	17.1	19.5	53.7	7.3		
.3	الفضائيات	التكرار	1	5	11	21	3	3.48	موثوقة
		النسبة	2.4	12.2	26.8	51.2	7.3		
.5	الإذاعة	التكرار	2	2	8	22	7	3.73	موثوقة
		النسبة	4.9	4.9	19.5	53.7	17.1		
.7	وسائل التواصل الاجتماعي	التكرار	13	14	7	7	13	2.20	غير موثوقة
		النسبة	31.7	34.1	17.1	17.1	31.7		
.9	المواقع الإلكترونية للمؤسسات	التكرار	5	6	13	13	4	3.12	حياد
		النسبة	12.2	14.6	31.7	31.7	9.8		

المصدر: إعداد الباحث باستخدام برنامج SPSS من بيانات الدراسة الميدانية 2023م
يتبين من الجدول رقم (10) أن المبحوثين رتبوا موثوقية المعلومات التي يتلقونها من وسائل الإعلام على النحو التالي: الإذاعة، ثم الفضائيات، ثم الصحف، فالمواقع الإلكترونية للمؤسسات، وإخيراً مواقع التواصل الاجتماعي، بناءً على المتوسط المرجح.

4. تقدم وسائل الإعلام معلومات مضللة في تناولها للقضايا الاقتصادية خاصة في التالي؟

جدول رقم (11) آراء أفراد العينة حول المعلومات الاقتصادية المضللة بوسائل الاعلام

م	المعلومات الاقتصادية	لا اوافق بشدة	لا اوافق	محايد	اوافق	اوافق بشدة	المتوسط	الاجابة	
1.	سعر الصرف	التكرار	1	16	9	9	6	3.07	محايد
		النسبة	2.4	39.0	22.0	22.0	14.6		
3.	أسعار السلع الاستهلاكية	التكرار	13	11	14	3	13	3.17	محايد
		النسبة	31.7	26.8	34.1	7.3	31.7		
5.	أسعار الطاقة (كهرباء، وقود،...)	التكرار	1	16	11	12	1	2.90	محايد
		النسبة	2.4	39.0	26.8	29.3	2.4		

أثر التضليل الإعلامي على الأوضاع الاقتصادية في السودان (2020 - 2022م)

م	المعلومات الاقتصادية	التكرار	لا وافق بشدة	لا وافق	محايد	وافق	وافق بشدة	المتوسط	الاجابة
7.	أسعار الخدمات (صحة، تعليم...)	التكرار	1	13	10	16	1	3.07	محايد
		النسبة	2.4	31.7	24.4	39.0	2.4		
9.	اسعار الذهب	التكرار	1	15	6	13	6	3.19	محايد
		النسبة	2.4	36.6	14.6	31.7	14.6		
11.	تسويق المحاصيل الزراعية والغابية	التكرار	2	17	7	10	5	3.00	محايد
		النسبة	4.9	41.5	17.1	24.4	12.2		

المصدر: إعداد الباحث باستخدام برنامج SPSS من بيانات الدراسة الميدانية 2023م
يوضح الجدول رقم (11) أن المبحوثين يعتقدون إن وسائل الإعلام قدمت معلومات مضللة بصورة نسبية أعلى من الوسط، وتم ترتيبها كالتالي: معلومات مضللة في أسعار الذهب، ثم أسعار السلع الاستهلاكية، ثم سعر الصرف، وأسعار الخدمات، وتسويق المحاصيل الزراعية والغابية، وأخيراً أسعار الوقود التي تقل فيها المعلومات المضللة في وسائل الإعلام، بناءً على المتوسط المرجح.

5. تمارس الصحافة الاقتصادية التضليل عبر الأشكال التحريرية التالية؟

جدول رقم (12) يوضح آراء أفراد العينة حول ممارسة تضليل الصحافة الاقتصادية

م	الأشكال التحريرية	التكرار	لا وافق بشدة	لا وافق	محايد	وافق	وافق بشدة	المتوسط	الاجابة
.1	التقارير الإخبارية	التكرار	2	8	17	10	4	3.14	محايد
		النسبة	4.9	19.5	41.5	24.4	9.8		
.3	التحقيقات الصحفية	التكرار	5	11	11	11	3	2.90	محايد
		النسبة	12.2	26.8	26.8	26.8	7.3		
.5	المقابلات الصحفية	التكرار	2	11	13	8	7	3.17	محايد
		النسبة	4.9	26.8	31.7	19.5	17.1		
.7	المقالات	التكرار	00	9	15	13	4	3.29	محايد
		النسبة	00.0	22.0	36.6	31.7	9.8		
.9	الرسوم، والصور	التكرار	2	13	11	8	7	3.12	محايد
		النسبة	4.9	31.7	26.8	19.5	17.1		
.11	الإعلانات	التكرار	2	6	11	11	11	3.56	موافق
		النسبة	4.9	14.6	26.8	26.8	26.8		

المصدر: إعداد الباحث باستخدام برنامج SPSS من بيانات الدراسة الميدانية 2023م

يتبين من الجدول رقم (12) أن أكثر أساليب التحريرية استخداماً للمعلومات المضللة هي الإعلانات، فيما هناك تضليل نسبي متدرج المقالات ثم المقابلات الصحفية فالتقارير الإخبارية، والتحقيقات الصحفية التي تعتبر الأقل استخداماً للمعلومات المضللة بحسب رأي أفراد العينة.

6. أسهمت وسائل الإعلام الرقمية في توسيع دائرة نشر المعلومات الاقتصادية الزائفة؟

جدول رقم (13) آراء أفراد العينة حول اسهامات وسائل الإعلام الرقمية في نشر المعلومات الزائفة

م	الوسائل الرقمية	لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة	المتوسط	الإجابة
1.	مواقع التواصل الاجتماعي	00	4	4	17	16	4.10	موافق
		00.0	9.8	9.8	41.5	39.0		
3.	اليوتيوب	00	5	9	19	8	3.73	موافق
		00.0	12.2	22.0	46.3	19.5		
5.	تك توك	00	6	7	19	9	3.75	موافق
		00.0	14.6	17.1	46.3	22.0		
7.	الصحافة الإلكترونية	1	7	8	14	11	3.65	موافق
		2.4	17.1	19.5	34.1	26.8		

المصدر: إعداد الباحث باستخدام برنامج SPSS من بيانات الدراسة الميدانية 2023م

تدعم البيانات الواردة في الجدول (13) أن وسائل الإعلام الرقمية أسهمت في توسيع دائرة نشر المعلومات الاقتصادية المضللة، وعلى رأس هذه الوسائل مواقع التواصل الاجتماعي، ثم تك توك، ثم اليوتيوب، وأخيراً الصحافة الإلكترونية.

7. تمثل تأثير التضليل الإعلامي والمعلوماتي على الوضع الاقتصادي في الآتي:

جدول رقم (14) يوضح آراء أفراد العينة حسب تأثير الإعلام على الوضع الاقتصادي

م	الخيارات	لا أوافق بشدة	لا أوافق	لا أعرف	محايد	أوافق	أوافق بشدة	المتوسط	الإجابة
1.	تبيد الامكانيات والموارد	00	2	3	00	21	15	5.07	موقف بشدة
		00.0	4.9	7.3	00.0	51.2	36.6		
3.	سرقة ثروات البلاد	00	1	4	2	22	12	4.97	موقف بشدة
		00.0	2.4	9.8	4.9	53.7	29.3		
5.	تضييق معاش الناس	00	4	3	1	21	12	4.83	موقف بشدة
		00.0	9.8	7.3	2.4	51.2	29.3		

م	الخيارات	البيانات	لا اوافق بشدة	لا اوافق	لا أعرف	محايد	اوافق	اوافق بشدة	الاجابة
7.	اضعاف أداء مؤسسات الدولة	التكرار	00	3	4	5	17	12	موفق بشدة
		النسبة	00.0	7.3	9.8	12.2	41.5	29.3	
9.	التردد في اتخاذ القرار السليم	التكرار	00	1	2	3	23	12	موفق بشدة
		النسبة	00.0	2.4	4.9	7.3	56.1	29.3	
11.	تدني الإنتاج والخدمات	التكرار	00	2	2	2	20	15	موفق بشدة
		النسبة	00.0	4.9	4.9	4.9	48.8	36.6	
7.	عدم الاستقرار في السياسات	التكرار	00	1	2	3	22	13	موفق بشدة
		النسبة	00.0	2.4	4.9	7.3	53.7	31.7	
8.	زعزعة ثقة ومعنويات الشباب	التكرار	00	1	3	2	20	15	موفق بشدة
		النسبة	00.0	2.4	7.3	4.9	48.8	36.6	
9.	ضعف التجارة والاستثمار	التكرار	00	4	3	3	20	11	موفق بشدة
		النسبة	00.0	9.8	7.3	7.3	48.8	26.8	
10.	ازدهار تجارة الممنوعات	التكرار	1	2	1	5	12	20	موفق بشدة
		النسبة	2.4	4.9	2.4	12.2	29.3	48.8	

المصدر: إعداد الباحث باستخدام برنامج SPSS من بيانات الدراسة الميدانية 2023م

نستنتج من الجدول رقم (14) موافقة أفراد العينة بشدة للتأثير الذي يخلفه التضليل الإعلامي على الوضع الاقتصادي؛ والتي تم ترتيبها كالتالي: زعزعة ثقة ومعنويات الشباب، وازدهار تجارة الممنوعات (المخدرات)، وتبديد امكانات وموارد الدولة، وعدم الاستقرار في السياسات، وتدني الإنتاج والخدمات، والتردد في اتخاذ القرار السليم، سرقة ثروات البلاد، وتضييق معاش الناس، واضعاف أداء مؤسسات الدولة، ضعف التجارة والاستثمار. وهي تمثل شكل التأثير.

8. مصادر المعلومات المضللة بوسائل الإعلام المحلية هي؟

جدول رقم (15) آراء أفراد العينة حول مصادر المعلومات المضللة

م	مصادر المعلومات المضللة	التكرار	لا اعرف	لا	نعم	الاجابة
1.	وسائل الإعلام الأجنبية	التكرار	11	12	18	نعم
		النسبة	26.8	29.3	43.9	
3.	المسؤولين في الحكومة	التكرار	2	3	36	نعم
		النسبة	4.9	7.3	87.8	
5.	الأحزاب السياسية	التكرار	2	6	33	نعم
		النسبة	4.9	14.6	80.5	
7.	المنظمات ومؤسسات المجتمع المدني	التكرار	5	16	20	نعم
		النسبة	12.2	39.0	48.8	
9.	أجهزة مخابرات	التكرار	7	4	30	نعم
		النسبة	17.1	9.8	73.2	
11.	التجار، وأصحاب الشركات الكبيرة	التكرار	3	6	32	نعم
		النسبة	7.3	14.6	78.0	
7.	افراد	التكرار	8	6	27	نعم
		النسبة	19.5	14.6	65.9	

المصدر: إعداد الباحث باستخدام برنامج SPSS من بيانات الدراسة الميدانية 2023م
 يتبين من الجدول رقم (15) أن غالبية إجابات أفراد العينة حول خيارا مصادر المعلومات المضللة لوسائل الإعلام المحلية المسؤولين في الحكومة بنسبة (87.8%)، الأحزاب السياسية بنسبة (80.5%)، والتجار، وأصحاب الشركات الكبيرة بنسبة (78%)، أجهزة مخابرات بنسبة (73.2%)، الأفراد بنسبة (65.9%)، المنظمات ومؤسسات المجتمع المدني بنسبة (48.8%)، وسائل الإعلام الأجنبية بنسبة (43.9%).

رابعاً: تحليل علاقات الارتباط بين متغيرات الدراسة:

1- اختبار العلاقة بين مجال العمل وتأثير التضليل الإعلامي والمعلوماتي على الوضع الاقتصادي
 الجدول رقم (16) استكشاف العلاقة بين مجال العمل وتأثير التضليل الاعلامي على الوضع الاقتصادي

قيمة مربع كاي	درجة الحرية	قيمة (sig) الاحتمالية
86.78	76	0.18

المصدر: إعداد الباحث باستخدام برنامج SPSS من بيانات الدراسة الميدانية 2023م
 يتضح من الجدول رقم (16) أن قيمة مربع كاي للاستقلالية بلغت (86.78) للعلاقة بين مجال العمل وتأثيرات التضليل الإعلامي والمعلوماتي على الوضع الاقتصادي بمستوي معنوية (0.18) وهذه القيمة أكبر من مستوي المعنوية (0.05) وعلية فإن ذلك يشير إلي أنه لا توجد علاقة بين مجال العمل والعوامل المتمثلة في تأثير التضليل الإعلامي والمعلوماتي على الوضع الاقتصادي.

2- اختبار العلاقة بين تقديم وسائل الإعلام معلومات مضللة في تناولها للقضايا الاقتصادية وتأثير التضليل الإعلامي والمعلوماتي على الوضع الاقتصادي في السودان

الجدول رقم (17) استكشاف العلاقة بين تقديم وسائل الاعلام وتأثير التضليل الاعلامي

قيمة مربع كاي	درجة الحرية	(sig)القيمة الاحتمالية)
375.018	285	0.000

المصدر: إعداد الباحث باستخدام برنامج SPSS من بيانات الدراسة الميدانية 2023م

يتبين من الجدول رقم (17) أعلاه بلغت قيمة مربع كاي للاستقلالية (375.018) للعلاقة بين تقديم وسائل الإعلام معلومات مضللة في تناولها للقضايا الاقتصادية، وتأثير التضليل الإعلامي والمعلوماتي على الوضع الاقتصادي بمستوي معنوية (0.00) وهذه القيمة أقل من مستوي المعنوية (0.05) وعلية فإن ذلك يشير إلي أنه توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين تقديم وسائل الإعلام معلومات مضللة في تناولها للقضايا الاقتصادية وتأثير التضليل الإعلامي والمعلوماتي على الوضع الاقتصادي.

النتائج والتوصيات:

- ثبتت الدراسة وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين تقديم وسائل الإعلام معلومات مضللة في تناولها للقضايا الاقتصادية، وتأثير التضليل الإعلامي والمعلوماتي على الوضع الاقتصادي في السودان.

- إن درجة موثوقية المعلومات التي تقدمها وسائل الإعلام المحلية عن القضايا الاقتصادية أعلى الوسط؛ ويعزى ذلك إلى انتماء المؤسسات الإعلامية لجهات سياسية بنسبة (65.9%)، وضعف الكادر بنسبة (12.9%).

- تمثل التأثير الذي خلفه التضليل الإعلامي على الوضع الاقتصادي؛ مرتبة في: زعزعة ثقة ومعنويات الشباب، وازدهار تجارة الممنوعات (المخدرات والسلاح...)، وتبديد إمكانات وموارد الدولة، وعدم الاستقرار في السياسات، وتدني الإنتاج والخدمات، والتردد في اتخاذ القرار السليم، سرقة ثروات البلاد، والتضييق في معاش الناس، واضعاف أداء مؤسسات الدولة، ضعف التجارة والاستثمار.

- أسهمت مواقع التواصل الاجتماعي، وتطبيق تك توك، واليوتيوب في توسيع دائرة نشر المعلومات الاقتصادية المضللة.

- قدمت وسائل الإعلام المحلية معلومات وأخبار زائفة بنسب متفاوتة في أسعار الذهب، وأسعار السلع الاستهلاكية، وسعر الصرف، وأسعارالخدمات، وتسويق المحاصيل الزراعية والغابية، وأخيراً أسعار الوقود.

وتوصي الورقة بضرورة رسم استراتيجية إعلامية للبلد (نظام إعلامي)، مع تفعيل القوانين والمواثيق المهنية، وإنشاء مجلس أو مفوضية مستقلة لمكافحة المعلومات المضللة عن الشأن الاقتصادي، وتأهيل الصحفيين والإعلاميين الاقتصاديين وتعلم أدوات العصر من أدوات العمل وتقانات كشف الأخبار الزائفة، ومواكبة المستجدات. وفك العلاقة المشبوهة بين الشركات الكبيرة والمؤسسات الإعلامية والمتمثلة في استخدام الإعلان كأداة ضغط عليها، والذي يؤثر بدوره على أدائها وتحيزها. وإدخال قضية التضليل الإعلامي في مناهج مؤسساتنا التعليمية كافة.

المراجع والمصادر:

- (1) القرآن الكريم.
- (2) د. شيماء الهواري «التضليل الاعلامي: الوجه الجديد للإعلام العربي الحديث» المجلة الدراسات الإعلامية، العدد الرابع عشر، (ألمانيا: برلين، المركز الديمقراطي العربي، فبراير 2021م)، ص 12
- (3) محمد مسلم العبيدو، «الإعلام.. بين التضليل وصناعة الكذب»، ara/gro.aabanna//:sptth 41652/stroperaidem/cib
- (4) عدي قاقيش، «مفهوم التضليل الإعلامي»، moc.rotos//:sptth
- (5) سورة العنكبوت الآيات ﴿1-3﴾
- (6) إبراهيمي عمر، «التأثير الاقتصادي والاجتماعي لتكنولوجيا الإعلام والاتصال داخل المؤسسات الاقتصادية»، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، العدد السابع، (الجزائر، جامعة مستغانم 2017م)، ص 181-196
- (7) د. محمد أبوبكر عبد الرحمن الرحمونو، «سياسات الحد من انتشار الإشاعة في الاطار التنظيمي»، مجلة علوم الاتصال، المجلد الأول العدد الرابع، (جامعة أم درمان الإسلامية، أغسطس 2018م)، ص 121-178
- (8) د. تيسير يحيى الصديق محمد زين، «توظيف الصحافة المتخصصة في معالجة الأزمات الاقتصادية في السودان: دراسة وصفية تحليلية بالتطبيق على صحيفة إيلاف الاقتصادية»، مجلة علوم الاتصال، المجلد الأول العدد السابع، (جامعة أم درمان الإسلامية، سبتمبر 2022م)، ص 106-153
- (9) انظر د. عبد الحافظ عواجي صلوي، نظريات التأثير الإعلامية، جمع وتنسيق أسامة بن مساعد المحيا، 1433هـ ص 29-33
- (10) سورة النساء الآية ﴿١٦٧﴾
- (11) سورة الشعراء الآية ﴿٩٧﴾
- (12) معجم لسان العرب
- (13) معجم المعاني، تضليل / ra-ra/tcid/ra/moc.ynaamla.www//:sptth
- (14) د. فريد حاتم شحف، الدعاية والتضليل الإعلامي: الأساليب والطرق، ط1، (سوريا: دار علاء الدين، 2015م) ص 5
- (15) عبد السلام مصطفى شليبيك «مفهوم التضليل الاعلامي وكيفية المواجهة» isba.www//:sptth tsop-golb/21/0202/cc
- (16) عدي قاقيش، «مفهوم التضليل الإعلامي» مصدر سابق
- (17) دنزمت محمود الدليمي، «التضليل الإعلامي وكيفية المواجهة»، ra/gro.aabanna//:sptth 41652/stroperaidem/ciba
- (18) عدي قاقيش، «مفهوم التضليل الإعلامي» المصدر السابق

- (19) انظر هيرت. أ. شيللر، المتلاعبون بالعقول، ترجمة عبد السلام رضوان، (106) عالم المعرفة، الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، مارس 1999م، ص 13 - 23
- (20) د. فريد حاتم شحف، مرجع سابق ص 8
- (21) خالد عطية، «الأخبار الزائفة والتضليل: وجهان لعملة واحدة» <https://www.aljazeera.net/blogs/2021/12/22>
- (22) المرجع نفسه ص 10
- (23) المصدر نفسه
- (24) دنزهت محمود الدليمي، مصدر سابق، eraidem/cibara/gro.aabanna//:sptth، [41652/strop](https://eraidem/cibara/gro.aabanna//:sptth)
- (25) فهد بن عبد الرحمن الشميمري، التربية الإعلامية erom/ten.ajremla//:sptth، [699361=mdi?php](https://erom/ten.ajremla//:sptth)
- (26) انظر د. أنور هارون شمبال، الصحافة السودانية وصناعة القرار الاقتصادي، الطبعة الثانية، الخرطوم: الناشر وزارة الثقافة، الطابعون: هيئة الخرطوم للصحافة والنشر، (2017م) ص 35، 36
- (27) انظر محمد جار النبي موسى الضي، تقلبات أسعار النفط العالمية وأثرها على إقتصادات البلدان المستوردة: دراسة تطبيقية على الاقتصاد السوداني (1990 - 2021م)، اطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا/ كلية الدراسات العليا، 2022م، ص 86 - 98
- (28) د. سمية آدم عيسى، «السودان الجديد: الإمكانيات الاقتصادية والاستثمارية»، htuhb//:sptth، [laitnetop-tnemtsevni-dna-cimonoce-nadus-wen-a/noitacilbup/ra/ea](https://htuhb//:sptth)
- (29) د. أنور هارون، المرجع السابق ص 37
- (30) وزارة المالية، ميزانيات السودان (55-1999م) الطبعة الثانية، المجلد الأول (أم درمان: دار جامعة أم درمان الإسلامية للطباعة والنشر، 2000م) ص 21
- (31) انظر د. أنور هارون المرجع السابق، ص 39-38
- (32) عثمان إبراهيم السيد، الاقتصاد السوداني، الطبعة الثالثة (أم درمان: دار جامعة القرآن الكريم للنشر، 2002م) ص 14.
- (33) د. أنور هارون شمبال، أحداث ومؤشرات: تحليل واقع الاقتصاد السوداني 2006م - 2013م، (الخرطوم: شركة سينان للطباعة، 2017م)، 40
- (34) د. ناهد حمزة محمد صالح، «تناول الصحافة الإلكترونية لقضية الفقر في السودان: دراسة وصفية تحليلية على الموقع الإلكتروني لصحيفة أخبار اليوم يناير 2017م حتى منتصف 2020»، مجلة علوم الاتصال، العدد السابع، جامعة أم درمان الإسلامية، يونيو 2021م، ص 286
- (35) معجم المعاني www.ynaamla.com/ra-ra/tcid/ra/ra/الأثر/
- (36) أ.م.د. كاظم حسين غزال، وم.عدي عبيدان سلمان الجراح «أثر استراتيجية (التعلم التماثلي) في التدوق الادي عند طلاب الصف الخامس الادي» مجلة كلية التربية الأساسية للعلوم التربوية والإنسانية، العدد (18)، (العراق، جامعة بابل، ديسمبر 2014م، ص 665

(37) خالد سعد، «السودان.. جدل حول الإعلام والثورة والانتقال الديمقراطي»، 12ibara.sptth.

yrots/moc

(38) المصدر نفسه ص 77

(39) انظر جوناثان مارسيانو، «كيف تخرب الأخبار الزائفة الاقتصاد؟»، tsopnoon.www.sptth.

tnetnoc/moc