Journal of Human and Social Sciences (JHSS) • Vol 9, Issue 5 (2025) • P: 131 - 109
https://journals.ajsrp.com/index.php/jhss
ISSN: 2522-3380 (Online) • ISSN: 2522-3380 (Print)

The Negative Impact of Some Influencers' Content on Social Media in Mauritania
A Descriptive and Analytical Study

Mr. Ahmed Sidi
Mohammed V University | Morocco

Received: 24/02/2025
Revised: 12/03/2025
Accepted: 26/03/2025
Published: 30/05/2025

* Corresponding author: a7medsidibaba@gmail.com

Citation: Sidi, A. (2025). The Negative Impact of Some Influencers' Content on Social Media in Mauritania A Descriptive and Analytical Study. *Journal of Humanities & Social Sciences, 9*(5), 109 – 131. https://doi.org/10.26389/AJSRP.S260225

2025 © AISRP • Arab Institute of Sciences & Research Publishing (AISRP), Palestine, all rights reserved.

• **Open Access**

This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY-NC) license

Abstract: This study addressed the negative impacts of the content of some influencers on social media in Mauritania, using a descriptive approach to understand this phenomenon in its local context.The study relied on the tools of surveys and interviews to collect quantitative and qualitative information to enhance the added value of the study, with the aim of assessing the role of influencers in affecting values and morals, and promoting products that may be harmful to health, in addition to disseminating misleading information. The results showed that 88% of the participants believe that the content published by some influencers negatively affects values and morals, while 82% confirmed that the influencers' publication of inaccurate or misleading information contributes to the widespread dissemination of this information among social media platform users. 75% of those covered by the study believed that influencers promote products that may be harmful to health. The study also indicated that TikTok is considered the most dangerous platform, with 85% believing that it poses a major threat to societal values due to the nature of the content spread on it. Based on these results, the study recommends establishing a legal framework to regulate the work of influencers, standards to control advertising on influencers' pages, and creating a national platform to verify news, in addition to encouraging positive content that enhances cultural and social values.The study also emphasizes the need to develop educational curricula to be more adaptable to rapid digital changes, and to strengthen the partnership between the government and technology companies to regulate digital content more effectively.

Keywords: Influencers, digital content, social media networks, media misinformation, Mauritanian digital platforms.

الآثار السلبية لمحتوى بعض المؤثرين على شبكات التواصل الاجتماعي في موريتانيا
"دراسة وصفية تحليلية"

أ. أحمد سيدي
جامعة محمد الخامس | المغرب

المستخلص: تناولت هذه الدراسة الآثار السلبية لمحتوى بعض المؤثرين على شبكات التواصل الاجتماعي في موريتانيا، وذلك من خلال توظيف المنهج الوصفي لفهم هذه الظاهرة في سياقها المحلي، واعتمدت الدراسة على أداتي الاستبيان والمقابلة، لجمع معلومات كمية ونوعية تعزز القيمة العلمية للدراسة، بهدف تقييم دور المؤثرين في التأثير على القيم والأخلاق، والترويج لمنتجات قد تكون مضرة بالصحة، بالإضافة إلى نشر معلومات مضللة. وأظهرت النتائج أن 88% من المشاركين يرون أن المحتوى الذي ينشره بعض المؤثرين، يؤثر سلبا على القيم والأخلاق، بينما أكد 82% أن نشر المؤثرين للمعلومات غير الدقيقة أو المضللة يسهم في انتشار هذه المعلومات بشكل واسع بين مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي، ورأى 75% ممن شملتهم الدراسة أن المؤثرين يروجون لمنتجات قد تكون مضرة بالصحة. كما أشارت الدراسة إلى أن تيك توك يُعد المنصة الأكثر خطورة، حيث يرى 85% أنه يشكل تهديدا رئيسيا للقيم المجتمعية بسبب طبيعة المحتوى المنتشر فيه. وبناء على هذه النتائج، توصي الدراسة بوضع إطار قانوني ينظم عمل المؤثرين، ومعايير لضبط الدعاية والإعلان على صفحات المؤثرين، وإنشاء منصة وطنية للتحقق من الأخبار، إضافة إلى تشجيع المحتوى الإيجابي الذي يعزز القيم الثقافية والاجتماعية. كما تؤكد الدراسة على ضرورة تطوير المناهج التعليمية لتكون أكثر ملاءمة للتغيرات الرقمية المتسارعة، وتعزيز الشراكة بين الحكومة وشركات التكنولوجيا لتنظيم المحتوى الرقمي بشكل أكثر فاعلية.

الكلمات المفتاحية: المؤثرون، الإنفلونسرز، المحتوى الرقمي، شبكات التواصل الاجتماعي، التضليل الإعلامي، المنصات الرقمية الموريتانية.

1- المقدمة:

في السنوات الأخيرة؛ أصبح لشبكات التواصل الاجتماعي دور أساسي في تشكيل قناعات الأفراد والتأثير في سلوكياتهم، حيث باتت منصات مثل فيسبوك، وإنستغرام، وتيك توك، وسناب شات، وغيرها، مناطق رئيسية للتفاعل الاجتماعي وتبادل المعلومات. ويُعتبر المؤثرون أو ما يعرف اصطلاحا بالإنفلونسرز(Influencers) جزءا محوريا من هذه البيئة الرقمية؛ فهؤلاء الأفراد، الذين يملكون قاعدة جماهيرية كبيرة، يسهمون بشكل ملحوظ في توجيه الرأي العام من خلال المحتوى الذي ينشرونه عبر منصاتهم الرقمية.

ويشهد التأثير المتنامي لهذه الفئة من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي في موريتانيا، انعكاسات واضحة على فئات مختلفة من المجتمع، خاصة فئة اليافعين الذين يتفاعلون بشكل مكثف مع محتوى هؤلاء المؤثرين. وهذا التفاعل يثير تساؤلات حول طبيعة هذا التأثير، وما إذا كان يتجاوز الفوائد المحتملة، ليشمل جوانب سلبية قد تؤثر على الهوية الثقافية.

إن المتابع لما ينشره بعض المؤثرين الموريتانيين على صفحاتهم الشخصية، يلاحظ انخراط العديد منهم في الترويج لعادات وأنماط حياة قد لا تكون متوافقة تماما مع القيم الأخلاقية، والعادات الاجتماعية، وهو ما يتجلى في تعزيز سلوكيات دخيلة على المجتمع، ونشر معلومات مضللة أو غير دقيقة، مما يعزز الحاجة إلى تقييم تأثير هذه الظاهرة بشكل علمي دقيق. وذلك ما تسعى إليه هذه الدراسة من خلال العمل على تقديم تحليل عميق للآثار السلبية لمحتوى بعض المؤثرين على شبكات التواصل الاجتماعي في موريتانيا، عبر استخدام منهجية وصفية تحليلية، تهدف إلى فهم كيفية تأثير هذا المحتوى على القيم الاجتماعية، والسلوكيات الفردية، والعادات الاستهلاكية، للمساعدة في تحسين استراتيجيات التعامل مع هذا النمط من التأثير، وضمان تحقيق توازن بين الفوائد المحتملة، والتأثيرات السلبية.

مشكلة البحث وتساؤلاته

في موريتانيا كما هو الحال في دول أخرى عديدة، يتزايد تأثير مجموعة من المؤثرين المشهورين على منصات التواصل الاجتماعي على حياة الأفراد، لا سيما فئتي الشباب والنشء اللتين تشكلان جزءا كبيرا من جمهور وسائل التواصل الاجتماعي. ومع تزايد هذا التأثير، برزت الحاجة إلى دراسة الآثار السلبية التي قد تنجم عن هذا النمط من المحتوى، مثل تعزيز توجهات ومسلكيات قد تكون متعارضة مع القيم الدينية والاجتماعية، والترويج لعادات استهلاكية غير صحية، ونشر معلومات مضللة قد تؤثر على وعي المتابعين وقراراتهم، وهذه إشكالية تأتي هذه الدراسة لاستجلاء أبعادها المختلفة، من خلال السعي إلى الإجابة عن التساؤلات التالية:

- ما هي أبرز الآثار السلبية لمحتوى المؤثرين على القيم والأخلاق الاجتماعية؟
- كيف يؤثر الترويج لأنماط حياة معينة على السلوكيات الفردية والهوية الثقافية؟
- ما مدى خطورة مشاركة بعض المؤثرين في نشر معلومات مضللة أو غير دقيقة على شبكات التواصل الاجتماعي؟
- كيف يمكن أن يسهم سعي المؤثرين إلى تحقيق الربح، في الترويج لمنتجات أو عادات استهلاكية غير صحية؟

أهمية البحث

يقدم هذا البحث إسهاما جديدا في الأدبيات المتعلقة بدراسة التأثير السلبي لبعض المؤثرين على شبكات التواصل الاجتماعي، وخاصة في السياق الموريتاني. كما يساعد في فهم دور منصات التواصل في التأثير على القيم والعادات المجتمعية، من خلال تحديد الأنواع المختلفة للمحتوى ذي الآثار السلبية المنتشر عبر المنصات الرقمية.

ويأمل الباحث أن تساعد هذه الدراسة في تحديد الأضرار التي يمكن أن تحدثها منشورات بعض المؤثرين على المجتمع، مما يتيح تقديم توصيات لصناع القرار والمؤسسات الإعلامية حول كيفية مواجهة هذه التحديات، ورفع مستوى وعي الجمهور بمخاطر انتشار أنماط معينة من المحتوى، والإسهام في خلق بيئة رقمية أكثر أمانا وإيجابية واحتراما للقيم الأخلاقية والدينية، والهوية المجتمعية.

أهداف البحث

- تحليل التأثير السلبي لمحتوى بعض المؤثرين على القيم والسلوكيات في موريتانيا.
- تقييم دور المؤثرين في نشر معلومات مضللة أو الترويج لعادات استهلاكية غير صحية.
- دراسة العلاقة بين حوافز المؤثرين (الربح والشهرة) وبين التزامهم بالقيم الاجتماعية والأخلاقية.
- تقديم توصيات لتعزيز المسؤولية الاجتماعية للمؤثرين وتنظيم المحتوى الرقمي بما يتماشى مع القيم المجتمعية.

منهج البحث وأدو اته

تعتمد هذه الدراسة على المنهج الوصفي الذي يعنى بوصف الظواهر وتحليلها وفق أسلوب منهجي دقيق، من خلال جمع البيانات والمعلومات المتعلقة بها، ومن ثمَّ تنظيمها وتحليلها بهدف استجلاء أبعادها وفهم خصائصها والعوامل المؤثرة فيها، ويُستخدم هذا المنهج لفهم الظواهر في سياقاتها الواقعية، ويُعد من المناهج الأساسية التي تعتمد على الملاحظة الدقيقة والأساليب الإحصائية والكيفية للوصول إلى استنتاجات علمية، وانطلاقا من ذلك فإن هذا المنهج يعتبر أحد الأساليب العلمية الهامة في دراسة الظواهر الاجتماعية من أجل الوصول إلى حقائق جديدة أو الثبت من معطيات قائمة (سلاطنية والجيلاني، 2012، ص 133).

وفي هذه الدراسة، التي تسعى إلى تحليل **الآثار السلبية لمحتوى بعض المؤثرين على شبكات التواصل الاجتماعي في موريتانيا**، يوفر المنهج الوصفي إطارا مناسبا لفهم طبيعة هذه الظاهرة من خلال وصف تأثيرات محتوى المؤثرين على القيم والسلوكيات الاجتماعية للمجتمع الموريتاني، حيث يُمكّن الباحث من دراسة التأثيرات المختلفة بشكل عميق، مع أخذ السياق المحلي الذي تتسم به هذه الظاهرة في الاعتبار.

ولتحقيق أهداف الدراسة يوظف الباحث أداتي **الاستبيان والمقابلة** ضمن إطار المنهج الوصفي لجمع معلومات كمية ونوعية لتعزيز القيمة العلمية للدراسة، حيث يوفر هذا الدمج فهما أكثر شمولية للظاهرة المدروسة، بما يتيح للباحث تحليلها من زوايا متعددة، والخروج بنتائجَ وتوصيات أكثر دقة وموثوقية.

مجتمع البحث وعينته

يتحدد مجتمع البحث في هذه الدراسة بمستخدمي منصات التواصل الاجتماعي الأكثر رواجا في موريتانيا، وهي: فيسبوك، وتيك توك، وسناب شات، ومجموعات الواتساب، ويمثل هذا المجتمع العام شريحة واسعة ومتنوعة من الأفراد الذين يتفاعلون بشكل يومي مع محتوى المؤثرين على هذه المنصات، ونظرا لحجم هذا المجتمع وتنوعه الجغرافي والاجتماعي، فإن الإحاطة بجميع أفراده كانت أمرا متعذرا، مما دفع الباحث إلى الاعتماد على عينة مختلطة لتحقيق أهداف البحث، وهذه تفاصيل العينة:

1. عينة عشوائية من مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي: شملت 587 مشاركا، قاموا بتعبئة استبيان إلكتروني صُمّم لقياس مدى تأثير منشورات المؤثرين على سلوكيات المستخدمين وقيمهم. وتهدف هذه العينة إلى تقديم بيانات كمية تعكس الأنماط العامة داخل مجتمع الدراسة، وقد تضمن الاستبيان أربعة محاور رئيسية لتحقيق أهداف البحث:

وهدف المحور الأول إلى الحصول على بيانات ديموغرافية مثل العمر، والجنس، والمستوى التعليمي، لتحليل الفروقات بين الفئات المختلفة، وتحديد الفئات الأكثر تأثرا بالظاهرة المدروسة. وتناول المحور الثاني التأثير الأخلاقي والثقافي، مركزا على تأثير المحتوى الذي يقدمه المؤثرون على القيم والعادات الموريتانية، وتشجيعهم لسلوكيات قد تتنافى مع التقاليد الاجتماعية. أما المحور الثالث فقد صمم ليقيس مدى إسهام المؤثرين في الترويج لأنماط استهلاكية قد تكون غير صحية أو مضرة بالمجتمع، وهو أمر مهم لتحليل علاقة المؤثر بقرارات الشراء لدى متابعيه. أما المحور الرابع والأخير فيدرس مدى انتشار المعلومات غير الدقيقة أو المضللة التي يقدمها المؤثرون، وتأثير ذلك على وعي المتابعين، بالإضافة إلى تقييم السلوكيات التي قد يلجأ إليها بعض المؤثرين لتحقيق الشهرة بأي وسيلة. وقد صممت هذه المحاور لتجيب على أسئلة البحث وتحقق أهدافه.

2. عينة عمدية من الخبراء والمختصين: شملت مجموعة مختارة من الخبراء للحصول على بيانات نوعية تُثري النتائج، وتُسهم في تفسير الظاهرة ضمن سياقها العلمي والاجتماعي. وشملت المقابلة كلا من: الدكتور محمد محمود ولد سيدي يحي أستاذ علم الاجتماع والمدير السابق للمعهد العالي للدراسات والبحوث الإسلامية، والدكتور محمد (الراجل) ولد امدن، اختصاصي الأمراض الجلدية والتناسلية، والعضو المؤسس للجمعية الإفريقية للجروح والنُّدب، وعضو الجمعية الموريتانية لأمراض الجلد والأمين العام السابق للنقابة الوطنية للأطباء، والدكتور عباس إبراهام، أستاذ تاريخ الأفكار في جامعة لويزيانا (لافاييت) في الولايات المتحدة الأمريكية، والصحفي والباحث الموريتاني عبدو عبد القادر الذي يعمل في شبكة الجزيرة الإعلامية.

وقد جرى اختيار هذه العينة انطلاقا من حاجة الدراسة إلى الجمع بين البيانات الكمية والنوعية لضمان عمق التحليل ودقته؛ فالبيانات الكمية المستخلصة من نتائج الاستبيان تتيح استقراء التأثيرات العامة، في حين تسهم البيانات النوعية المستمدة من العينة العمدية في تفسير النتائج ضمن سياقاتها الاجتماعية، كما أن هذه المنهجية تُمكّن الباحث من فهم الظاهرة من زوايا متعددة، مما يُضفي على الدراسة قيمة علمية أكثر ويُعزز مصداقية النتائج.

الدراسات السابقة

في دراسة **بعنوان "الانتشار الفيروسي: مشاركة المعلومات المضللة من قبل المؤثرين في وسائل التواصل الاجتماعي (2024)"** لروري مالكاهي وآخرين، نوقِشت إشكالية المعلومات المضللة المتعلقة بالصحة والرفاهية، التي تتضمن نشر معلومات غير دقيقة أو مضللة

بشأن العلاجات الطبية، والتغذية، والرياضة، والرفاهية العامة، وسلطت الدراسة الضوء على دور المؤثرين على منصات التواصل الاجتماعي، مثل تيك توك وإنستغرام، في انتشار هذه المعلومات.

وهدفت الدراسة إلى استكشاف ديناميات انتشار المعلومات المضللة، من خلال ثلاث دراسات تجريبية عبر الإنترنت تعتمد على نظريتي التأثير الاجتماعي والنظرية الإدراكية (CAT) مع التركيز على تحليل تفاعل المستخدمين مع المنشورات المضللة للمؤثرين، بما يشمل تقييماتهم واتجاهاتهم نحو المشاركة. كما تبحث الدراسة تأثير التعليقات (الانتقادية والداعمة) على تصورات المستخدمين وقراراتهم، وقد خلصت إلى عدد من النتائج من بينها:

- أن المنشورات ذات الانتشار الواسع، تقلل من شعور المستخدمين بالخداع، مما يعزز الارتباط الشخصي بالمؤثرين، ويزيد من قابلية المشاركة لدى المتابعين.
- أن التعليقات الداعمة أو الإيجابية على المنشورات المنخفضة الانتشار، تزيد من الرغبة في المشاركة بشكل غير مباشر، وتعزز ثقة المتابعين في الموضوع.
- أن التعليقات الناقدة أو السلبية على المنشورات ذات الانتشار العالي، تعزز شعور المستخدمين بالخداع، مما يؤدي إلى عدم التأثر المباشر بالمنشور، ويضعف لديهم الاستعداد للمشاركة (مالكاهي وآخرون، 2024).

وبحثت الدكتورة نيرة أحمد **"تأثير متابعة الشباب لصفحات المؤثرين عبر مو اقع التواصل الاجتماعي على سمات نموذج القدوة لديهم (2024)"** وسعت إلى رصد مدى رضا الشباب المصري عن حياتهم في ظل المعايير التي يروج لها المؤثرون.

ركزت الدراسة على المؤثرين باعتبارهم أفرادا يقدمون محتوى متنوعا عبر الصور، ومقاطع الفيديوهات القصيرة، والمقالات، والتدوينات التي تحظى بتفاعل كبير من قبل المتابعين، واستندت إلى المنهج الوصفي، ونظرية التعلم الاجتماعي، معتمدة على عينة عمدية من الشباب المصري المولودين بين 1999 و2006، بلغ عددها 275 فردا. وخلصت إلى مجموعة من النتائج من بينها:

- أن معظم الشباب يرى أن محتوى صفحات المؤثرين يعكس صورة مجتمع مزيف وغير صادق، مما يؤثر على رضاهم عن حياتهم المعيشية والمادية.
- أن أكثر من نصف العينة لم يقلّد أفعال المؤثرين، فيما قامت النسبة المتبقية بذلك، خصوصا في تجربة المنتجات والمطاعم وتصوير فيديوهات مشابهة.
- أن الدافع الرئيسي لتقليد المؤثرين يتمثل في الاستفادة الشخصية مما يقدمونه من محتوى، إضافة إلى تقديمهم أمورا جديدة ومثيرة تواكب الرائج والمنتشر "ترند" (شبايك، 2024، ص 381).

وتناولت الدكتورة سالي نصّار "**مصداقية مضامين المؤثرين على مو اقع التواصل الاجتماعي و اتجاهات الجمهورنحوها (2023)**" ساعية إلى تحليل دوافع تعرض الجمهور للمحتوى الذي يقدمه المؤثرون، ومعرفة عناصر مصداقية هذا المحتوى، باستخدام مدخل الاستخدامات والإشباعات ونظرية مصداقية المصدر، واستهدفت الدراسة 400 من الأشخاص المختلفين من حيث الخصائص الديموغرافية، عبر المنهج المسحي، وتوصلت إلى عدد من النتائج من بينها:

- ارتفاع كثافة تعرض المشاركين لصفحات المؤثرين على موقع فيسبوك بسبب ما يتمتع به من تفاعلية عالية.
- تفضيل الجمهور للمحتوى المتنوع بين النصوص المكتوبة والصور ولقطات الفيديو، مما يعزز التفاعل مع الجمهور بمختلف رغباته واحتياجاته، وبالتالي زيادة عدد المتابعين المتأثرين بالمحتوى.
- برزت الدوافع النفعية كأهم دوافع المتابعين للمؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي، سواء بشكل مباشر أو غير مباشر (نصار، 2023، ص 279).

وتحت عنوان **"مؤثرو مو اقع التواصل الاجتماعي: الفاعلون الجدد في قيادة الرأي العام - قراءة حول التغير في المفاهيم والأدوار (2022)"** تناولت الباحثة نبيلة جعفري، تعاظم دور المؤثرين في المجتمع وقدرتهم على تصدر القضايا الهامة وقيادتها. وسعت من خلال هذه الدراسة إلى تحليل التحولات التي طرأت على مفاهيم وأدوار قادة الرأي العام، مسلطة الضوء على دور المؤثرين على منصات التواصل الاجتماعي في التأثير على توجهات الجمهور وصناعة الرأي العام.

وتهدف الدراسة إلى فهم كيفية تحول قادة الرأي العام من شخصيات تقليدية إلى مؤثرين رقميين، مع تصاعد أهمية منصات التواصل الاجتماعي، كوسيط أساسي في صياغة الرأي العام، وتوصلت الباحثة إلى مجموعة من النتائج من بينها:

- أن وسائل التواصل الاجتماعي أصبحت فاعلا أساسيا في تشكيل الرأي العام، من خلال ظهور المؤثرين كقادة رأي جدد، يسهمون في مناقشة القضايا العامة والتأثير في قناعات المتابعين.

- أن تزايد نشاط المؤثرين أدى إلى تغير مفهوم قيادة الرأي العام، حيث انتقل من القنوات التقليدية، مثل الصحافة والإعلام الكلاسيكي، إلى المنصات الرقمية التي يتمتع فيها المؤثرون بحرية الطرح والتفاعل المباشر مع الجمهور.
- أبرزت الدراسة أن منصات التواصل الاجتماعي، أسهمت في زيادة الاستقطاب داخل المجتمع (جعفري، 2022، ص 22).

وفي دراسة بعنوان **"عناصر الجذب في المحتوى الإعلامي للمؤثرين على مو اقع التواصل الاجتماعي و انعكاساتها على المجتمع العراقي (2021)"** سلطت الباحثة أسمى نوري صالح الضوء على الدور المتزايد لمواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام وتأثيرها على ذائقة المستخدمين وسلوكياتهم الاجتماعية والاستهلاكية، سواء من خلال المحتوى الإيجابي أو السلبي، وتناولت ظاهرة المؤثرين الذين اجتاحوا هذه المواقع وأصبحوا قدوة للكثير من الشباب والمراهقين، للكشف عن مدى تأثر العينة المختارة بالمحتوى الذي يقدمه المؤثرون، ومدى تقبلهم لهذا المحتوى، مع تحليل دور التحصيل العلمي في درجة التأثر.

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي المسحي واستخدمت الاستبانة الإلكترونية كأداة لجمع البيانات، وتكونت عينة الدراسة من 400 شخص من فئات عمرية تتراوح بين 18 و50 عاما موزعة على ثلاث فئات تعليمية تشمل خريجي الثانوية العامة، والحاصلين على شهادات جامعية، وأصحاب الدراسات العليا. وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من بينها:

- وجود تغيرات اجتماعية ملحوظة، كانت نتيجة للمحتوى الذي يقدمه المؤثرون.
- أغلب المشاركين يفضلون إنشاء حسابات خاصة بهم لأغراض شخصية، مثل متابعة حياة المشاهير والتعرف على تفاصيل حياتهم الخاصة.
- أغلب المشاركين من حملة الشهادات العليا لا يتابعون المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك لعدم اهتمامهم أو عدم انجذابهم للمحتوى البسيط والسطحي الذي يقدمونه، وعدم اقتناعهم بهذه الشخصيات بسبب اهتماماتهم العلمية والثقافية (صالح، 2021، ص 546).

مناقشة الدراسات السابقة:

تمثل دراسة "الآثار السلبية لمحتوى بعض المؤثرين على شبكات التواصل الاجتماعي في موريتانيا" امتدادا معرفيا للدراسات السابقة التي تناولت تأثير المحتوى الذي ينشره المؤثرون عبر منصات التواصل الاجتماعي؛ إذ أسهمت هذه الدراسات في تقديم رؤى متعددة حول هذا الموضوع. فعلى سبيل المثال، استعرضت دراسة روري مالكاهي وآخرين (2024) ظاهرة انتشار المعلومات المضللة وأثر المؤثرين في تعزيز أو تقويض مصداقية هذه المعلومات بناءً على تفاعل الجمهور مع المحتوى المنشور. وفي السياق نفسه، تناولت دراسة نيرة أحمد (2024) دور المؤثرين في تشكيل نماذج القدوة لدى الشباب، مما وفر أرضية لفهم التأثيرات الأخلاقية والاجتماعية التي يتركها هؤلاء المؤثرون على متابعيهم. كما قدمت دراسة نبيلة جعفري (2022) تحليلا للتحولات التي طرأت على مفهوم قيادة الرأي العام في العصر الرقمي، مما عزز الإطار المفاهيمي لدراسة التأثيرات الاجتماعية والثقافية للمؤثرين في المجتمع.

وقد استفاد الباحث من هذه الإسهامات النظرية لتحديد الأطر التي تفسر التفاعل بين الجمهور والمحتوى الرقمي، مثل "نظرية التأثير الاجتماعي" التي تناولتها دراسة مالكاهي، والتي تبرز دور الانتشار والتفاعل في تشكيل التصورات والسلوكيات. وإضافة إلى ذلك، استفاد الباحث من المنهج الوصفي التحليلي الذي اعتمدته أسمى نوري صالح (2021) لفهم دور المؤثرين في التأثير على التغيرات الاجتماعية والسلوكية، مما يعزز دقة التحليل والتفسير في معالجة الظاهرة المدروسة.

ورغم التشابه النظري والمنهجي مع الدراسات السابقة، فإن هذه الدراسة تتميز بتركيزها على السياق الموريتاني، الذي لم يحظَ بالاهتمام الكافي في الأدبيات السابقة، حيث يتسم هذا السياق بخصوصية ثقافية واجتماعية تميز المجتمع الموريتاني عن غيره من البيئات، مما يجعل تعاطي هذه الدراسة مع ظاهرة التأثير الرقمي يمثل إضافة جديدة ذات أهمية كبيرة. ففي ظل الدور المتنامي لمنصات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام وتوجيه السلوكيات، تُعد هذه الدراسة خطوة مهمة لفهم تأثير هذا الظرف على المجتمع الموريتاني.

وعلى عكس العديد من الدراسات السابقة، تركز هذه الدراسة بشكل خاص على تأثير المحتوى الذي ينشره بعض المؤثرين على القيم الأخلاقية والاجتماعية، وإسهامهم في نشر المعلومات المضللة، والترويج لعادات استهلاكية غير صحية، فضلًا عن التسويق لمنتجات ضارة وممارسات دخيلة على المجتمع الموريتاني المحافظ. كما أن هذه الدراسة تقدم معالجة نوعية لأثر المؤثرين على الفئات العمرية والثقافية المتنوعة داخل المجتمع الموريتاني، ما يميزها عن الأبحاث السابقة التي ركزت غالبا على فئة الشباب فقط.

وبذلك، تسهم هذه الدراسة في سد فجوة معرفية كبيرة تتعلق بفهم التأثيرات السلبية للمحتوى الرقمي في السياق الموريتاني. وتعمل هذه الدراسة، من خلال تقديم تحليل علمي معمق يستند إلى خصوصيات المجتمع الموريتاني، على وضع موريتانيا على خارطة النقاش الأكاديمي الذي يدرس الآثار السلبية للمحتوى الذي ينشره المؤثرون.

2- الإطار النظري للبحث

1. نظرية التأثير الاجتماعي

تعد نظرية التأثير الاجتماعي التي قدّمها بيب لاتاني (Bibb Latané) عام 1981 في مقاله علم نفس التأثير الاجتماعي (The Psychology of Social Impact) إحدى أبرز النظريات التي تهتم بدراسة تأثير الأفراد أو الجماعات على رؤى الآخرين وتصرفاتهم.

ترى النظرية أن التأثير الاجتماعي ينشأ نتيجة لتفاعل ثلاث ركائز أساسية، هي: قوة المصدر، وقربه، وعدد المصادر المؤثرة. ويشير مفهوم القوة إلى المكانة التي يحتلها المصدر أو المؤثر في إدراك الفرد المستهدف، وهي مكانة تُبنى على عوامل مثل الشهرة، والخبرة، أو الهيمنة الاجتماعية، وهو ما يمكن ربطه في سياق المؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي بعدد المتابعين، ومدى تأثيرهم الرمزي على الجمهور. أما القرب، فيتعلق بمدى اقتراب المؤثر من جمهوره، سواء كان هذا القرب زمانيا، أو مكانيا، أو نفسيا. وفي شبكات التواصل الاجتماعي، يتجلى هذا القرب من خلال التفاعل اللحظي الذي يحظى به المحتوى الرقمي، سواء من خلال البث المباشر أو عبر المنشورات والمقاطع المسجلة. وفيما يخص عدد المصادر، فإن النظرية ترى أن تأثير الرسالة يزداد بازدياد عدد المؤثرين الذين يروجون لها، بمعنى أن اتفاق عدد كبير من المؤثرين على فكرة معنية، وترويجهم لها بشكل متزامن، يزيد حجم التأثير وقوته.

هذه النظرية، تساعد في فهم التأثيرات السلبية التي يخلفها محتوى المؤثرين على منصات التواصل الاجتماعي في المجتمع الموريتاني، حيث يمكن تفسير تأثيرهم الكبير من خلال مكانتهم الرمزية وقربهم النفسي والجغرافي من الجمهور الذي يتفاعل معهم يوميا، كما أن العدد الهائل من المتابعين الذين يدعمون رسائلهم أو ينشرونها، يضاعف من قوتها التأثيرية، وهو ما قد يسهم في تعزيز أنماط استهلاكية أو قيم اجتماعية قد تتعارض مع قيم المجتمع وهويته الثقافية (Latané, 1981, p. 343).

2. المؤثرون – المفهوم والماهية

تعرّف بعض الدراسات المؤثرين بأنهم شخصيات برزت في فضاء التواصل الرقمي، واستطاعت أن تحظى بحضور طاغٍ بفضل قدرتها على استقطاب المتابعين والتأثير في رؤاهم وسلوكياتهم، مما أتاح لها القدرة على تشكيل توجهات الرأي العام، والترويج للأفكار والخدمات والمنتجات.

يمتلك المؤثرون منابر رقمية، تتمثل في صفحات على شبكات التواصل الاجتماعي، يعرضون من خلالها أنماطا مختلفة من المحتوى الرقمي، تلقى تفاعلا واسع النطاق، مما جعل منهم قوة رقمية يعتد بها في تشكيل المشهد الإعلامي، وفق معايير جديدة تواكب التحولات المتسارعة في العصر الرقمي (نصار، 2023، ص 299).

ووفق تعريف آخر، يُعتبر المؤثرون فئة جديدة من قادة الرأي، حيث يشير هذا المصطلح إلى أي شخص يمتلك قاعدة كبيرة من المتابعين ويستخدم منصات التواصل الاجتماعي للتأثير في آرائهم وقناعاتهم (بيبي ورضا، 2023، ص 755).

ومن زاوية أخرى، يمكن تعريف المؤثر بأنه فرد يتمتع بنفوذ اجتماعي واسع، وله القدرة على توجيه قرارات أصدقائه ومتابعيه، ما يمكنه من دعم علامة تجارية أو الترويج لمنتج أو خدمة تتناسب مع اهتمامات جمهوره.

ويقترن مفهوم التأثير لدى بعض الدراسين، بقدرة المؤثر على إقناع الآخرين بتبني وجهة نظر معينة، مما يؤدي إلى تغيير طريقة تفكيرهم وسلوكياتهم ودفعهم بشكل غير مباشر نحو الاتجاه الذي حدده المؤثر، ليصبح بذلك نموذجا يحتذى ومثالا يقلد (شريط، 2022، ص 143).

ورغم اتفاق العديد من الباحثين على أن المؤثرين هم شخصيات برزت في فضاء التواصل الرقمي، ونجحت في استقطاب المتابعين والتأثير في رؤاهم وسلوكياتهم، فإن هذا التعريف العام يحتاج في نظر الباحث إلى مزيد من التضييق، خصوصا في سياق هذه الدراسة التي تبحث الآثار السلبية لمحتوى بعض المؤثرين على شبكات التواصل الاجتماعي في موريتانيا، فهذا "البعض" الذي تستهدفه الدراسة، يقابله "بعض" آخر يشترك معه في اتساع قاعدة المتابعين، وارتفاع نسبة التفاعل مع المنشورات، ولكنهما يختلفان تماما في نوعية المحتوى، وطبيعة التأثير، ومن هؤلاء بعض الأدباء والكتاب والأساتذة ووجوه إعلامية ومتخصصون في مجالات مختلفة، بالإضافة إلى فئة من صناع المحتوى الذي يعزز القيم الاجتماعية، ويعكس صورة إيجابية عن البلد.

ومن جانب آخر يرى الباحث أن هذا المصطلح يتجاوز كونه مجرد تسمية تُطلق على بعض الأفراد الذين يحظون بمتابعة واسعة على منصات التواصل الاجتماعي؛ فالمؤثرون اليوم يمثّلون ظاهرة تتداخل فيها الأدوار الاقتصادية والإعلامية والاجتماعية، وذلك ما يستدعي إعادة النظر في تلك الأدوار والتأثيرات، لتحجيم المخاطر وتقليل الأضرار.

وعلى الرغم من أنه لا يمكن إنكار الدور المحوري الذي يؤديه المؤثرون في الاقتصاد الرقمي، حيث أصبحوا من أدوات التسويق الفعالة التي تستعين بها المؤسسات التجارية على اختلاف أنواعها، فإن هذا الدور رغم أهميته الاقتصادية، يحمل في ثناياه بعض المخاطر

والإشكاليات، إذ قد يعمد بعض المؤثرين إلى تسويق سلع وخدمات مشكوك في جودتها أو غير ملائمة للمستهلك، مقابل تحقيق مكاسب مالية، دون مراعاة الآثار السلبية المترتبة على ذلك.

وإلى جانب التأثير الاقتصادي، أحدث المؤثرون تحولا جذريا في المشهد الإعلامي، حيث باتوا ينافسون وسائل الإعلام التقليدية في صناعة الرأي العام، مما أسهم في انتشار المعلومات غير الموثوق بها، وعدم مراعاة المعايير والضوابط المهنية في إنتاج المحتوى، وسهّل تمرير الشائعات، ونشر الأخبار الكاذبة، وزاد من مخاطر التضليل الإعلامي الممنهج.

وفي ظل غياب الرقابة الكافية على المحتوى الرقمي، بات بعض المؤثرين يستغلون شهرتهم لتحقيق مكاسب شخصية بطرق غير أخلاقية، من خلال إثارة الجدل لزيادة المشاهدات والتفاعل، ويتجلى ذلك بوضوح في انتشار ما يُعرف بالترينـد (Trend)، الذي يقوم على استغلال القضايا الجدلية أو الأحداث الاجتماعية والسياسية لتحقيق الشهرة، دون أي اعتبار لتداعيات هذا المحتوى على المجتمع.

وفي بعض الأحيان تتحول منصات التواصل الاجتماعي في موريتانيا إلى دوامة من السب والتشهير بين بعض المؤثرين، سواء استند ذلك إلى أدلة حقيقية أو كان مجرد اتهامات متبادلة بلا أساس. ويجد كل طرف في أنصاره دعما يدفعه إلى مزيد من التجريح والقذف، متجاوزا كل حدود اللباقة والأخلاق، مما يرسّخ ثقافة الاستقطاب والعدائية، ويخلق واقعا مشوّها يقوم على صراعات مفتعلة، لجذب مزيد من التفاعل والمتابعين.

ولا يقتصر تأثير هذه الظاهرة على ذلك فحسب، بل يمتد إلى التأثير في القناعات والاتجاهات الاجتماعية؛ فقد بات العديد من المؤثرين يروّجون لأنماط حياة تعزز أساليب استهلاكية ومظاهر سطحية، مما ينعكس بالسلب على فئات النشء والمراهقين والشباب، الذين قد يقعون ضحية لذلك. والأخطر من ذلك أن بعض هؤلاء المؤثرين باتوا قدوات وأمثلة تحتذى في نظر البعض، رغم افتقارهم للأهلية العلمية أو الأخلاقية، مما يسهم في تقويض قيمة المعرفة والأخلاق والتعلّم، لا سيما حين يتم تهميش النماذج الناجحة والقدوات الحقيقية، لكونها لا تتماشى مع مظاهر "النجاح السطحي" الذي يروّج له بعض المؤثرين.

ونتيجة لذلك، ينجذب العديد من غير المحصَّنين معرفيا وحديثي السن، إلى السعي وراء الشهرة الرقمية باعتبارها طريقا مختصرا لتحقيق المكانة الاجتماعية والنجاح، متجاهلين أهمية الاجتهاد في الدراسة والتعلم، مما ينذر ببروز جيل ضعيف التكوين، أكثرُ اهتمامه موجه نحو الشهرة والتفاعل الرقمي على حساب بناء المعرفة الحقيقية والتطوير الذاتي.

الأساليب الخفية لصناعة المؤثرين

في عصر تحولت فيه شاشات الهاتف المحمول إلى نوافذَ تطل على العالم، تحول مفهوم الشهرة من قيمة تُكتسب بالاجتهاد والتميّز إلى غاية يسعى إليها الكثيرون بأي وسيلة، ولم يعد النجاح مرتبطا بإنجازات حقيقية أو بإبداع يترك أثرا، بل بات يقاس بعدد المتابعين ومعدل التفاعل.

لقد أصبح المؤثرون نجوم المرحلة، وتحولت المنصات الاجتماعية إلى ساحات للتنافس والتنابز، وبات الأحداث واليافعون يلهثون خلف الأضواء، غير مدركين أن وهجها خداع، وأن الطريق إليها مزدحم بالتزييف والتلاعب والخداع، وفي هذا المشهد المضطرب، تبدو الحقيقة ضبابية! فهل نحن أمام تطور طبيعي لمفهوم النجاح، أم أننا نسير نحو أزمة قيم تجعل الوهم أكثر بريقا من الواقع؟ وكيف يمكن أن يتشكل وعي الأجيال في ظل ثقافة تحتفي بالمظهر وتهمل الجوهر؟

في وثائقي بعنوان شهرة مزيفة (Fake Famous) يسلط المخرج الضوء على جوانب من حياة بعض المؤثرين، مختبرا خدعة الشهرة من خلال تجربة اجتماعية أجراها مع ثلاثة أشخاص غير معروفين، محاولا إثبات أن الشهرة لم تعد ثمرة عناء وجهد أو موهبة، بل أصبحت سلعة يمكن شراؤها؛ فالنجاح في عالم المؤثرين، ليس مرتبطا بالإبداع أو التميز، بل بمن يُحسن التلاعب بالخوارزميات والظهور بأفضل صورة، ولو كانت مزيفة.. فشراء المتابعين، ونشر صور ومقاطع خدّاعة، قد تكون كافية لخلق مؤثر من العدم. وهذا ما يؤكد أننا أمام مشهد مقلق، تختزل فيه قيمة الإنسان في أرقام الإعجابات والتفاعل والمشاهدات، وتُستبدل المبادئ والقيم بمدى التمكن من أدوات التسويق الإلكتروني.

تبدأ قصة الفيلم الوثائقي بسؤال بسيط: "هل تريد أن تصبح مشهورًا؟" هكذا أطلق المخرج هذه التجربة الاجتماعية التي تهدف إلى كشف الستار عن الآلية الخفية التي تصنع المؤثرين على المنصات الرقمية. ومن بين آلاف الطامحين إلى الشهرة، وقع الاختيار على ثلاثة أشخاص مغمورين، لا يمتلكون أي مهارة استثنائية قد تفتح لهم أبواب النجاح في الظروف الطبيعية.. لكن ذلك لم يكن عائقا أمامهم، لأن الفيلم قائم على فكرة مؤداها أن الشهرة لم تعد حكرا على المبدعين، بل بات بالإمكان صناعتها باتباع خطوات بسيطة.

بدأت التجربة بشراء آلاف المتابعين الوهميين من موقع "فيمويد"، حيث تقوم برمجيات معينة بخلق حسابات وهمية ذات أسماء مختلقة وصور مسروقة، لتمنح هؤلاء المؤثرين الجدد هالة من الشعبية المصطنعة.. ولأن الأرقام وحدها لا تكفي، كان لا بد من إتقان فن الإبهار، فتمت الاستعانة بمصففي شعر، ومصورين محترفين، واستأجر المخرج منزلا فاخرا ليكون مسرحا لجلسات تصوير توحي بحياة مترفة، واستأجر أيضا استوديو على شكل طائرة خاصة مقابل 50 دولار، لإيهام المتابعين بتعدد الأسفار والرحلات ومظاهر الرفاهية، ومع كل صورة نُشِرت، وكل

تفاعل أدارته روبوتات مبرمجة، بدأت الخدعة تؤتي ثمارها، فازداد عدد المتابعين الحقيقيين تدريجيا، وبدأت العلامات التجارية تبدي اهتمامها، وتحول هؤلاء الأشخاص الذين كانوا قبل بداية التجربة أشخاصا مغمورين، إلى أسماء لامعة على منصات التواصل الاجتماعي (الفايدي، 2024).

ورغم نجاح هذه التجربة، وعمق دلالاتها، فإن هذا النمط من صناعة المؤثرين ليس سوى جزء بسيط من مشهد أكبر، تتداخل فيه العديد من الأساليب التي توظف في جذب الانتباه وزيادة التفاعل وتوسيع دائرة الجماهير بأي ثمن، ومن بين هذه الأساليب:

- مشاركة تفاصيل الحياة الخاصة

سعيا إلى جذب انتباه المتابعين، يعمد بعض المؤثرين إلى نشر تفاصيل حياتهم الشخصية على منصاتهم الرقمية، كالخلافات العائلية، والمشكلات المالية، والوضع الصحي والمزاجي للمؤثر أو لأحد أفراد أسرته، بالإضافة إلى الطقوس اليومية، مما يحول حياة الشخص والمحيطين به إلى مادة للعرض العام، ويجعلها مساحة مكشوفة يراقبها الجميع.

- استغلال الأطفال لتحقيق الشهرة

يسعى بعض المؤثرين إلى استغلال براءة الأطفال وقبولهم الفطري، فيجعلونهم مادة وموضوعا لمحتواهم الرقمي، دون مراعاة التبعات النفسية والاجتماعية لذلك، مما يعرض الأطفال لضغوط غير مبررة، ويحوّلهم إلى أدوات لجذب المتابعين. وإدراكا لخطورة هذا النهج، تفرض العديد من الدول قيودا صارمة على استخدام صورة الطفل في وسائل التواصل الاجتماعي، حماية لحقوقه وضمانا لعدم استغلاله بطريقة سلبية (حجة، 2019)، لكن معظم الدول العربية -ومن بينها موريتانيا- لم تسر بعد في طريق ضبط هذه الظاهرة السلبية.

- استغلال صورة المرأة

بعض المؤثرات -أو ما دُرِجَ على تسميته في بعض الأوساط بـ(الفاشينيسات) تختزل مضمون المحتوى الذي تقدمه لمتابعيها في مظهرها الخارجي، محولة جسدها إلى أداة لجذب الانتباه، دون اكتراث بتعزيز الصور النمطية التي تقلل من قيمتها الإنسانية أو الإبداعية.. ويرسّخ هذا النهج مفهوم "تسليع المرأة"، حيث تصبح مجرد مادة بصرية استهلاكية، بدلا من أن تكون مساهمة فاعلة في بناء المجتمع (مصدق، 2023).

وزيادة على هذه الأساليب، تنتشر بين بعض المؤثرين على منصات التواصل الاجتماعي في موريتانيا طرائق أخرى لتصدر المشهد وزيادة المتابعين، ومن ذلك ما يلي:

- نشر الأخبار الكاذبة - الاخبار المظللة -

يغتنم بعض المؤثرين أي قضية رائجة، للإدلاء بدلوهم فيها دون تحقق، وبلا مراعاة لأبسط معايير الدقة والموضوعية. ويوزعون التهم جزافا على المسؤولين والتجار والشخصيات العامة، دون أي دليل أو معلومة مؤكدة، لتتحول هذه الادعاءات إلى شائعات تنتشر كالنار في الهشيم، وتتناقلها الجماهير بلا تمحيص، مما يؤدي إلى انتشار المعلومات المغلوطة والأخبار المضللة.

- الخروج عن المألوف الاجتماعي والأخلاقي

يتصدر بعض المؤثرين المشهد عبر تبني آراء وسلوكيات تتعارض مع القيم الاجتماعية والأخلاقية، مستغلين ردود الفعل القوية المتوقعة لتحقيق الشهرة وجذب المتابعين.. وقد يتجسد هذا السلوك في تحدي الأعراف والتقاليد دون أي دافع مقنع، أو استخدام لغة وألفاظ وتعابيرَ غير مألوفة في الفضاء العام أو خلال البث المباشر. ولا يجد بعضهم غضاضة في التهريج والرقص ولا في خلع الملابس في سبيل إثارة الجدل وجذب الانتباه.

- الإساءة الى العلماء وذوي الخبرات والمعارف

يتعمد بعض المؤثرين الهجوم على رمزيات مجتمعية بارزة، كالعلماء وأصحاب المكانة المعرفية، لتحقيق تفاعل سريع عبر التعليقات الشاجبة والآراء المستنكرة، متجاهلين خطورة تحويل حرية التعبير إلى أداة من أدوات الإساءة والسبّ بلا دافع مقنع ولا سبب وجيه، مما يؤدي إلى خلق جيل يختزل الحوار في الهجوم، ويستبدل الحجج بالشتائم، ولا يدرك الفرق بين النقد البناء والسب والتشهير.

مستخدمو الإنترنت ومنصات التواصل الاجتماعي في موريتانيا - جمهور المؤثرين

1. الإنترنت

في عام 1996، أطلقت موريتانيا النطاق الخاص بها على الإنترنت، وتلا ذلك -وفقًا لعبد الله البو، الباحث في المركز الموريتاني للبحوث والدراسات- ظهور واجهة موريتانيا على شبكة الإنترنت وأول موقع إلكتروني موريتاني عام 1998 (www.mauritania.mr)، لتشهد البلاد فيما بعد ظهورا تدريجيا لمقاهي الإنترنت، التي وفّرت للموريتانيين نافذة جديدة للتواصل مع العالم.

وفي عام 2001، أعلنت موريتانيا ربط 12 منطقة بشبكة الإنترنت، مما عزز انتشار الخدمة، خاصة في أحياء العاصمة، وتحديدا حيها الأثير "تفرغ زينة". وظل استخدام الإنترنت في البداية مقتصرا على فئة محدودة، نتيجة ضعف انتشار الخدمة وارتفاع كلفتها، غير أن هذا

الواقع تغير عام 2006، حين دخلت شركتا "ماتل" و"شنقيتل" إلى السوق الموريتانية، منهيتان بذلك احتكار شركة "موريتل" لخدمات الإنترنت، مما أدى إلى انخفاض تدريجي في الأسعار، وأتاح لشريحة أوسع من المجتمع الموريتاني النفاذ إلى الشبكة العنكبوتية (أحمد عبد، 2015).

وفي مستهلّ عام 2024، بلغ عدد مستخدمي الشبكة العنكبوتية في موريتانيا 2.19 مليون نسمة، وهو ما يعبر عن تزايد الاعتماد على الإنترنت في الحياة اليومية، وعلى الرغم من ذلك، فما تزال فئة واسعة من السكان خارج نطاق الاتصال الرقمي، حيث بلغ معدل انتشار الإنترنت نحو 44.4 % من إجمالي عدد السكان، ومع ذلك فقد شهد عدد مستخدمي الإنترنت نموا ملحوظا بين عامي 2023 و2024، حيث ارتفع هذا العدد بواقع 57 ألف مستخدم جديد.

ورغم هذه الزيادة، فإن 2.74 مليون نسمة من سكان موريتانيا ما زالوا بمنأى عن الاتصال بالشبكة، مما يعني أن 55.6 % من مجموع السكان لا يزالون خارج نطاق التغطية، إما لعوائق تقنية أو لأسباب أخرى تتعلق بالبنية التحتية، والقدرة على الوصول إلى خدمة الإنترنت.

وقد بلغ متوسط سرعة الإنترنت الثابت (Fixed Internet Speed) في موريتانيا 21.44 ميغابت في الثانية في العام 2024، غير أن هذه السرعة شهدت تراجعا ملحوظا مقارنة بالعام 2023، إذ انخفضت بواقع 2.27 ميغابت في الثانية، ويشير هذا التراجع إلى مواجهة تحديات تتعلق بتحسين جودة البنية التحتية للاتصالات في البلد، وهو ما يؤثر على قدرة المستخدمين على الاستفادة المثلى من خدمات شبكة الإنترنت، خصوصا في ظل تزايد الاعتماد على تلك الخدمات في مختلف جوانب الحياة.

وتُظهِر بيانات جي إس إم إيه إنتليجنس (GSMA Intelligence) أن عدد مستخدمي الهواتف المحمولة في موريتانيا بلغ 6.39 مليون مستخدم في بداية عام 2024، وهو ما يعادل 129.6% من إجمالي عدد السكان. وبالمقارنة بين بداية عام 2023 وبداية عام 2024، ارتفع عدد مستخدمي الهواتف المحمولة بمقدار 354 ألف مستخدم، أي بزيادة نسبتها 5.9%.. وتعكس هذه الأرقام تزايد الاعتماد على خدمات الهاتف المحمول في موريتانيا، لكنها لا تعني بالضرورة أن لكل فرد هاتفا واحدا فقط، إذ يشيع كثيرا أن يكون لدى الشخص الواحد أكثر من هاتف محمول؛ حيث يخصص البعض هاتفا للاستخدام الشخصي وآخر للعمل.

2. وسائل التواصل الاجتماعي

مع بداية عام 2024، بلغ عدد المستخدمين النشطين (Active User Identities) لمنصات وسائل التواصل الاجتماعي في موريتانيا نحو 1.24 مليون. وكشفت تحليلات كيبيوس (Kepios) عن نمو ملحوظ في أعداد المستخدمين، حيث ارتفع العدد بواقع 460 ألف مستخدم خلال عام واحد، أي بنسبة 59% مقارنة ببداية عام 2023.

وفي سياق أكثر شمولًا، أظهرت البيانات أن 56.7 بالمائة من مستخدمي الإنترنت في موريتانيا، بغض النظر عن أعمارهم، كانوا نشطين على وسائل التواصل الاجتماعي في شهر يناير 2024، حيث استخدموا على الأقل منصة واحدة خلال تلك الفترة. ويعكس ذلك الدور المتزايد لهذه المنصات في المشهد الرقمي الموريتاني، سواء في التواصل الاجتماعي أو في المجالات الاقتصادية والإعلامية.

ومع تزايد عدد مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي، أصبح دور المؤثرين في هذه البيئة أكثر وضوحا، لأن نسبة كبيرة من المستخدمين تتعرض يوميا لما ينشره هؤلاء المؤثرون، سواء في مجالات الترفيه أو السياسة أو التسويق الإلكتروني.

وقد تجلى هذا التأثير بشكل لافت خلال عام 2024، حيث وصل بث مباشر لأحد المؤثرين إلى أكثر من مليون متابع في غضون ساعات فقط، وهو ما يعادل نسبة كبيرة جدا من إجمالي مستخدمي المنصات الرقمية في البلاد، ويعكس هذا الحدث مدى اهتمام مستخدمي وسائل التواصل الاجتماع بمحتوى المؤثرين، كما يبرز قدرة هذه الفئة على توجيه الرأي العام، والتأثير في الرؤى والقناعات.

أعداد المستخدمين بحسب المنصة

- أولا: منصة تيك توك – 2024
  - وفقا لبيانات بايت دانس (ByteDance) وهي الشركة المالكة لتيك توك، بلغ عدد مستخدمي هذه المنصة في موريتانيا 1.24 مليون مستخدم ممن تبلغ أعمارهم 18عاما فأكثر.
  - وصلت إعلانات تيك توك إلى 48.2% من إجمالي البالغين في موريتانيا بداية العام 2024.
  - وصل نطاق إعلانات تيك توك إلى 56.7% من مجموع مستخدمي الإنترنت في موريتانيا، بغض النظر عن فئاتهم العمرية.
- ثانيا: منصة فيسبوك - 2024
  - وفقا لبيانات ميتا (Meta) وهي الشركة المالكة لمنصة فيسبوك، بلغ عدد مستخدمي هذه المنصة في موريتانيا 1.10 مليون بداية عام 2024.
  - ارتفع نطاق وصول الإعلانات على فيسبوك بمقدار 321 ألف مستخدم (+41.2%) بين يناير 2023 ويناير 2024.
  - ارتفع نطاق وصول الإعلانات على فيسبوك ماسنجر في موريتانيا بمقدار 70 ألف مستخدم (+22.6%) بين يناير 2023 ويناير 2024.

- ثالثا: منصة لينكد إن - 2024
  - بلغ عدد مستخدمي لينكد إن (LinkedIn) في موريتانيا 130 ألفا في أوائل عام 2024، وفقا لبيانات المنصة.
  - ارتفع نطاق وصول الإعلانات على منصة لينكد إن في موريتانيا بمقدار 30 ألف مستخدم بين عامي 2023 و2024، مما يعكس زيادة الاهتمام بهذه المنصة، خاصة بين ذوي الكفاءات وأصحاب الأعمال.
- رابعا: منصة إنستغرام - 2024
  - وفقا لبيانات ميتا (Meta)؛ بلغ عدد مستخدمي إنستغرام في موريتانيا 126.6 ألف في أوائل عام 2024.
  - شكل مدى إعلانات إنستغرام 2.6% من إجمالي سكان موريتانيا في بداية العام.
  - ارتفع نطاق وصول الإعلانات على إنستغرام بمقدار 33 ألف مستخدم (+35.1%) بين عامي 2023 و2024.
- خامسا: منصة إكس (تويتر) – 2024
  - بلغ عدد مستخدمي منصة إكس في موريتانيا 55 ألفا في أوائل عام 2024، وهو ما يعادل 1.1% تقريبا من إجمالي السكان.
  - شكلت النساء 18.4% من جمهور المنصة بينما مثّل الرجال غالبية المستخدمين بنسبة 81.6%
  - ارتفع مدى الإعلانات المحتمل على منصة إكس بمقدار 1,599 مستخدم بين عامي 2023 و2024 (Kemp, 2024).

وتجدر الإشارة إلى أن هذه الأرقام والمعطيات تشير فقط إلى عدد المستخدمين النشطين على منصات وسائل التواصل الاجتماعي في موريتانيا، وهي تعبر عن عدد المقيمين في البلاد، لكن ينبغي التنبيه إلى أن هذا العدد قد يشمل أيضا مواطنين من جنسيات أخرى يقيمون في موريتانيا. وفي المقابل، لا تضم هذه الأرقام أبناء موريتانيا المقيمين في الخارج الذي يمثلون فئة معتبرة من جمهور المؤثرين الموريتانيين، لأن نسبة كبيرة من الشباب الموريتاني قد هاجرت في السنوات الأخيرة بحثا عن فرص للعمل في مختلف أنحاء العالم، ومن أبرز الوجهات التي استقطبت هذه الفئة من الشباب، الولايات المتحدة الأمريكية، التي شهدت في السنوات القليلة الماضية تدفق عشرات الآلاف من أبناء البلد الباحثين عن فرص مواتية.

تنظيم المحتوى الرقمي

في زمن تتبوأ فيه وسائل التواصل الاجتماعي مكانة محورية في الحياة اليومية، حيث غدت مساحة لتبادل الأفكار والمعلومات بسرعة كبيرة، أصبح المحتوى الذي ينتجه المؤثرون أحد العوامل الرئيسية في تشكيل الرأي العام وتوجيه السلوك المجتمعي. وقد أدى غياب وجود معايير واضحة لتنظيم هذا المحتوى إلى نوع من أنواع "الفوضى الرقمية" إذ بات بإمكان أي شخص تصوير أي محتوى ونشره دون التقيد بالقوانين الضامنة لحقوق الآخرين. كما يمكن لأيٍ كان نشر المعلومات والأخبار دون بذل جهد في التحقق من صحتها، مما يسهم في انتشار الشائعات والأخبار الكاذبة التي قد تؤثر سلبا على الأفراد والمجتمع ككل.

وإضافة إلى ذلك فإن بعض المؤثرين يستغلون متابعيهم في الترويج لمنتجات مجهولة المصدر أو غير موثوق بها، مما يعرض متابعيهم لمخاطر صحية جسيمة. والأسوأ من ذلك، أن هناك من يستخدم هذه المنصات لتشويه سمعة الآخرين دون الخوف من مساءلة أو متابعة قانونية، مما يعزز ثقافة التشهير والابتزاز.

وكعَرَض من أعراض هذه الظاهرة، تفشّت أنماط من المحتوى عبر منصات التواصل الاجتماعي في موريتانيا، وخصوصا منصة تيك توك، يتنافس أصحابها في البذاءة والعري وسوء الأخلاق، وهذا ما أعربت عنه الدكتورة مباركة بنت البراء بقولها إن: "المقاطع التي رأيت صدفة من تيك توك في نسخته الموريتانية، هابطة لغة ومحتوى وانفعالات. أرجو أن يكون له وجه آخر غير الوجه الموريتاني" (بنت البراءة، 2025).

ويعبر ما ذكرته بنت البراء عن مدى الاستياء من تدني مستوى المحتوى الذي يقدمه بعض المؤثرين الموريتانيين على تيك توك، حيث أصبحت هذه المنصة فضاء لنشر مقاطع تفتقر إلى أي قيمة فكرية أو أخلاقية، ولا يقتصر ذلك على استخدام لغة هابطة، بل يتعداه إلى نشر إيحاءات جنسية وأنماط سلوكية دخيلة، تتنافى مع القيم والأخلاق.

من هنا، تبرز الحاجة الملحّة لوضع معاييرَ قانونية تحكم المحتوى الرقمي في موريتانيا، كما هو الحال مع أي قانون ينظم الحياة العامة، بحيث تضمن حرية الأفراد دون التعدي على حقوق الآخرين؛ فالفضاء الرقمي ليس معزولًا عن المجتمع، وينبغي أن تسريَ عليه القوانين المنظمة للحياة العامة، لمنع الفوضى والتجاوزات التي قد تضر بالمجتمع. ويجب أن تتضمن هذه المعايير ضوابط واضحة تمنع نشر الأخبار الكاذبة أو المعلومات المضللة، وتحظر القذف والتشهير والبذاءة، وتفرض عقوبات رادعة على من يستغل نفوذه الرقمي للتلاعب بالرأي العام، أو تحقيق مكاسب غير مشروعة.

وفي الوقت ذاته، ينبغي ألا تؤدي هذه الضوابط إلى تقييد حرية التعبير، التي تعد حقا أصيلا من حقوق الإنسان، خصوصا أن موريتانيا قد قطعت شوطا كبيرا في هذا الاتجاه، حيث تصدّرت ترتيب حرية الصحافة على المستويين العربي والإفريقي، وفق تصنيف منظمة "مراسلون بلا حدود" لعام 2024، وجاءت في المركز 33 عالميا، متفوقة على دول كبرى مثل الولايات المتحدة الأميركية. ويؤكد هذا التصنيف

التقدم الكبير الذي حققته موريتانيا في هذا الجانب، حيث قفزت 53 مرتبة مقارنة بالعام 2023، بعدما كانت في المركز 86 عالميا (خضر، 2024).

تجارب مختلفة في تنظيم المحتوى الرقمي

في مسعى لتقنين المحتوى الرقمي وضبط نظامه، أصدرت سلطة تنظيم الإشهار في موريتانيا قرارا يلزم المؤثرين باستصدار رخصة لمزاولة النشاط الإعلاني عبر منصات التواصل الاجتماعي، درءًا للفوضى التي تعتري هذا المجال، وصونا لحقوق المستهلكين والمتابعين. ورغم أهمية هذا القرار الذي صدر في الثاني عشر من مارس 2024، فإنه لا يعد كافيا، إذ ينحصر في الجانب الإشهاري فقط، دون أن يطال ما سواه من الإشكالات المتصلة بالآثار السلبية للمحتوى الذي يقدمه المؤثرون، وهو أمر غير مستغرب بالنظر إلى اختصاص السلطة المعنية بالإشهار (سلطة تنظيم الإشهار، 2024). على أن هذا القرار لم يحظَ بالامتثال التام، إذ لا يزال العديد من المؤثرين يزاولون النشاط الإشهاري دون استصدار الترخيص المطلوب، مستفيدين من ضعف إجراءات التطبيق والإنفاذ، مما يؤكد الحاجة إلى تعزيز الرقابة والتنفيذ، ودعم هذا القرار بقوانين شاملة لتنظيم المحتوى الرقمي من طرف الجهات المختصة، ولن تكون موريتانيا بدعًا من الدول إذا أصدرت مثل هذه القوانين؛ فالعديد من الدول قد سبقتها إلى سَنّ قوانين صارمة لمكافحة خطاب الكراهية والأخبار الزائفة، سعيا لخلق بيئة رقمية آمنة، تحمي حقوق الأفراد وتمنع التجاوزات بحقهم، وفرضت غرامات باهظة على الأفراد والمؤسسات والمنصات الرقمية التي لا تلتزم بإزالة المحتوى المخالف.

- ❖ الاتحاد الأوروبي

أصدر الاتحاد الأوروبي توجيه أومنيبوس (Omnibus Directive) لتنظيم المحتوى على منصات التواصل الاجتماعي، حيث يفرض هذا القانون على المؤثرين الإعلانَ بوضوح عن أي محتوى ذي طابع تجاري أو إعلاني، ويشمل ذلك جميع أنواع التعويضات التي قد يحصل عليها المؤثر لقاء أي شكل من أشكال الترويج والدعاية، مثل الأموال، والمنتجات، والهدايا... ويُعتبر عدم الإفصاح عن هذه المعلومات مخالفة قانونية يعاقب مرتكبوها بغرامات تتراوح بين 150، ومليون يورو، وفقا لخطورة الانتهاك.

ويهدف هذا القانون إلى القضاء على "الإعلان المستتر" الذي استفاد منه العديد من المؤثرين عبر الإنترنت، ويُشدد على ضرورة الإفصاح الواضح والصريح عن أي منشور إعلاني على منصات التواصل الاجتماعي (Marín، n.d.).

- ❖ ألمانيا

أقرت ألمانيا قانونا لتنظيم المحتوى على شبكات التواصل الاجتماعي، يشمل الأفراد والمؤسسات، ويفرض غرامات قد تصل إلى 5 ملايين يورو على الأفراد، بينما قد تواجه المؤسسات غرامات تصل إلى 50 مليون يورو في حال انتهاكها لأحكام القانون أو عدم امتثالها لمتطلباته.

كما يُلزم القانون منصات التواصل الاجتماعي التي تضم أكثر من مليوني مستخدم مسجَّل في ألمانيا باتخاذ إجراءات سريعة ضد المحتوى المخالف، إذ يتوجب عليها إزالة أي منشورات أو مقاطع فيديو تُصنَّف على أنها "غير قانونية بشكل واضح" خلال 24 ساعة من تلقي البلاغ.. أما إذا استدعى الأمر مزيدا من التحقق لتحديد مدى قانونية المحتوى، فتمتد المهلة إلى أسبوع، وقد تطول أكثر في بعض الحالات الاستثنائية (مركز القرار للدراسات الإعلامية، n.d.).

- ❖ مصر

نصت المادة 19 من قانون تنظيم الصحافة والإعلام في مصر على أنه " يُحظر على الصحيفة أو الوسيلة الإعلامية أو الموقع الإلكتروني، نشر أو بث أخبار كاذبة أو ما يدعو أو يحرض على مخالفة القانون أو إلى العنف أو الكراهية، أو ينطوي على تمييز بين المواطنين أو يدعو إلى العنصرية أو التعصب أو يتضمن طعنا في أعراض الأفراد أو سبا أو قذفا لهم أو امتهانا للأديان السماوية أو للعقائد الدينية. ويلتزم بأحكام هذه المادة كل موقع إلكتروني شخصي، أو مدونة إلكترونية شخصية، أو حساب إلكتروني شخصي، يبلغ عدد متابعيه خمسة آلاف متابع أو أكثر" (قانون تنظيم الإعلام المصري، 2018).

- ❖ تونس

أعلنت وزارة العدل التونسية اتخاذ إجراءات قانونية للحد من ظاهرة انتشار المحتويات المخلة بالآداب العامة والقيم المجتمعية عبر شبكات التواصل الاجتماعي وجاء في بيان نشرته الوزارة عبر صفحتها الرسمية على منصة فيسبوك أن وزيرة العدل التونسية السيدة ليلى جفّال أصدرت تعليمات للنيابة العامة باتخاذ التدابير القانونية المناسبة لمكافحة هذه الممارسات، وهذا نص البيان: "على إثر انتشار ظاهرة تعمد بعض الأفراد استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، وخاصة "تيك توك" و"انستغرام"، لعرض محتويات معلوماتية تتعارض مع الآداب العامة أو استعمال عبارات أو الظهور بوضعيات مخلة بالأخلاق الحميدة أو منافية للقيم المجتمعية من شأنها التأثير سلبا على سلوكيات الشباب الذين يتفاعلون مع المنصات الالكترونية المذكورة، أذنت السيدة وزيرة العدل للنيابة العمومية باتخاذ الإجراءات القانونية اللازمة للتصدي لهذه الممارسات، وفتح أبحاث جزائية ضد كل من يتعمّد إنتاج، أو عرض أو نشر بيانات معلوماتية أو بث صور أو مقاطع فيديو تحتوي على مضامين تمس من القيم الأخلاقية" (وزارة العدل التونسية، 2024).

❖ قطر

قدم مجلس الشورى القطري اقتراحا بخصوص "تقنين صناعة المحتوى الإعلامي ونشره على المنصات الرقمية"، وناقش المجلس تقرير لجنة شؤون التعليم والثقافة والرياضة والإعلام بشأن تنظيم صناعة المحتوى الإعلامي على المنصات الرقمية. وأكد رئيس المجلس ضرورة وضع قوانين تكفل حرية التعبير مع الحفاظ على القيم العامة والتقاليد الوطنية، مشيرا إلى خطورة الاستخدام غير المنضبط لهذه المنصات خاصة في ظل تأثيراتها على فئة الشباب. وأوضح أن التشريعات المقترحة تهدف إلى تنظيم نشر المحتوى الرقمي بما يضمن الحفاظ على استقرار المجتمع ويحمي الأفراد من الأضرار التي قد تنجم عن المحتوى غير المنضبط (مجلس الشورى القطري، 2024).

إن العمل على تنظيم المحتوى الرقمي أمر بالغ الأهمية للمحافظة على بيئة رقمية آمنة، حيث لا يتعارض هذا مع حرية التعبير، بل يقتصر على حماية القيم والأخلاق العامة ومنع أي شكل من أشكال الابتزاز الرقمي أو نشر الأخبار الكاذبة التي تؤثر على الجمهور وتثير الذعر أحيانا بين المواطنين. كما أن تنظيم المحتوى يسهم في الحد من المنشورات التي تؤجج الاستقطاب الاجتماعي وتنشر خطاب الكراهية والعنصرية، مما يضعف اللحمة الاجتماعية ويؤثر سلبا على الاستقرار المجتمعي.

وتبين تجارب الدول المختلفة أهمية مثل هذه الإجراءات؛ فعلى سبيل المثال، أوقفت الجزائر في فبراير 2025 عددا من المؤثرات على منصة تيك توك، بعد نشرهن مقاطع وصفت بـ"المُخِلة"، وقد دفع هذا الإجراء العديد من المؤثرين والمؤثرات إلى حذف مقاطع مشابهة على منصاتهم الرقمية (بي بي سي عربي، 2025)، مما يؤكد فائدة هذه الإجراءات التي تمنع المؤثرين من نشر أي محتوى قد يتعارض مع القوانين المعمول بها، وتحد من الفوضى المنتشرة على منصات التواصل الاجتماعي.. فمن أمن العقوبة، أساء الأدب.

نماذج إيجابية في فضاء المحتوى الرقمي الموريتاني

إن الحديث عن الآثار السلبية لمحتوى بعض المؤثرين الموريتانيين لا يعني أن الوضع موحش تماما على منصات التواصل الاجتماعي في موريتانيا، بل توجد نماذج إيجابية وتجارب رائدة في تقديم محتوى يعكس القيم الاجتماعية والثقافة الشنقيطية. وذلك ما أشار إليه الدكتور محمد محمود ولد سيدي يحي، أستاذ علم الاجتماع، والمدير السابق للمعهد العالي للدراسات والبحوث الإسلامية، في مقابلة أجراها معه الباحث، حيث قال إنه: من الضروري أن نلقيَ الضوء على الجوانب الإيجابية للمحتويات المؤثرة، فلا شك أن برامج تروج للثقافة الدينية أو اللغوية وللقيم التقليدية، ما زال لها روادها، ولا شك أيضا أن تنافس الشباب في برامج الشعر الحساني، واهتمامهم ببرنامج أمير الشعراء، ومتابعتهم لمنصة "الأمالي"، تؤكد أن القيم التقليدية الإيجابية ما زالت تجد سوقا رائجة في المحتويات المؤثرة، ويمثل انتشار الوعظ والأدعية الدينية مجالا لدراسات مختلفة. إن الصورة ليست قاتمة كليا، ونحتاج أن ندرس التأثير الإيجابي والسلبي للمحتويات الرائجة" (الباحث، 2025).

ولا يغيب عن الباحث الدور البارز الذي يضطلع به مؤثرون آخرون في نشر رسائل إيجابية، تسهم في بناء مجتمع أكثر تماسكا وتمسكا بهويته الثقافية والدينية، ومن هؤلاء الشاب محمد لغظف ولد أحمد، صاحب منصة "الأمالي" التي أُطلِقت في الثالث من إبريل عام 2021.

بدأت الأمالي على منصتيْ فيسبوك ويوتيوب، ومع مرور الوقت توسعت لتشمل منصات أخرى مثل تيك توك، وإكس (تويتر سابقا)، محققة نجاحا كبيرا يتجاوز حدود موريتانيا، حيث وصل عدد متابعيها إلى نحو مليون متابع، أكثر من نصفهم على فيسبوك فقط.

ويرتكز نجاح "الأمالي" -حسب رأي محمد لغظف- على "الاستمرارية في تقديم محتوى متميز وتحضير الموضوعات بعناية، حيث يتم الاعتماد على مصادر موثوقة، تشمل مجموعة واسعة من الكتب والمراجع"، لتعزيز مكانة اللغة العربية في مواجهة الاستلاب الثقافي وهيمنة اللغات الأجنبية.

يقول محمد لغظف متحدثا عن فكرة الأمالي والهدف من إنشائها: اقترح عليَّ أخوان عزيزان -يحسنان الظن بي- إنشاء صفحة مهتمة باللغة العربية وعلومها، فصادف الأمر رغبة سابقة لدي، وهي صناعة محتوى يسعى لتحبيب اللغة العربية للناس، وتدريس آدابها وعلومها. وقد كنتُ شديد التأثر في صباي بكتاب الأمالي لأبي علي القالي، فاخترت هذا الاسم للمنصة، وهو اسم عُنوِنَ به كثير من الكتب، مثل: أمالي ابن دريد، وأمالي الزجاجي، وأمالي ابن الشجري (سيدي، 2023).

ومن النماذج الإيجابية كذلك، المقاطع التي تنتجها صانعة المحتوى الموريتانية أميرة ميني، حيث تقدم نموذجا متميزا في صناعة المحتوى الرقمي الهادف، وتسعى من خلال مقاطع الفيديو القصيرة إلى نقل صورة مشرقة عن بلدها، مسلطة الضوء على الجوانب الثقافية والتراثية بأسلوب يلفت انتباه المتابعين.

تقول أميرة ميني "سنة 2023 كانت بداية انطلاقة شغف وحلم طال انتظاره بالنسبة لي، ولم يكن التحدي الأكبر يكمن في فكرة البرنامج بحد ذاتها، بل كان في طريقة طرحه وعرضه بأسلوب فريد، لتقديم نموذج مشرف للمحتوى الموريتاني" (بنت ميني، 2024).

إن ما يميز محتوى أميرة ميني هو التزامها بالقيم والأخلاق، وابتعادها عن الابتذال ومطاردة "الترند" كما يفعل الكثير من صناع المحتوى؛ فهي تؤمن بأن منصات التواصل الاجتماعي ليست مجرد فضاء للترفيه، بل أداة قوية للتعريف بالهوية الثقافية وتعزيز الصورة الإيجابية للبلدان. لهذا، تختار موضوعاتها بعناية، مقدمة محتوى يحترم الذوق العام، ويعكس تنوع الثقافة الموريتانية بأسلوب إبداعي.

وتحظى أميرة بمتابعة واسعة على منصاتها الرقمية، حيث تجاوز عدد متابعيها 80 ألفا على فيسبوك، وأكثر من 100 ألف على تيك توك، إلى جانب نسب مشاهدة مرتفعة تحققها على منصتي إنستغرام وإكس.

ومن أفضل النماذج الإيجابية لتوظيف منصات التواصل الاجتماعي التوظيف الحسن، ما تنشره السيدة منى صلاح، التي تقدم مثالا متميزا للمحتوى الرقمي الهادف، من خلال نشر علوم القرآن الكريم وقراءاته، وتشجيع متابعيها على حفظه وتدبره بأسلوب مبسط وجذاب.

تدير منى صلاح عددا من المجموعات الخاصة على واتساب، تشرف من خلالها على حلقات التحفيظ، وتعلّم طالباتها أحكام التجويد والقراءات، وقد استفاد من هذه المجموعات عدد كبير من الفتيات وربّات الأسر، حيث تمكنَ العديد منهن من حفظ القرآن الكريم.

لقد حققت هذه المبادرة نجاحا كبيرا، وأسهمت في توجيه شريحة واسعة من الفتيات نحو استثمار أوقاتهن في حفظ القرآن الكريم، بدلا من إهدارها في متابعة المحتوى الهابط الذي يملأ منصات التواصل. ويعكس هذا النجاح تعطش الجمهور للمحتوى القيم، الذي يثبت أن وسائل التواصل الاجتماعي يمكن أن تكون أداة فعالة لنشر العلم والمعرفة إذا وجدت من يوظفها بالشكل الصحيح.

وعلى الرغم من وجود هذه النماذج الإيجابية التي تشع أملا وتفاؤلا في فضاء المنصات الرقمية، فإنها تظل قليلة العدد مقارنة بجحافل المؤثرين الذين ينشرون موادَّ تخاطب الغرائز، مستغلين قوة تأثير هذا النمط من المحتوى وقدرته على استقطاب فئات واسعة من الشباب واليافعين ممن لم يتحصنوا بالمعرفة، ليتمكنوا من تصدر المشهد، متفوقين من حيث التفاعل والانتشار على المحتوى الهادف. وهذا هو التحدي الجسيم الذي يواجه المجتمعات كافة، بما فيها المجتمع الموريتاني، الذي ينبغي له تكثيف الجهود للتصدي لموجة المحتوى غير المسؤول، حفاظا على الأجيال الصاعدة من سمومه وآثاره السلبية.

3- الاطار التطبيقي

إجراءات الدراسة الميدانية

في إطار المنهج الوصفي وظف الباحث أداتين من أدوات البحث العلمي هما: الاستبيان والمقابلة، للجمع بين نوعين مختلفين من البيانات (كمية/نوعية) ويعدّ الاستبيان من أكثر الأساليب شيوعا في البحوث الكمية، نظرا لقدرته على قياس الاتجاهات والآراء والتوجهات عبر جمع بيانات قابلة للتحليل الإحصائي. يُعرَّف الاستبيان بأنه أداة بحثية تتألف من مجموعة من الأسئلة المعدة مسبقا، توزع في شكل استمارة يعبئها المستجيبون بهدف جمع معلومات موضوعية حول قضية معينة. ومن أهم مزاياه قدرته على الوصول إلى عدد كبير من المشاركين بجهد وتكلفة معقولين، مما يجعله أداة مثالية لدراسة الظواهر الاجتماعية ذات الطابع الجماهيري (دعمس، 2015، ص 223)، كتأثير محتوى بعض المؤثرين على مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي.

وفي إطار هذه الدراسة، تم اعتماد الاستبيان كأداة أساسية لقياس الآثار السلبية لمحتوى بعض المؤثرين على منصات التواصل الاجتماعي في موريتانيا على سلوكيات المستخدمين. ونظرا لاتساع مجتمع البحث، الذي يشمل مستخدمي المنصات الأكثر رواجا في البلاد، وهي: فيسبوك، تيك توك، سناب شات، ومجموعات الواتساب، كان من المتعذر الإحاطة بجميع أفراد هذا المجتمع، مما دفع الباحث إلى اعتماد عينة عشوائية بلغ حجمها 587 مشاركا، قاموا بتعبئة استبيان إلكتروني مصمم بعناية لضمان جمع بيانات دقيقة ذات دلالة إحصائية. وقد تميزت العينة التي شملها هذا الجزء من الدراسة بتنوعها من حيث العمر والجنس والمستوى التعليمي.

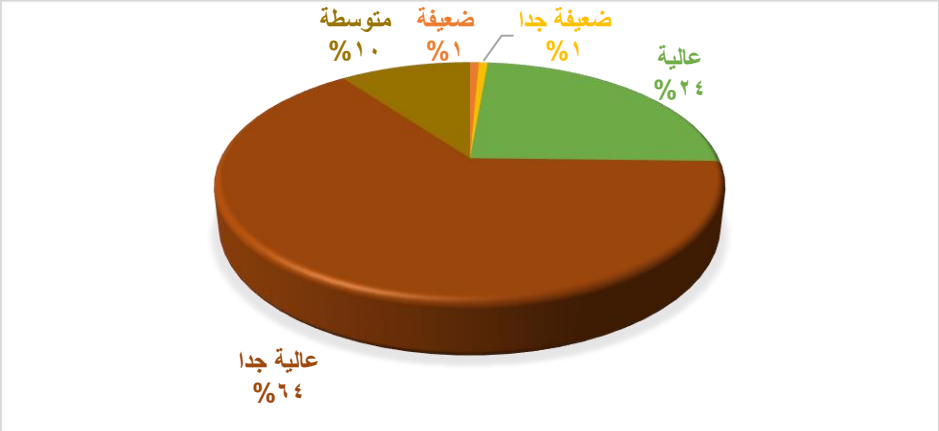
أظهرت نتائج الاستبيان أن الفئتين العمريتين بين 18 و24 سنة (34.92%) وبين 25 و34 سنة (38.67%) شكلتا غالبية العينة، حيث تجاوزت نسبة المشاركين في هاتين الفئتين 73% من إجمالي المستجيبين.. ويرجع ذلك في رأي الباحث إلى أن هذه الفئات تمثل النسبة الأكبر من المستخدمين النشطين على منصات التواصل الاجتماعي، وبالتالي فهي الأكثر عرضة للتأثر بمحتوى المؤثرين. أما الذين تزيد أعمارهم عن 45 سنة فقد مثلوا نسبة (7.33%)، وهو ما ينسجم مع نتائج دراسات عديدة تشير إلى أن كبار السن أقل تفاعلا وحضورا على منصات التواصل الاجتماعي، مقارنة بالفئة العمرية التي تبدأ من 18 سنة وتنتهي بـ34 سنة.

أما على مستوى الجنس؛ فقد تباينت نسبة المشاركين بين الذكور والإناث، حيث بلغ عدد الذكور في العينة 352 مشاركا (60%)، بينما بلغ عدد الإناث 235 مشاركة (40%).

وأظهرت الدراسة أن الغالبية العظمى من المشاركين يحملون مؤهلات تعليمية عليا، حيث كانت نسبة الحاصلين على شهادة جامعية 52%، بينما بلغت نسبة الحاصلين على دراسات عليا 34%. أما حملة الشهادات الثانوية فمثلوا 13% فقط، في حين لم تتجاوز نسبة المشاركين

من ذوي التعليم الابتدائي 1%. وهذا يشير إلى أن الفئات المتعلمة كانت أكثر تجاوبا مع الاستبيان، وهو ما يعكس مستوى وعيهم بالقضية المطروحة، واهتمامهم بتقييم تأثير المحتوى الرقمي على المجتمع. كما تدعم هذه النتيجة رأي القائلين بأن المحتوى الذي يقدمه بعض المؤثرين قد يكون أكثر تأثيرا على الفئات الأقل تعليما، التي تستهلك المحتوى دون تحليل أو تفكير نقدي، كما يفعل أصحاب المستويات التعليمية المتقدمة.

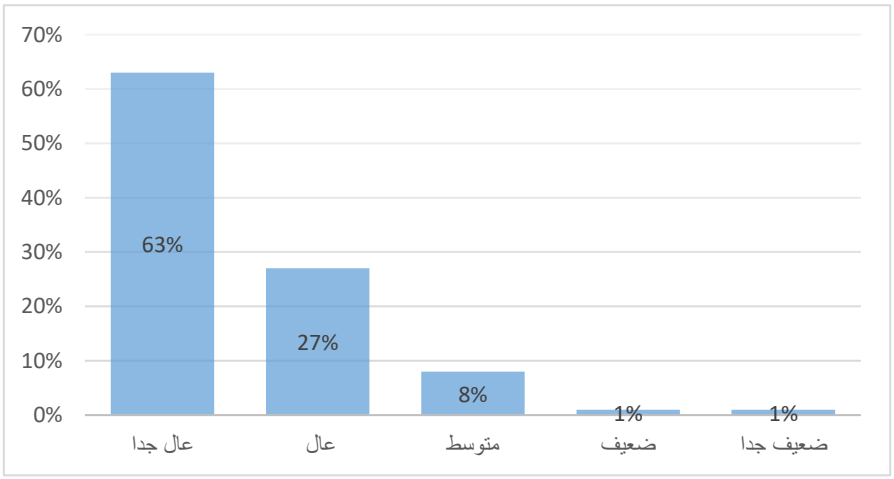
ويرى الباحث أن تنوع العينة من حيث العمر والجنس والمستوى التعليمي يعزز قدرة هذه الدراسة على تقديم صورة أكثر دقة وشمولية لتأثير محتوى بعض المؤثرين على مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي في موريتانيا؛ فتمثيل مختلف الفئات يعكس التباين في أنماط الاستخدام، ومستويات التأثر، والاتجاهات المختلفة إزاء هذا المحتوى. كما يضمن أن النتائج المستخلصة لا تقتصر على شريحة معينة من المستخدمين، بل تعبر عن الاتجاهات العامة لمجتمع الدراسة، مما يجعلها أكثر مصداقية وقابلية للتعميم.



الشكل رقم (1) الأثر السلبي لمحتوى بعض المؤثرين على القيم والأخلاق

يظهر الشكل رقم (1) أن هناك إدراكا واسعا لوجود تأثير سلبي قوي لمحتوى بعض المؤثرين على القيم والأخلاق، حيث يرى 88% من المشاركين أن التأثير يتراوح بين "عال جدا" و "عال"، بينما يعتقد 10% أنه تأثير "متوسط"، في حين أن نسبة من يرونه "ضعيفا" أو "ضعيفا جدا" لم تتجاوز 2%.

وتظهر النتائج التفصيلية أن الفئات العمرية المختلفة تتفق في معظمها على وجود تأثير سلبي لمحتوى بعض المؤثرين على القيم والأخلاق؛ فالفئات الأصغر من 18 عاما ترى أن التأثير السلبي لهذا المحتوى يتراوح بين "عال جدا" و"عال" بنسبة (71.5%)، وكذلك الفئة التي تتراوح أعمارها بين 18 و24 عاما (86.4%). وأظهرت الفئات الأكبر سنا ميولا مماثلا، مع زيادة ملحوظة في النسبة حيث رأى 92.3% ممن تتراوح أعمارهم بين 35 و44 أن حجم التأثير السلبي لمحتوى بعض المؤثرين على القيم والأخلاق في المجتمع الموريتاني، يتراوح بين "عال جدا" و"عال"، وذلك عائد في نظر الباحث إلى قدرة هذه الفئة على ملاحظة التغيرات المجتمعية بشكل أفضل بسبب معايشتها لتلك التغيرات.



الشكل رقم (2) الأثر السلبي لمحتوى بعض المؤثرين على العادات والتقاليد الموريتانية

يظهر الشكل رقم (2) أن 90% من المشاركين في الاستبيان رأوا أن بعض المؤثرين يشجعون سلوكيات تتعارض مع العادات والتقاليد الموريتانية، بدرجة تتراوح بين "عالية جدا" و"عالِية"، مقابل 8% اعتبروا ذلك التشجيع "متوسطًا"، بينما لا تتجاوز نسبة من يعتقدون أن التأثير "ضعيف" أو "ضعيف جدا" نسبة 2% من إجمالي العينة، وتشير هذه الأرقام إلى وجود قناعة لدى الغالبية العظمى من العينة التي شملتها الدراسة بخطر المحتوى الذي ينتجه بعض المؤثرين الموريتانيين على العادات والتقاليد.

وقد لاحظ الباحث تراجع الإحساس بهذا التأثير لدى الفئات الأصغر سنا، حيث رأى 28.6% من الذين تقل أعمارهم عن 18 عاما، أن هذا التأثير لا يتجاوز حدود "المتوسط"، ويمكن تفسير هذه النتيجة من خلال عدة عوامل مرتبطة باختلاف التجربة الحياتية، والتنشئة الاجتماعية، وأنماط استخدام وسائل التواصل الحديثة بين الأجيال المختلفة؛ فالفئات الأكبر سنا تستند إلى تجربة أوسع، تسمح لها بمقارنة الواقع الحالي بفترات سابقة، مما يجعلها أكثر إدراكا للتحولات الاجتماعية وتأثيرات المحتوى الرقمي. لذلك، قد يكون تقييمهم أكثر حدة نظرا لرؤيتهم لمقدار التغيّر الحاصل مقارنة بالماضي. في حين أن الذين تقل أعمارهم عن 18 عاما، أو ما يعرف بالجيل زد (Generation Z) نشأوا في هذه البيئة الرقمية وأصبحت وسائل التواصل الاجتماعي جزءا أساسيا من حياتهم اليومية، مما قد يجعلهم أكثر تقبلا لبعض الممارسات التي تراها الأجيال الأكبر سنا خروجا عن العادات والتقاليد.

وهذا قريب مما توصلت إليه دراسة أسمى نوري صالح (2021) حول تأثير المحتوى الرقمي الذي ينتجه المؤثرون على المجتمع العراقي، حيث أشارت إلى أن هؤلاء المؤثرين أصبحوا قدوات للكثير من الشباب والمراهقين، مما أدى إلى تغيرات اجتماعية ملحوظة، وهو ما ينسجم -إلى حد ما- مع هذه النتيجة التي تشير إلى تباين الإدراك لمدى تأثير محتوى بعض المؤثرين على العادات والتقاليد بين الفئات العمرية المختلفة، حيث يبدو الجيل الأصغر سنا، أكثر تقبلا لهذا المحتوى وأقل إدراكا لتأثيره السلبي، مقارنة ببقية الفئات العمرية.

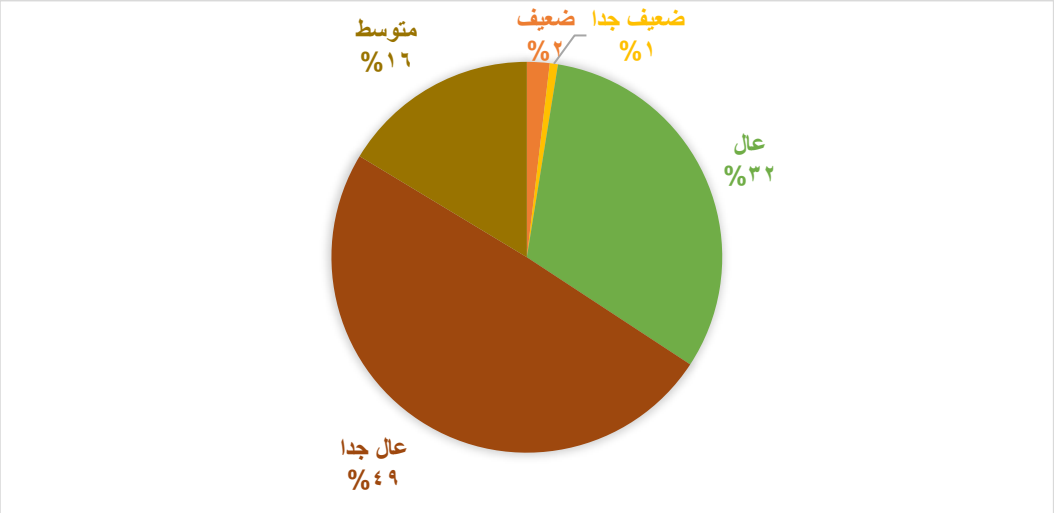
وفي مقابلة أجراها معه الباحث، أكد **محمد محمود ولد سيدي يحي** أستاذ علم الاجتماع والمدير السابق للمعهد العالي للدراسات والبحوث الإسلامية أن "التأثير السلبي لمحتوى الوسائط الاجتماعية يمكن أن يتمثّل في الصور النمطية التي تقدمها والنماذج الأخلاقية التي تروج لها، فهذه القدوات السيئة بمعنى المخالفة لقيم المجتمع الأخلاقية والدينية تؤثر على قيم الفئات الحساسة للتغيّر في المجتمع، وخصوصا فئات الأطفال والمراهقين ممن لديهم أوقات فراغ كبيرة، ويتمثل أكبر تفسير لهذا التأثير في تسلل هذه الأفكار والقيم إلى عقول هذه الفئات لا شعوريا عبر الإثارة والمتعة التي تعرض في ثوبها، ومنذ بعض الوقت أشار عالم الاجتماع الكبير "ألان تورين" في كتابه "المجتمع ما بعد الصناعي" إلى خطورة وسائل الاعلام الجماهيري وأوقات الفراغ الطويلة فيما سماه الماركسيون المحدثون بـ"الاستلاب" وخلق الفرد المستهلِك غير المنتج. وإذا كانت نظم التربية الغربية تؤسس الفردانية عبر برامج تربوية نقدية تنمي الإبداع والاختلاف لدى الفرد مما يجعل الشخص يتعود منذ الصغر على إمكانية الاختيار ونقد ما يعرض عليه؛ فان تقاليدنا التربوية القائمة على الحفظ وقيم التشابه "مجتمع التضامن الآلي" كما يسميه رائد علم الاجتماع الفرنسي "أميل دوركيم" فإن هذا يجعل أبناءنا عرضة لتأثير هذه المحتويات بشكل مضاعف".

ويضيف الدكتور محمد محمود أن المؤشرات الاجتماعية لتأثير المحتويات الرقمية السيئة، من أبرزها تنامي ظواهر غريبة على المجتمع مثل الاغتصاب وانحراف الأحداث (اليافعين) وتنامي التسرب المدرسي، كما يلاحظ أن بعض المحتويات التي ينشرها بعض المؤثرين على منصات التواصل الاجتماعي قد تكون من أسباب التفكك الأسري، نظرا لما تتيحه وسائل التواصل الاجتماعي من فرص للعلاقات المفتوحة خارج الأطر الاجتماعية والدينية المقبولة.

وحول المقارنة بين تأثير المحتوى الذي ينشره بعض المؤثرين ودور المؤسسات التقليدية كالأسرة والمدرسة والمسجد في تشكيل وعي الشباب وسلوكياتهم، يشير الدكتور محمد محمود إلى أنه "ينبغي ألا نبالغ كثيرا في تأثير المحتوى السلبي، فهناك محتويات إيجابية لدى بعض المؤثرين تبث القيم والأخلاق وتقدم قدوات اجتماعية مرغوبة.. ويظل دور الأسرة أقوى من جميع المؤسسات لأنها كما يقول "سيغموند افريد" تنفرد بالطفل في المرحلة التأسيسية التي تبقى آثارها في شخصيته بقية عمره وهي مرحلة السنوات الست الأولى قبل دخول المدرسة، رغم أن الهاتف والتلفاز أصبحا اليوم شريكين للأسرة في هذه المرحلة. أما المدرسة فإن طريقتها في التدريس تحتاج أن تتغير لتواكب هذا التطور الهائل في وسائط التواصل الاجتماعي؛ فمناهجنا التلقينية، وفصول الدراسة المكتظة، وانعدام الأنشطة "اللاصفية"، يجعل أداء المدرسة الموريتانية ضعيفا، ومساهمتها في مواجهة العولمة ناقصة، ويحتاج المسجد أن يكون مكانا مريحا ومحبوبا، وأن تكون المواعظ الدينية جذابة ومبسطة، وإلا فإن دوره في مواجهة المحتويات السيئة سيكون أضعف". ويضيف الدكتور محمد محمود أن: "أكبر ضعف لدينا هو عدم تطور برامج الترفيه وقضاء وقت الفراغ وعجز المؤسسات المعنية برعاية الشباب عن توفير بدائل مرغوبة تشغل أوقات فراغ الشباب، كما هو الحال في المجتمعات المتمدنة".

وفيما يتعلق بمخاطر هذه المحتويات السلبية ودورها في خلق فجوة بين الأجيال، يقول الدكتور محمد محمود إنه "لا شك في أن سرعة تطور وسائل التواصل الاجتماعي والتراكم السريع للمعارف والذكاء الصناعي خلق فجوة كبيرة بين الأجيال في المجتمعات البشرية عامة، ولا شك في أن قيم الشهرة والجاذبية التي تصنعها المحتويات الرائجة قائمة على الغرائبية، وهي مختلفة عما اعتادت عليه الأجيال الأكبر سنا

التي تربت في زمن كانت وتيرة تغيُّره أبطأ. وطبيعة صراع الأجيال من طبيعة الحياة، ولكنها اليوم مضاعفة في "حضارة الموجة الثالثة" كما يسميها "ألفن توفلر" (الباحث، 2025).

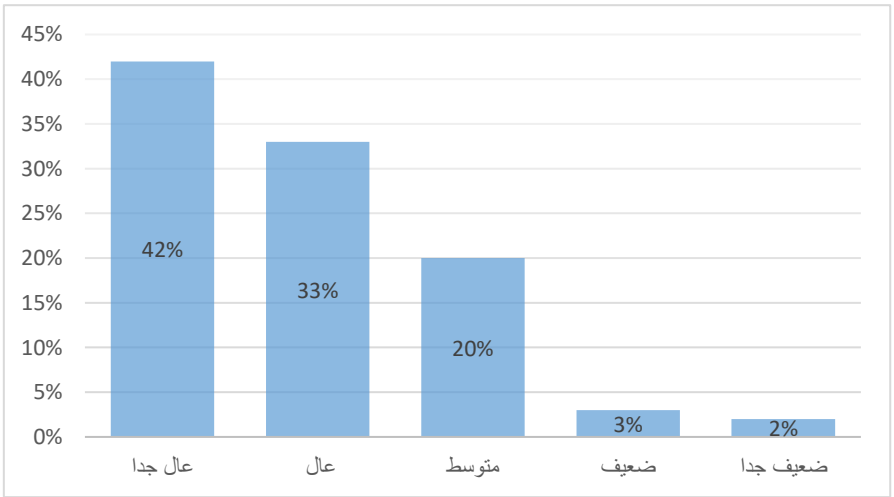


الشكل رقم (3) تأثير محتوى بعض المؤثرين على أنماط الاستهلاك لدى فئتيْ الشباب واليافعين

تشير نتائج الشكل رقم (3) إلى أن بعض المؤثرين على منصات التواصل الاجتماعي في موريتانيا يؤدون دورا كبيرا في تغيير أنماط الاستهلاك لدى فئتي الشباب واليافعين، حيث يرى 81% من إجمالي المشاركين في الاستبيان أن تأثير محتوى المؤثرين على أنماط الاستهلاك يتراوح بين درجة (عالية جدا) ودرجة (عالية). ويظهر تحليل بيانات المستجيبين أن هذا التأثير يتجلى بشكل أوضح بين الفئات العمرية الأصغر، خاصة من هم دون سن الثامنة عشرة حيث تميل هذه الفئة إلى تصنيف مستوى التأثير بأنه (عال جدًا)، مما يعكس مدى عنايتهم بالمحتوى الرقمي الذي ينتجه المؤثرون واعتمادهم عليه كمصدر للقرار الاستهلاكي.

ولا تشير البيانات إلى وجود فروق كبيرة بين الذكور والإناث، حيث يرى كلاهما قوة تأثير هذا النوع من المحتوى الرقمي على أنماط الاستهلاك لدى الشباب والنشء، مع ميل طفيف لدى الإناث لتقييم التأثير على أنه (عال جدًا). بينما رأى جميع المشاركين من ذوي **المستوى الابتدائي** أن هذا التأثير يتراوح بين درجة (عالية جدا 80%)، ودرجة (عالية 20%).

وهذا يعبر في نظر الباحث عن مستوى التأثير العميق لمحتوى بعض المؤثرين على أنماط الاستهلاك، خاصة لدى صغار السن وذوي المستويات التعليمية الأقل، ربما بسبب قلة الخبرة أو ضعف الوعي النقدي لدى صغار السن وذوي المستويات التعليمية الابتدائية، مما يجعلهم أكثر عرضة لتأثيرات الإعلانات الموجهة، والتوصيات المقدمة من قبل المؤثرين.



الشكل رقم (4) إسهام المؤثرين في الترويج لمنتجات غير صحية

تشير نتائج الشكل رقم (4) إلى أن 75% من المستجيبين للاستبيان يرون أن المؤثرين يسهمون في الترويج لمنتجات غير صحية بدرجة تتراوح بين (عالية جدا/ 42%) و(عالية/ 33%)، وتبرز هذه النسبة المرتفعة وجود وعي عميق لدى أفراد العينة حيال مخاطر ترويج المؤثرين لمنتجات قد تتسبب بضرر على الصحة، سواء عبر الإعلانات المباشرة أو التوصيات غير المعتمدة على أسس علمية.

ويتماشى هذا التوجه مع ما توصلت إليه دراسة روري مالكاهي وآخرين (2024)، حيث بينت الدراسة أن الانتشار الواسع للمحتوى الإعلاني الذي ينتجه المؤثرون يقلل من إحساس المستخدمين بالخداع، مما يعزز ارتباطهم بالمؤثرين ويزيد من احتمالية اقتنائهم للمنتجات المروَّج لها. كما أن التعليقات الإيجابية على ذلك المحتوى تسهم في ترسيخ مصداقيته، مما يساعد في انتشار تلك المنتجات بغض النظر عن مدى خطورتها على الصحة العامة. وتعكس هذه النتائج خطورة الترويج غير المنضبط للمراهم ومستحضرات التجميل عبر صفحات المؤثرين، حيث يمكن أن يؤدي التفاعل الإيجابي مع هذه الإعلانات إلى إقناع المتابعين بشرائها دون استشارة طبيب مختص.

ووفقا للمقابلة التي أجراها معه الباحث، يقول الدكتور محمد ولد امدن، المتخصص في الأمراض الجلدية والتناسلية، والأمين العام السابق للنقابة الوطنية للأطباء في موريتانيا، إن الآثار السلبية المترتبة على المحتوى الذي ينشره بعض المؤثرين عبر منصاتهم الرقمية، لم يعد محل نقاش، بل أصبح واقعا يفرض تحديات صحية خطيرة. ويوضح الدكتور أن ضغط المختصين في الأمراض الجلدية والجنسية على الجهات الحكومية أدى إلى اتخاذ قرارات رسمية تهدف إلى الحد من انتشار بعض المواد الضارة، إلا أن الترويج لهذه المنتجات لم يتوقف، بل وجد مسارات جديدة عبر وسائل التواصل الاجتماعي، حيث يعتمد المروجون على وسطاء مجهولين لإيصال المنتجات المحظورة إلى المستهلكين.

يتحدث الدكتور محمد عن المخاطر الصحية المرتبطة باستخدام مستحضرات التجميل بناء على تجارب المؤثرين الشخصية دون استشارة طبية، مشيرا إلى أن المستهلك غالبا ما يركز على الجوانب الإيجابية المؤقتة، متجاهلا المخاطر الحقيقية التي قد تكون كارثية. فقد شهدت العيادات الجلدية حالات عديدة لأشخاص تعرضوا لمضاعفات خطيرة جراء استخدام منتجات غير آمنة، مثل التهابات جلدية حادة، وتفاقم حب الشباب، وحالات تسمم ناجمة عن امتصاص مواد ضارة عبر الجلد. ويضيف أن الأضرار تتفاوت بين الحساسيات الجلدية المتكررة التي قد تصل مستويات خطيرة، وانسداد المسام الجلدية الذي يؤدي إلى تفاقم مشاكل البشرة، وارتفاع احتمالية الإصابة بسرطانات الجلد بسبب التعرض المستمر لمواد سامة، بالإضافة إلى الشيخوخة الجلدية المبكرة التي قد تتسبب في اضطرابات نفسية مثل القلق والتوتر والعزلة.

ويشير الدكتور محمد إلى أن بعض المستحضرات المنتشرة تحتوي على مواد كيميائية خطيرة، ومن أبرزها:

- **البارابين** (Parabens): يرتبط باضطراب التوازن الهرموني، خاصة فيما يتعلق بمستويات الإستروجين في الدم.
- **الفثالات** (Phthalates): تستخدم في بعض مرطبات الجلد والعطور وطلاء الأظافر، وتزيد من خطر العقم والاضطرابات الهرمونية.
- **الفورمالديهايد** (Formaldehyde): مادة مسرطنة تسبب حساسية جلدية حادة عند التعرض المزمن لها.
- **السيليكون والزيوت المعدنية** (Silicones & Mineral Oils): تؤدي إلى انسداد المسام، مما يزيد من مشكلات البشرة الدهنية.
- **الكبريتات** (Sulfates): تسبب جفاف الجلد وتشققه، وخاصة في فروة الرأس.
- **الرصاص** (Lead): يهدد صحة الجهاز العصبي بتراكمه في الجسم.

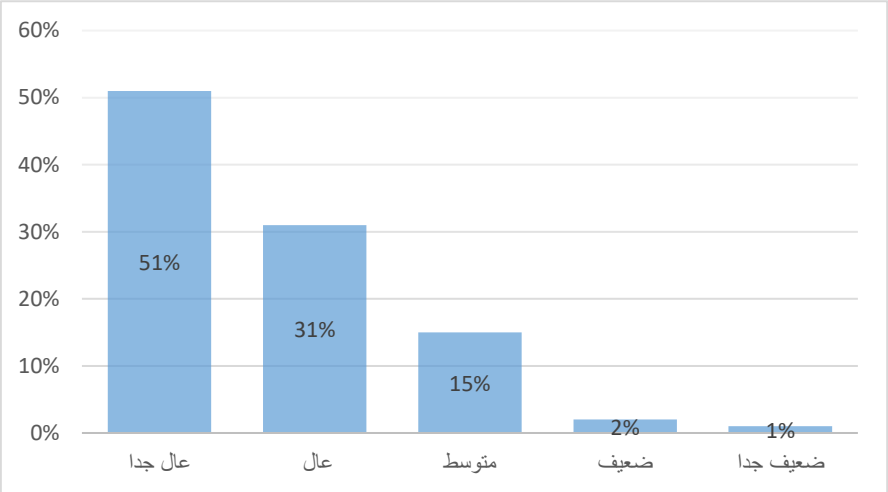
ويتابع الدكتور أن بعض النساء في موريتانيا يقمن بخلط مستحضرات مجهولة المصدر، مدفوعات في كثير من الأحيان بتأثير بعض المؤثرات أو ما درج على تسميته بـ(الفاشينيستات)، حيث يروجن لهذه الخلطات عبر صفحاتهن دون إدراك حقيقي للمخاطر التي قد تترتب على خلط مكونات كيميائية متعددة. لتكون النتيجة مجموعة من المجاهيل، تعرف محليا بـ"القنبلة"، وهو مزيج غير معروف التركيب يستخدم لتحقيق نتائج فورية، لكنه يؤدي إلى مخاطر صحية خطيرة قد تشمل الإصابة بأمراض جلدية مستعصية.

وفيما يتعلق بالجهود التنظيمية، يوضح الدكتور محمد ولد امدن أن الجهات المختصة حاولت الحد من هذه الظاهرة من خلال قرارات حكومية، لكن وسائل التواصل الاجتماعي أوجدت قنوات بديلة لتسويق هذه المنتجات، مما يستدعي استراتيجيات أكثر صرامة. ويقترح تشديد الرقابة على الإعلانات الرقمية لضمان عدم الترويج لمنتجات غير معتمدة، وتفعيل قوانين صارمة ضد المؤثرين الذين يروجون لمواد قد تضر بالمستهلكين، إلى جانب تعزيز التوعية العامة من خلال حملات إعلامية تثقيفية حول مخاطر هذه المستحضرات.

ويتحدث الدكتور محمد عن تأثير وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل وعي الجمهور، مشيرا إلى أن التعليقات الإيجابية على المنتجات المروَّج لها من قبل المؤثرين تعزز مصداقيتها في أعين المتابعين، مما يسهم في زيادة الإقبال عليها بغض النظر عن سلامتها الصحية. كما يلفت النظر إلى خطورة ترويج بعض القنوات التلفزيونية لهذه المنتجات دون رقابة كافية، فضلا عن أن بعض المؤثرين باتوا يحددون تميّز الأطباء بناء على تعاونهم معهم، مما قد يؤدي إلى انحراف عن الضوابط المهنية والمعايير الأخلاقية في المجال الطبي.

ويخْلُص الدكتور محمد إلى أن مواجهة مخاطر مستحضرات التجميل غير الآمنة عبر وسائل التواصل الاجتماعي تتطلب تكاتف الجهود بين الجهات الحكومية، والمؤسسات الصحية، والجمهور نفسه. فبدون وعي المستهلكين بالمخاطر الحقيقية لهذه المنتجات، ستظل الجهود التنظيمية غير كافية لحماية الصحة العامة، مؤكدا أن الوعي العام وتطبيق قوانين صارمة هما السبيلان الأساسيان لضمان سلامة الأفراد من التأثيرات الضارة لهذه المنتجات (الباحث، 2025).

وتجدر الإشارة إلى أن مخاطر ترويج بعض المؤثرين لمنتجات غير صحية، لا تقتصر على المستحضرات التجميلية وحدها، بل تمتد لتشمل منتجات غذائية وأدوية ومكملات غذائية ووجبات سريعة، حيث يسهم المحتوى الترويجي في ترسيخ ثقافة استهلاكية قائمة على تقليد المشاهير دون مراعاة الجوانب الصحية أو الاقتصادية، مما قد يضيف أعباء جديدة على معيلي الأسر الذين قد يجدون أنفسهم مضطرين لمجاراة أنماط استهلاك لا تتناسب مع إمكانياتهم، فقط لأن أحد المؤثرين يفعل ذلك. كما أن هذا الترويج قد يؤدي إلى تبني عادات غذائية غير متوازنة، مما يفاقم مشكلات السمنة والأمراض المرتبطة بالتغذية غير الصحية. وبالتالي، فإن التصدي لهذه الظاهرة يجب ألاّ يقتصر على مستحضرات التجميل، بل ينبغي أن يشمل كل أشكال المحتوى الإعلاني الذي يؤثر سلبا على المجتمع.



الشكل رقم (5) نشر المؤثرين للمعلومات غير الدقيقة أو المضللة على المنصات الرقمية

يظهر الشكل رقم (5) أن 82% من العينة يرون أن نشر المؤثرين للمعلومات غير الدقيقة أو المضللة يسهم في انتشار هذه المعلومات بشكل واسع بين مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي بدرجة تتراوح بين (عالية جدا/ 51%) ودرجة (عالية/ 31%)، وتكشف هذه النتائج عن تأثير واسع النطاق للمعلومات المضللة على الرأي العام، خاصة بين الشباب وذوي التعليم المنخفض، مما يؤكد الحاجة إلى تعزيز التربية الإعلامية، ونشر الوعي بآليات التحقق من المحتوى الرقمي.

وهذا يتوافق مع ما توصلت إليه دراسة مالكاهي وآخرين (2024)، التي أوضحت أن محتوى المؤثرين حين يحظى بانتشار واسع وتفاعل كبير فإن ذلك يقلل من وعي المستخدمين بخطورته، حيث يؤدي تكرار ظهور المحتوى وكثرة التفاعل معه إلى زيادة احتمالية تصديقه ومشاركته. كما أن التفاعل الإيجابي، مثل التعليقات الداعمة من قبل بعض المستخدمين، يعزز من انتشار المعلومات المضللة ويجعلها أكثر مصداقية لدى الجمهور.

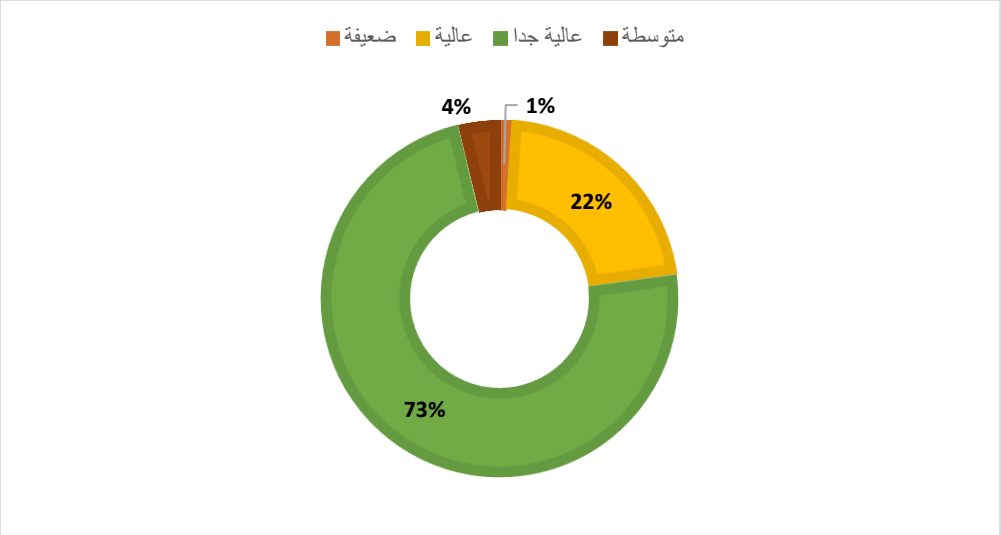
وتعبر هذه النتائج عن مستوى الحاجة إلى مواجهة هذه المخاطر، لضمان عدم تحول وسائل التواصل الاجتماعي إلى منابر لنشر الأخبار الكاذبة والمعلومات المضللة دون رقابة أو مساءلة.

وفي اللقاء الذي جمعه بالباحث، يؤكد الصحفي والباحث الموريتاني عبدو عبد القادر، الذي يعمل في شبكة الجزيرة الإعلامية، أن ظاهرة نشر المؤثرين للمعلومات غير الدقيقة أو المضللة باتت واقعا ملموسا في المشهد الإعلامي الموريتاني، مشيرا إلى أن متابعة بسيطة لهذا الفضاء تُظهر تنامي تأثير المدونين، خاصة عبر البث الحي، حيث يضطلعون بدور مهم في توجيه الرأي العام، دون أن يمتلك معظمهم التكوين المهني اللازم. ويضيف أن غياب الضوابط المهنية والأخلاقية يجعل هذا المجال أرضا خصبة لانتشار الأخبار المضللة، لاسيما في ظل تداخل الترفيه مع التعليق السياسي ونقل المعلومات، مما يخلق بيئة مشوشة يسهل فيها التلاعب بالحقائق.

وحول إمكانية توظيف المؤثرين من قبل جهات داخلية أو خارجية لخدمة أجندات معينة، يرى عبد القادر أن هذا الاحتمال قائم، مستندا إلى مؤشرات عدة، مثل التراشق المتكرر بين المدونين، وظهور تناقضات في مواقفهم، لكنه يلفت إلى أن معظم القضايا المثارة عبر هذه المنصات سرعان ما تتلاشى دون أن تترك أثرا حقيقيا، ما يجعلها أقرب إلى أدوات للإلهاء والتشتيت منها إلى حملات موجهة للتأثير الاستراتيجي. أما على المستوى الخارجي، فيشير إلى أن حالات مثبتة من تدخلات خارجية في بلدان إفريقية مجاورة، تعزز فرضية محاولة بعض القوى التأثير على الرأي العام عبر شبكات التواصل الاجتماعي، وإن كانت الأدلة القاطعة على حدوث ذلك في موريتانيا غير متوفرة حتى الآن.

وفيما يخص تأثير المعلومات المضللة على الأفراد والمؤسسات، يؤكد الصحفي أن الضرر واقع بلا شك، إذ يمكن أن تؤدي الأخبار الكاذبة إلى تشويه السمعة والإضرار بمصالح الأشخاص والجهات المستهدفة. ومن هنا، يشدد على أهمية تعزيز التربية الإعلامية، ورفع الوعي

بآليات التحقق من المحتوى الرقمي، لافتا إلى أن موريتانيا تفتقر حتى الآن إلى منصة وطنية متخصصة في دحض الأخبار الكاذبة. ويضيف أن المؤسسات الإعلامية، سواء العمومية أو المستقلة، تمتلك الأدوات اللازمة لإنشاء مثل هذه الخدمة عبر التعاون المشترك أو بمبادرة من إحدى الجهات الإعلامية الكبرى. أما المتابع العادي، فيجد نفسه في مواجهة تحد يفوق قدراته، وسط سيل المعلومات المتدفقة. ومع ذلك، يرى عبد القادر أن هناك جهودا فردية من بعض الناشطين للتصحيح والتحقق، لكنها غالبا ما تضيع في زحمة الجدل والدعاية المتبادلة على المنصات الرقمية (الباحث، 2025).



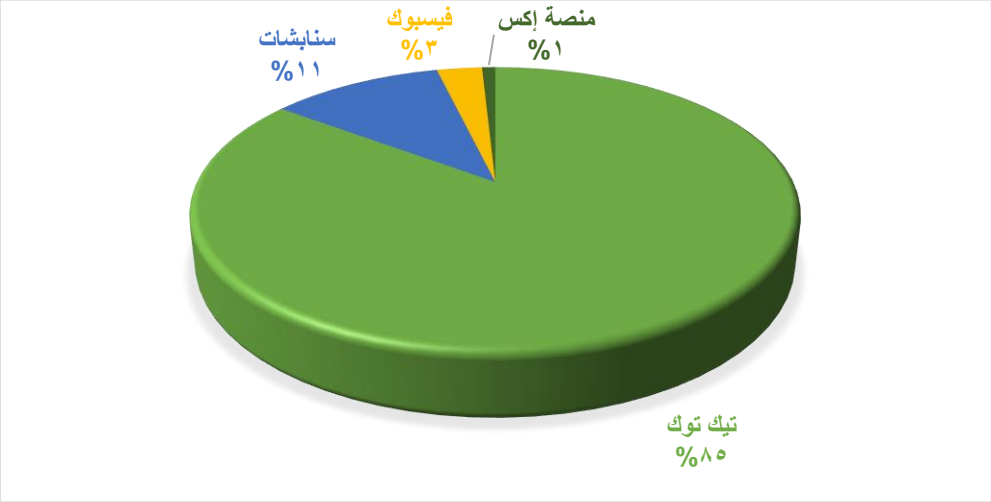
الشكل رقم (6) تجاهل المؤثرين للقيم الأخلاقية في سبيل زيادة أعداد المتابعين

تشير معطيات الشكل رقم (6) إلى أن غالبية المشاركين يعتقدون أن المؤثرين يتجاهلون القيم الأخلاقية في سبيل زيادة أعداد المتابعين على منصاتهم الرقمية، حيث يرى 73% من أفراد العينة أن هذا التجاهل يتم بدرجة "عالية جدا"، بينما يرى 22% أنه يحدث بدرجة "عالية"، ما يعني أن نحو 95% من المشاركين يقرّون بوجود هذه الظاهرة بمستويات مقلقة. إن هذه النسب تكشف عن وعي واسع النطاق لدى المشاركين في الاستبيان بالآثار السلبية للمحتوى الذي يقدمه المؤثرون حين يكون مدفوعا بالسعي وراء الشهرة والربح على حساب المبادئ الأخلاقية.

وعند تحليل هذه المعطيات حسب أعمار المشاركين، يتضح أن الفئات الأصغر سنًا، خاصة المراهقين والشباب، يتأثرون بدرجة عالية بهذه الظاهرة. حيث أظهرت الدراسة أن 71.7% من المنتمين للفئة العمرية 18-24 يعتبرون أن المؤثرين يتجاهلون القيم الأخلاقية بدرجة عالية جدا، بينما ترتفع هذه النسبة إلى 76.7% لدى الفئة العمرية 25-34، ويشير هذا إلى أن الأفراد الأكثر انخراطا في وسائل التواصل الاجتماعي، وخاصة المراهقين، يتعرضون بشكل أكبر لمحتوى قد يكون غير أخلاقي أو مضلل.

أما من حيث الجنس، فلم يكن هناك تفاوت كبير بين الذكور والإناث، حيث تتقارب النسب (74% و73%) على التوالي، مما يعكس تأثيرا عاما لهذه الظاهرة بغض النظر عن الجنس. كما أن المستوى التعليمي لم يكن له تأثير واضح، إذ يرى ما بين (68% و79%) من جميع الفئات التعليمية أن المؤثرين يتجاهلون القيم الأخلاقية بدرجة عالية جدًا، مما يشير إلى أن الظاهرة لا ترتبط بالتحصيل الأكاديمي بقدر ما ترتبط بطبيعة المحتوى الذي ينشره بعض المؤثرين على منصات التواصل الاجتماعي.

وتسلط هذه النتائج الضوء على ضرورة اتخاذ إجراءات فعالة للحد من انتشار المحتوى غير الأخلاقي وتعزيز المسؤولية الإعلامية؛ فمع تزايد نشر أنماط من المحتوى الذي يسعى ناشروه للحصول على أكبر قدر من الانتشار والمتابعة، بلا وازع ولا رادع، يصبح من الضروري التركيز على التوعية الإعلامية، وتشجيع المحتوى الهادف، وتعزيز القوانين التي تضمن التزام المؤثرين بمبادئ أخلاقية تجمع بين عدم المساس بحرية التعبير والمحافظة على القيم الاجتماعية.



الشكل رقم (7) أكثر المنصات خطورة على فئتي الشباب والنشء في موريتانيا

تشير نتائج الاستبيان إلى أن تيك توك يُنظر إليه على نطاق واسع باعتباره المنصة الأكثر خطورة على القيم والأخلاق، حيث يرى 85% من المشاركين أنه يمثل تهديدا رئيسيا للشباب واليافعين، متفوقا بفارق كبير على سنابشات (11%)، وفيسبوك (3%)، وإكس (1%). ويعود هذا القلق إلى طبيعة المحتوى المنتشر على تيك توك، الذي يتمثل بشكل أساسي في المقاطع المرئية القصيرة، والبث المباشر الذي أصبح مصدرا رئيسيا للانحراف الأخلاقي والانجراف وراء "الترندات" العالمية دون مراعاة للضوابط الدينية أو الأخلاقية.

يُلاحظ في المحتوى الرائج على منصة تيك توك، وجود عدد متزايد من المؤثرين الموريتانيين الذين لا يولون أي اهتمام لقيم المجتمع، ويتجلى ذلك في استخدام ألفاظ بذيئة، ومناقشة مواضيع غير لائقة، وعرض مشاهد تخدش الحياء العام، وهذا كله جديد على مجتمع محافظ لم يعتد -قبل منصة تيك توك وأخواتها- تصريح المرأة باسم زوجها، ولا مداعبة الرجل لأبنائه أمام كبار السن.

وهذا ما أكدته الدكتورة **مباركة بنت البراء** في منشور لها، أشرنا إليه سابقا، يقولها: "المقاطع التي رأيت صدفة من تيك توك في نسخته الموريتانية، هابطة لغة ومحتوى وانفعالات. أرجو أن يكون له وجه آخر غير الوجه الموريتاني".

ويقول الدكتور **عبّاس براهام**، أستاذ تاريخ الأفكار بجامعة لويزيانا (لافاييت) في الولايات المتحدة الأمريكية في مقابلة أجراها معه الباحث، إنه "من الجلي أنّ الصفوة الافتراضية تقوم على كثرة المتابعة. ويستخدم بُغاة الشهرة هؤلاء عدّة أساليب لزيادة المتابعة كالإثارة والتحريف والشخصنة وانتهاج نهج الفضائحية والصحافة الصفراء والاستصراخ (طلب التضامن) والقذف والتشهير إلخ. ويختلِف تقييم هذه الممارسات أخلاقيا ففيها جانب يدخُل في التشويق، كما يفعل المغرّدون من تقطيع الأخبار والشذرات لزيادة نسب المشاهدة وطلب الاستثراء منها؛ وكما يفعله "اليوتوبيّة" بالعنونة المثيرة وقطع الفيديوهات من سياقها وإعادة تقديمها، بل تحريفها لإيصال رسالة التشويق أو التشهير أو الدعاية. ويبدو أنّ لكلّ هذه المنابر طريقتها في ابتغاء الشهرة فتيك توك يقوم على تسليع الثقافة الشعبية والتكبيس القائم على الابتذال وبيع الجسد والطرائف والتلائد؛ بينما يقوم إنستغرام على تسويق الحميمية وعصر الصورة؛ وتقوم الوسائط الأخرى على إذاعة المواقِف والأفكار وتسييس اليوميات. بعضُها سياسي، وبعضُها فولوكلوري. والأحسن تقييمها بالنشرية، لا بالوسيطة (مفرد وسائط) نفسها فهي ملتقى لكافة الاختلافات والتضاربات. لا أظنّه يمكن الحدّ من هذا السوق الحرّ، ولكنّه ليس مستقِلاً، وسيتبّع حركة المجتمع، عاكسا محافظته من جانب وانحلاله من جانب (وهو ما يعتبره البعض نفاقا اجتماعيا). وبعبارة أخرى فإنّها الحداثة السائلة، حيث تُصبح التحوّلات الاجتماعية الاقتصادية أسرع من وتيرة من الأخلاق نفسها".

وحول مخاطر ظاهرة "المؤثرين" ودورها في إعادة تشكيل الهوية الثقافية للشباب الموريتاني وإمكانية اعتبارها تهديدا أم تطورا طبيعيا في سياق العولمة الرقمية، يقول الدكتور عباس إن الهوية "تتشكّل بما يراه الناس يومياً. وهذا يُسمّى بالتربية أو بالثقافة. أعتقِد أنّ الفلسفة الحائنة على الأجيال الصاعدة هي البحث عن المضارِب الأثمن للحصول على المعرفة وقواعد التفكير السليم واستعادة زمام التفكير النقدي. تؤدي العلوم الحقيقية دورا في هذا؛ وتؤدي فيه المؤسّسات التفكيرية والتعليمية دورا. وإلاّ فإنّ الثورة الافتراضية والآن ثورة الذكاء الاصطناعي ستجعل المعرفة والأخلاق أداتية، لا اجتماعية".

ويستطرد الدكتور ابراهام في تقييمه للحظة الاجتماعية الراهنة في موريتانيا في ظل انتشار منصات التواصل الاجتماعي ومدى اختلافها عن المراحل والمنعطفات التاريخية التي مر بها المجتمع، ويناقش مفهوم "القلق العام" الذي يسيطر على الأفراد في هذه المرحلة، ويربط هذا القلق بهجرة سكان القرى والأرياف نحو المدن، وبتحولات اقتصادية واجتماعية. يقول ابراهام: "أرى أن اللحظة الاجتماعية يُعرّفها القلق العام، وبالأخص من منتجي الانطباعات العامة، كالمؤثرين والمعلقين والصالونات والأحاديث اليومية. وسرعان ما صار هؤلاء الذين صعدوا

المنابر الرقمية، اللبّ الخطابي للمجتمع. ويبدو أن جوهر عملهم هو التفاعل الأبدي لتقييم الأحداث والقلق أو الجذل حولها وهو ما يسمى "بالترندات". هذه التفاعلات، التي تنعكس بحدة على وتيرة وبنية التواصل الاجتماعي، تنتج قلقا من سير الأمور ومن التحوّل الاقتصادي والثقافي ومن التحوّلات القيّمية المصاحبة له.

هذا القلَق قد يكون مركزُ إنتاجِه طبقيا، بمعنى أنّه يعكس عدم رضا مجموعة من الأفراد والفئات الاجتماعية ذوات الأسس المختلفة في الفئات والعمر والنوع الاجتماعي من القوالب الجديدة للمجتمع. وقد يأخذ بعدا دينيا يحذر من المستحدثات الاجتماعية ويدافع عن المجتمع الورع والطاهر القديم. وبعبارة أخرى فقد تكون هبّة محافظة. وقد يكون قلق العصرانيين من عدم اكتمال التحوّل الاجتماعي، وقلقهم من محاولة المحافظة الاجتماعية ردّ المجتمع إلى شكله القديم وفرض أصولية اجتماعية عليه. وقد يكون قلق الفئات المحرومة، من مؤامرة السلطة عليها وإخراجها من فرص الحياة. وعادة ما تتخلّل ضرائب القلق هذه نزعةٌ هوَوية تعيد النقاش إلى ثنائيات الانتماء والدّم والضغائن الهووية والطائفية والمعرقنة (نسبة إلى العِرق) الكثيرة. ورأيي أنّ هذا القلق، يُرَدّ إلى ثلاث تحوّلات كبرى في المجتمع:

1. تحوّل الاقتصاد من اقتصاد بسيط يعتمد على الاقتصاد اليدوي والعمل المنزلي إلى اقتصاد التوريد والتصدير والخدمات التجارية، ينقُل المجتمع من الطاقة اليدوية إلى الطاقة الإنتاجية والخدمية ومن الاقتصاد المنزلي إلى اقتصاد الريع والخدمات فينتج مجتمعا يتحرر من احتكار السلطة التقليدية على الجاه والثروة وينتج طموحات قيمية واستهلاكية جديدة. هذه التحوّلات الإنتاجية تتيح قلقا يوميا يتراوح بين القلق الهووي من فقدان القيم والقلق الأعم حول تأمين الحاجيات الأساسية.
2. تحوّل المجتمع من مجتمَع قروي إلى مجتمع مدني. وقد اكتملت هذه العملية في العقود الأخيرة، التي شهدت أكبر هجرة في تاريخ البلد من القرية إلى المدينة طلبا للخدمات التي لا تتوفّر في الداخل كالصحة والتعليم والتوظيف، هذه الهجرة جعلت المجتمع مدنيا بنسبة غالبة (وإن بقيت ضواحي المدن، كما جلّ المدن، قرى عملاقة). وبغضّ النظر عن تقييمها السوسيولوجي فإنّها تنتج قلقا اجتماعيا، فالقوة الاجتماعية للقبائل، وإن قامت على مناطقها وإقطاعاتها الأهلية، إلاّ أنّها تنحصر في العاصمة، فهي اجتماعيا متمدّنة؛ ولكنّها تعيش في جلباب أبيها وتعيد قلق الآباء من التحوّلات السلوكية.
3. تحول المجتمع من مجتمع مغلق على نفسِه إلى مجتمع مفتوح مستقبِل للهجرة الأجنبية. هذه الهجرة تنتج قلقا من فقدان السيطرة على البنية المألوفة للمجتمع وخوفا من الخلفيات العرقية والطائفية والدّينية للمهاجرين، فينتج من ذلك رهاب الأجانب، والمحافظة الاجتماعية، وزيادة الاستبداد، وعودة وزارة الداخلية، التي كانت قد أزيحت من الهيمنة على المجتمع، لسنّ قوانين جديدة في التعبير والحركة والاعتقال والمحاسبة والسجن لفرض الهيمنة الاجتماعية المفقودة. كلّ هذه المخاوف يُعبّر عنها المجتمع الافتراضي، الذي يقوم على "الترند" وعلى الانتقاء في الأخبار والردّ عليها. على أنّ هذه المخاوف كانت دوما من سمات المجتمعات؛ ويمكن بسهولة مشاهدتها في أرجاء العالم. كما أنّها ليست حادِثة على التاريخ، بل تتواكَب كلّ مرحلة بقلقها وتفاؤلها" (الباحث، 2025).

النتائج والتوصيات

أولًا: النتائج

1. أظهرت الدراسة أن 88% من المشاركين يرون أن المحتوى الذ ينتجه بعض المؤثرين، يؤثر سلبا على القيم والأخلاق، بدرجة تتراوح بين "عالية جدا" و"عالية"، مع تركيز الفئات العمرية الأكبر على خطورة هذا التأثير مقارنة بالفئات الأصغر سنا. ويتجلى هذا التأثير في انتشار مفاهيم تتنافى مع القيم المجتمعية، مثل: البذاءة، والعنف اللفظي، ونشر ممارسات وسلوكيات غير أخلاقية .
2. أظهرت النتائج أن 81% من المستجيبين يعتقدون أن بعض المؤثرين يسهمون في تغيير أنماط الاستهلاك لدى الشباب واليافعين، مما قد يؤدي إلى تعزيز النزعة الاستهلاكية غير الصحية، مثل اقتناء منتجات غير ضرورية، والاعتماد على نمط حياة مترف لا يتناسب مع الواقع الاقتصادي.
3. يرى 75% من المشاركين أن بعض المؤثرين يروّجون لمنتجات قد تكون مضرة بالصحة أو مجهولة المصدر، مثل المكملات الغذائية غير المرخصة، ومستحضرات التجميل المضرة بالصحة الجلدية، مما يستدعي تدخل الجهات المعنية لتنظيم هذا النشاط، وضمان موثوقية الإعلانات الرقمية .
4. أكدت الدراسة أن المؤثرين يسهمون في نشر معلومات غير دقيقة أو مضللة، سواء فيما يتعلق بالصحة، أو الاقتصاد، أو القضايا الاجتماعية والسياسية، مما يؤثر على وعي الجمهور وقراراته، وقد تترتب على ذلك أضرار جسيمة في بعض الحالات.
5. أشارت الدراسة إلى أن المؤسسات التقليدية مثل الأسرة والمدرسة والمسجد تواجه تحديات كبيرة في التأثير على الشباب في ظل التوسع الكبير لمنصات التواصل الاجتماعي كمصدر رئيسي للمعلومات والتأثير الاجتماعي.

6. رغم وجود نماذج إيجابية لصناع المحتوى والمؤثرين -كما بينت الدراسة- فإن تأثير هذه النماذج يظل محدودا مقارنة بالمحتوى غير الهادف المنتشر على نطاق واسع، مما يستدعي دعما أكبر لمنتجي هذا النوع من المحتوى .
7. أشارت النتائج إلى أن منصة تيك توك تُعد أكثر المنصات الرقمية خطورة على القيم والأخلاق، حيث يرى 85% من المشاركين أنها تمثل تهديدا رئيسيا لقيم الشباب واليافعين، ويعود هذا القلق إلى طبيعة المحتوى المنتشر على تيك توك، الذي يعتمد بشكل أساسي على المقاطع المرئية القصيرة والبث المباشر، مما جعله مصدرا رئيسيا للانحراف الأخلاقي والانجراف وراء "الترندات" العالمية دون مراعاة للضوابط الدينية أو الأخلاقية.
8. أوضحت الدراسة أن افتقار موريتانيا لمنصة وطنية متخصصة في التحقق من الأخبار، يزيد من صعوبة مواجهة المعلومات المضللة والأخبار الكاذبة التي ينشرها بعض المؤثرين.

ثانيًا: التوصيات

1. وضع إطار قانوني ينظم عمل المؤثرين على منصات التواصل الاجتماعي، ويضمن احترام القيم والأخلاق العامة، ويحد من نشر المحتوى غير اللائق أو المضلل.
2. تطبيق معايير واضحة للإعلانات التي يروج لها المؤثرون، تلزمهم بالكشف عن أي محتوى مدفوع أو إعلاني وتضمن التأكد من صحة المعلومات المقدمة ومن سلامة المنتجات المعلن عنها، مع فرض عقوبات على المخالفين.
3. إنشاء منصة وطنية متخصصة في التحقق من المعلومات والأخبار الكاذبة. ويمكن أن تكون هذه المنصة مستقلة أو جزءا من تعاون مشترك بين وسائل الإعلام الكبرى، مما يحد من انتشار المعلومات المضللة ويعزز مصداقية الأخبار المتداولة في الفضاء الرقمي.
4. تبني سياسات واضحة لمواجهة المحتوى الذي يحرض على الكراهية أو العنصرية أو يشوّه سمعة الآخرين، مع فرض عقوبات صارمة على المخالفين لضمان بيئة رقمية آمنة.
5. إطلاق حملات توعية لتثقيف الجمهور، وخاصة فئتي الشباب واليافعين، حول مخاطر المحتوى الرقمي غير المسؤول، وتعزيز التفكير النقدي لديهم عند التعامل مع المعلومات المتداولة عبر الإنترنت.
6. تشجيع المبادرات التي تقدم محتوى إيجابيا يعزز القيم الثقافية والاجتماعية، من خلال توفير تمويل ورعاية رسمية لمثل هذه المشاريع، وإبرازها في وسائل الإعلام.
7. تطوير المناهج التعليمية والبرامج الدينية والتوعوية بحيث تكون أكثر جاذبية للشباب، وتتناسب مع التغيرات الرقمية المتسارعة.
8. تعزيز الشراكة بين الحكومة وكبرى شركات التكنولوجيا والعمل على تطوير سياسات تتماشى مع معايير المنصات الرقمية العالمية، لضمان تطبيق القوانين المحلية على المحتوى المنشور في موريتانيا.
9. تشجيع البحث الأكاديمي حول تأثير المحتوى الرقمي -خاصة فيما يتعلق بآثاره النفسية والاجتماعية على الشباب واليافعين- لإيجاد حلول مستدامة لهذه الظاهرة.

المصادر والمراجع

- مالكاهي، روري، وآخرون. (2024). "الانتشار الفيروسي: مشاركة المعلومات المضللة من قبل المؤثرين في وسائل التواصل الاجتماعي ."*المجلة الأسترالية للتسويق* .تم الاسترجاع من https://bit.ly/3D1btfk.
- شبايك، نيرة أحمد المجد. (2024). "تأثير متابعة الشباب لصفحات المؤثرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي على سمات نموذج القدوة لديهم ." *المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون*، (28)، 381.
- نصار، سالي ماهر. (2023). "مصداقية مضامين المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي واتجاهات الجمهور نحوها ."*المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، (ع83، ج3)، 279.
- جعفري، نبيلة. (2022). "مؤثرو مواقع التواصل الاجتماعي: الفاعلون الجدد في قيادة الرأي العام، قراءة حول التغير في المفاهيم والأدوار ."*مجلة (م2، ع1)*، 22.
- صالح، أسمى نوري. (2021). "عناصر الجذب في المحتوى الإعلامي للمؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي وانعكاساتها على المجتمع العراقي ." *مجلة مداد الأدب*، (ع22)، 546.
- سلاطنية، بلقاسم، والجيلاني، حسان .(2012) .*المناهج الأساسية في البحوث الاجتماعية* .دار الفجر للنشر والتوزيع، الجزائر.
- Latané, Bibb. (1981). The Psychology of Social Impact. *American Psychologist, 36(4),* 343–356.
- نصار، سالي ماهر. (2023). "مرجع سابق"، 299.

- ببي، وليد، ورضا، جعفاري محمد. (2023). "فعالية التسويق عبر المؤثرين في مواقع التواصل الاجتماعية دراسة تحليلية لمنصة إنستغرام ." *مجلة العلوم الإنسانية لجامعة أم البواقي*، م10(ع1)، 755.
- شريط، حورية. (2022). "المؤثرون أو قادة الرأي الجدد على الويب 2.0 قراءة في مفاهيم السلطة والتأثير وعروض الذات والسمعة الرقمية ." *مجلة رقمنة للدراسات الإعلامية والاتصالية*، م2(ع1)، 143.
- الفايدي، شيرين. (2024، 24 سبتمبر) .*الشهرة الوهمية تجربة تحمل 3 مغمورين إلى النجومية الوهمية في مواقع التواصل* .موقع الجزيرة الوثائقية. تم الاسترجاع من https://bit.ly/3X9Mbm3
- حجة، رحمة. (2019، 7 يونيو) .*هل يستغل الآباء أطفالهم لتحقيق الشهرة في مواقع التواصل؟* .موقع ارفع صوتك. تم الاسترجاع من https://bit.ly/4h5gUbf
- مصدق، آية. (2023، 9 سبتمبر) .*المرأة ووهم التحرر.. المرأة العربية نموذجا* .مدونات الجزيرة. تم الاسترجاع من https://bit.ly/3EL7zI2
- أحمد عبد، عبد الله البو. (2015، 16 إبريل) .*كيف يساهم الإنترنت في تغيير حياة الموريتانيين؟* .موقع رصيف. تم الاسترجاع من https://raseef22.net/article/14808-internet-affects-mauritanian-lives
- Kemp, Simon. (2024, February 23). *Digital 2024 Mauritania*. Datareportal. Retrieved from https://bit.ly/3X52pNl
- بنت البراءة، مباركة. (2025، 19 يناير). *منشور على فيسبوك* .تم الاسترجاع من https://bit.ly/3CZ5sja
- خضر، عبد العزيز. (2024، 4 مايو).*كيف تصدرت موريتانيا حرية التعبير؟* .موقع الجزيرة نت. تم الاسترجاع منhttps://bit.ly/3X9b8hg
- سلطة تنظيم الإشهار. (2024، 12 مارس). *مداولة سلطة تنظيم الإشهار التي تتعلق بشروط منح الترخيص لتقديم المحتوى الإشهاري من قبل الأفراد العاديين عبر منصات التواصل الاجتماعي* [وثيقة رسمية] .
- Marín, Daniel. (n.d.). *Youtubers and Instagrammers will no longer be able to hide advertising: new EU law*. Retrieved from: https://bit.ly/41n7p2b
- مركز القرار للدراسات الإعلامية. *التشريعات ذات الصلة بمواقع التواصل الاجتماعي حول العالم.. نظرة فاحصة*. تم الاسترجاع من https://bit.ly/3CN5meD
- جمهورية مصر العربية .(2018) .*قانون تنظيم الصحافة والإعلام والمجلس الأعلى لتنظيم الإعلام رقم 180 لسنة 2018* .الجريدة الرسمية، ع 34، 27 أغسطس 2018.
- وزارة العدل التونسية. (2024، 27 أكتوبر). بيان صادر منشور على صفحة الوزارة الرسمية على منصة فيسبوك. تم الاسترجاع من https://www.facebook.com/photo.php?fbid=944622251031799&id=100064520982475&set=a.252244646936233
- مجلس الشورى القطري. (2024، 23 ديسمبر) .*مجلس الشورى يقدم اقتراح برغبة بشأن "تقنين صناعة المحتوى الإعلامي ونشره في المنصات الرقمية* ." تم الاسترجاع من https://bit.ly/4b541fP
- بي بي سي عربي. (2025، 12 فبراير) .*حملة اعتقال ضد مؤثرين ينشرون محتوى "هابط" على مواقع التواصل في الجزائر* .تم الاسترجاع من https://www.bbc.com/arabic/articles/cgrnvp7z9lxo
- الباحث. (2025، 14 فبراير) .*مقابلة عبر واتساب مع الدكتور محمد محمود ولد سيدي يحي، أستاذ علم الاجتماع، والمدير السابق للمعهد العالي للدراسات والبحوث الإسلامية*.
- سيدي، أحمد. (2023، 30 مايو) .*الأمالي قصة نجاح وكفاح* .مدونة أحمد سيدي. تم الاسترجاع من https://ahsidi.blogspot.com/2023/05/blog-post_30.html
- ميني، أميرة. (2024، 1 يناير) .*منشور على صفحتها الخاصة على منصة فيسبوك* .تم الاسترجاع من https://www.facebook.com/photo/?fbid=341996435382600&set=pb.100087167386836.-2207520000
- دعمس، مصطفى نمر .(2015) .*منهجية البحث العلمي في التربية والعلوم الاجتماعية* .دار غيداء للنشر والتوزيع.
- الباحث. (2025، 14 فبراير) .*مقابلة عبر واتساب مع الدكتور محمد محمود ولد سيدي يحي، أستاذ علم الاجتماع، والمدير السابق للمعهد العالي للدراسات والبحوث الإسلامية*.
- الباحث. (2025، 18 فبراير) .*مقابلة عبر واتساب مع د. محمد (الراجل) ولد امدن، اختصاصي الأمراض الجلدية والتناسلية، عضو مؤسس للجمعية الإفريقية للجروح والندب وعضو الجمعية الموريتانية لأمراض الجلد والأمين العام السابق للنقابة الوطنية للأطباء*.
- الباحث. (2025، 19 فبراير) .*مقابلة خاصة مع الصحفي والباحث الموريتاني عبدو عبد القادر الذي يعمل في شبكة الجزيرة للإعلامية*.
- الباحث. (2025، 15 فبراير) .*مقابلة عبر منصة إكس مع د. عباس إبراهام، أستاذ تاريخ الأفكار في جامعة لويزيانا (لافاييت) في الولايات المتحدة الأمريكية*.