العوامل المؤثرة على الرأي العام الإفتراضي داخل المجتمع السعودي

أ. عبد الله بن الحميدي السبيعي(*)

إشراف: أ.د/ محمود يوسف(*)

إشراف مشارك: أ.د/ أحمد خطاب(*)

الملخص :

سعت الدراسة إلي محاولة اختبار تأثير عدد من العوامل منها: الشائعات الإلكترونية، الدعاية الإلكترونية المضادة، والمراجعة الإجتماعية، وجهود العلاقات العامة والنشر على اتجاهات الرأي العام الإفتراضي فى المجتمع السعودي نحو الأداء الحكومي. وتسعى الدارسة إلى توظيف منهج المسح، وتستهدف اختبار تأثير العوامل المستقلة داخل المجتمعات السعودية الإفتراضية على منصة X (تويتر سابقاً) من خلال استبيان إلكترونى.

رصدت الدراسة طبيعة تكوين الرأي العام الإفتراضي فى المجتمع السعودي وقدمت مؤشرات حول العوامل المؤثرة فيه ومحددات هذا التأثير. كما لخصت الدراسة التأثيرات المحتملة للشائعات الإلكترونية على الرأي العام الإفتراضي فى المجتمع السعودي ودور عمليات المراجعة الإجتماعية للحد من مخاطر هذه التأثيرات. كما قدمت الدراسة تحليلاً لمصادر الدعاية المضادة التى يمكن أن تؤثرعلى الرأي العام فى المجتمع السعودي.

الكلمات المفتاحية: الرأي العام، المجتمع الإفتراضي، العلاقات العامة

(*) باحث مقيد بدرجة الدكتوراة بقسم العلاقات العامة والاعلان بكلية الاعلام – جامعة القاهرة.

(*) الأستاذ بقسم العلاقات العامة والاعلان بكلية الاعلام – جامعة القاهرة، والمشرف علي الرسالة.

(*)الأستاذ بقسم العلاقات العامة والاعلان بكلية الاعلام – جامعة القاهرة، والمشرف المشارك علي الرسالة.

Factors affecting virtual public opinion within Saudi society

Abdullah bin Al-Hamidi Al-Subaie (*)

Abstract:

The study sought to examine the impact of several factors, including electronic rumors, electronic counter-propaganda, social review, and public relations and publishing efforts, on virtual public opinion trends in Saudi society toward government performance. The study employs a survey methodology and aims to test the impact of independent factors within Saudi virtual communities on the X platform (formerly Twitter) through an electronic questionnaire. The study monitored the nature of virtual public opinion formation in Saudi society and provided indicators of the factors influencing it and the determinants of this influence. The study also summarized the potential impact of electronic rumors on virtual public opinion in Saudi society and the role of social review processes in mitigating the risks of these effects. The study also provided an analysis of the sources of counter-propaganda that could influence public opinion in Saudi society.

Keywords: Public opinion, virtual society, public relations

(*) A researcher enrolled in PHD in Media, Department of Public Relations and Advertising- Faculty of Communication- Cairo University.

مقدمة :

كانت نتيجة تطور الوسائل التقنية الإلكترونية، ظهور ما يسمى بالرأي العام الإلكتروني، الذي يمكن تعريفه بأنه مجموع آراء جماعة من الناس تجاه قضية أو موضوع معين حيث يطرح للمناقشة، بواسطة التقنية الإلكترونية (مواقع الإنترنت، والبريد الإلكتروني، و المدونات، و المنتديات.).

ومن ناحية أخرى، أدى حجم المعلومات، والبيانات، المتاحة بشكل فوري وضخم أمام العديد من الأشخاص إلى زيادة المعرفة. وتم إتاحة الفرصة أمام الجمهور لينتجوا بأنفسهم رسائلهم الإعلامية ويُقدموا معلومات يكون لها نصيب من الانتشار والتأثير عبر وسائل الإعلام، وتم كسر احتكار الدولة، أو النُخبة السياسية، في تشكيل الرأي العام، وتوجهاته، إزاء قضية ما، وكذلك زيادة حجم الفاعلين في صناعه وتشكيل الرأي العام.

والرأي العام الإلكتروني في هذا العالم المتخيل هو كل (فكرة - اقتراح - رأي – مشاركة) أو حتى لفظ اعتراض غاضب أو نكتة تعبر عن توجه معين أو تدافع عن أيدلوجية بعينها أو تنبع من تجربة شخصية سواء فردية أو جماعية لتصل إلى نتيجة سياسية عامة يتم توصيلها كرسالة اتصالية من خلال تلك الشبكة (الإنترنت)؛ لتأخذ دورها في المشاهدة والاطلاع من قِبَل كل من يملك أو يستطيع استخدام تلك الخدمة، والاطلاع في الوقت نفسه على تلك القنوات التي يستخدمها الآخرون ليتكون ما نعرفه بـ"الرأي الإلكتروني". وفي هذه الحالة فالرأي الإلكتروني يعبر عن كل الشرائح التي تملك تلك الوسيلة أو الأداة التكنولوجية للتعبير والتواصل والنقاش. ولو عبرنا عن ذلك بالرقميات فإنه يوجد لدينا في مصر ما لا يقل عن 2 مليون مستخدم لشبكة الإنترنت.

وتعد ظاهرة الرأي العام الالكتروني من بين انعكاسات الاستخدام المتسارع لتكنولوجيات الاعلام والاتصال الذي أبان عن عدة تجليات وتغيرات وتحولات على مستوى هذا المعطى خاصة في علاقته بالدور الرقابي ، مكتسيا أبعاداً جديدة يمكن رصدها بالوقوف أولاً على دلالات هذا المفهوم كمحاولة للامساك به وتبيان الاشكالات المتعلقة بضبطه ، ثم تسليط الضوء على الدور الرقابي للرأي العام وصور وأنماط تشكله والعوامل المؤثرة فيه.

ومّكن الإعلام الجديد للأفراد من أن يصنعوا وسيلة إعلامية خاصة ذات انتشار، واسع, ورخيصة التكلفة، وتتميز بالتنوع الإعلامي، بحيث أصبح الجميع تقريباً يمكن أن يجتمعوا حول قضايا مُشتركة تؤثر فيهم ويؤثرون فيها، وجاء هذا من خلال توفير الأدوات للتعبير عن الرأي، تتميز بالسهولة، والإنتشار، وقلة التكلفة.

وقد ركزت العديد من الدراسات[1] على استكشاف العوامل المؤثرة فى المجتمعات عبر الإنترنت من خلال فحص أدوار المشاركين وعلاقاتهم: الدرجة، والقرب. أظهر كل مقياس الأدوار والمواقف المختلفة للمشارك داخل كل مجتمع عبر الإنترنت. كما بحثت الدراسات في حدود تأثير كل مشارك وموقعه على أنشطة تبادل المعلومات داخل مجتمع عبر الإنترنت مع مرور الوقت. كما تم بحث الاختلافات بين المجتمعات الإفتراضية عبر الإنترنت (مجتمع

يركز على المصلحة الشخصية، ومجتمع يركز على المصلحة الاجتماعية وغيرها) من حيث أنماط تفاعل المشاركين.

ويمثل الرأي العام الإفتراضى داخل المجتمع السعودى حساسية خاصة بالنظر للتحولات التى يشهدها المجتمع فى كافة القطاعات، لذا يتطلب الأمر دراسة وفحص العوامل المحتملة التى يمكن أن تؤثر على الرأي العام داخل المجتمعات الإفتراضية فى المجتمع السعودي وهو ما تسعى الدراسة إلى التصدى له.

الدراسات السابقة:

المحور الأول: دراسات تناولت بنية الرأي العام الإفتراضي والعوامل المؤثرة عليه:

يتناول هذا المحور، ضمن محاور الدراسات السابقة، أبرز العوامل التى تشكل الرأي العام فى الفضاء الإلكترونى بالتركيز أيضاً على طبيعة الرأي العام الإفتراضي المتغيرة ومتعددة الأوجه فى علاقته بالرأي العام فى العالم الواقعي.

وتناولت دراسة فتيحة بوغازى[2] (2016) الرأي العام الإلكتروني فى ظل الإعلام الجديد بالتطبيق على صحافة المواطن كنموذج. أوضحت الدراسة أن من عوامل تجذير مفهوم صحافة المواطن في الأوساط الاجتماعية، كانت باعتبارها مجالاً تتجسد فيه الحقائق التي يحجم الإعلام التقليدي على عرضها وطرحها، ولقد أربك هذا الاعتبار سياسات التحرير والبرامج، وترتيب الأولويات على مستوى الإعلام التقليدي، التليفزيوني على وجه خاص. لخصت الدراسة مدى عمق النشاط التواصلي لصحافة المواطن وأثره في توجيه الرأي العام وبنائه على نحو يجعل من هذه "الصحافة" سلطة تهدد السلطة التقليدية للإعلام الرسمي. فيما يتعلق بطبيعة التعايش بين الصنفين، فقد أوضحت نتائج الدراسة أنها تختلف باختلاف الأنظمة السياسية والثقافية. تعتبر هذه الدراسة ضمن محاولات معرفة مدى تأثير صحافة المواطن التى استطاعت أن تطرح القضايا بجرأة أكبر حين وجد المواطن نفسه لم يعد يخشى الوقوع في الخطأ باستخدام هويات افتراضية وبما توفره تكنولوجيات الاتصال الحديثة من حرية للتعبير والتدوين والنشر.

واهتمت دراسة Lean et al[3] (2017) بتطوير نموذج محاكاة متعدد لنشر الرأي عبر الإنترنت أثناء حالات طوارئ تسرب المواد الكيميائية الخطرة إلى الأنهار في الصين، لاستكشاف مسارات مناسبة لنشر معلومات وقت الأزمات من قبل الحكومة الصينية للسيطرة على الذعر العام. في النموذج المقترح، تم النظر في سمتين أساسيتين لمعلومات الأزمة: الصدق (للأخبار الصحيحة أو الكاذبة)، والموقف (للرأي الإيجابي أو المحايد أو السلبي). تم تضمين أربعة وكلاء رئيسيين في نظام المجتمع عبر الإنترنت: المواطنون والحكومة ووسائل الإعلام وقادة الرأي. وباستخدام أربعة حوادث لتسرب مواد كيميائية خطيرة إلى الأنهار في الصين كدراسات حالة، تم تحديد الآثار السياسية المعنوية لإدارة الأزمات والسيطرة على الذعر. أظهرت نتائج الدراسة أن الأخبار المتعلقة بالأضرار الفادحة المحتملة الناجمة عن هذا النوع من الحوادث ستثير على الفور حالة من الذعر العام على نطاق واسع، ولذلك، ينبغي تصميم مسار معلومات الأزمة بعناية. ويُنصح بشدة بعدم نشر أخبار كاذبة

لإخفاء الحوادث بشكل مؤقت، الأمر الذي سيضر بسمعة الحكومة ويثير الذعر العام على نطاق أوسع من حيث الدرجة والمدة. وللتخفيف من الذعر العام، يجب نشر الأخبار الحقيقية على الفور، خاصة فيما يتعلق بقياسات العلاج، وإذا لم تفعل الحكومة شيئاً ولم تنشر أي معلومات عن الأزمة، فإن الذعر العام سوف يخرج عن نطاق السيطرة.

وقد تناول مقال علمي لأحمد أبو دقنة[4] (2018) دور الدعاية الإلكترونية فى التأثير على الرأي العام الواقعى وتوجيه الرأي العام الإفتراضي بالتطبيق على محاولات صنع واستهداف الرأي العام بالنسبة للمشروع الصهيوني الذى لم يكن عبارة عن مشاريع حزبية يتبناها اليسار واليمين لتحقيق مكتسبات سياسية، بل إنها أيضاً جزء من منظومة الدولة الأساسية مثل هيئة البث الصهيوني «مكان»، والمواقع التي تمولها وزارة الخارجية الصهيونية مثل موقع المصدر وإسرائيل بالعربية. وكانت الصفحات الاجتماعية التي يشرف عليها الجيش والموساد وجهاز الأمن الداخلي، كلها جهود متلونة من حيث الشكل لكنها تتفق جميعاً في الهدف. ومع ظهور الإعلام الإلكتروني وتشكل الكثير من التكتلات التي تصنع معركة الوعي ضد المشروع الصهيوني في العالم الإسلامي والعربي، بدأت الحكومة الصهيونية تصنع كيان اتصالات محترف للتصدي لتلك التكتلات من خلال مزيج من أجهزة السايبر ذات الطبيعة الاستخبارية وأجهزة الإعلام وصناعة الرأي العام التي تستهدف تبييض صفحة اليهود، ومحاولة الحد من الكراهية والعداء الموجه لهم بسبب الصراع في فلسطين المحتلة. وأشار المقال إلى الوحدة 8200 التابعة للإستخبارات العسكرية التى تعمل على تنفيذ العديد من المهمات والعمليات للجيش لكن عملها الأساسي مرتبط بجمع الإشارات الإلكترونية والاستماع إلى أي محادثة، وقراءة أي رسالة إلكترونية أو حتى اعتراضها.

أوضحت دراسة سلاف بوصبع[5] (2021) أن ظاهرة الرأي العام الإلكتروني تعد من بين انعكاسات الإستخدام المتسارع لتكنولوجيا الإعلام والاتصال الذى شهد العديد من التغيرات والتحولات المتسارعة في علاقته بتحديات الدور الرقابي. سعت الدراسة لرصد كل ذلك بالوقوف على دلالات هذا المفهوم، وتبيان الإشكالات المتعلقة بضبطه، ثم تسليط الضوء علي الدور الرقابي للرأي العام في علاقته بالقواعد القانونية من حيث النشأة والتعديل والتغيير والإلغاء والنفاذ. لذا تعتبر الدراسة ضمن بحوث الرأي العام التى تسعى لرصد آلياته ومنابعه ووظائفه وكذا سبل وطرق تفاعله وحراكه بالتركيز على آليات الرقابة الشعبية باعتبارها ضامناً شعبياً لنفاذ القواعد القانونية.

وركزت دراسة نصيرة سالم[6] (2022) على ما شهده الرأي العام وقياسه من تطورات هائلة بسبب عدد من المتغيرات أهمها الثورة التكنولوجية وما أتاحته من فرص التعبير عن الرأي بحرية. ألقت الدراسة الضوء على التحديات المرتبطة بحجم المعلومات والبيانات الذى يتاح بشكل فوري وضخم أمام العديد من الأشخاص مما أدى إلى زيادة المعرفة حول العديد من القضايا. كما ركزت الدراسة على طبيعة الفرص المتاحة أمام الجمهور إلى أن ينتج مادته ويقدم معلومات يكون لها نصيب من الانتشار والتأثير عبر وسيلة إعلام سهلة ورخيصة، حين تم كسر احتكار الدولة أو النخبة السياسية في تشكيل الرأي العام والتأثير عليه، نحو مختلف القضايا.

وانطلقت دراسة نور الدين وآخرين[7] (2022) من الحديث عن التحولات الجديدة في مجال صناعة الرأي العام ورصد أبرز ملامح هذه التحولات وتأثيرها على الإعلام التقليدي من حيث طبيعة المساهمين في تشكيل الرأي العام والوسائل المعتمد عليها والإمكانيات المتاحة لذلك. واتضح أن الرأي العام الإفتراضي مظهراً تحررياً من الإيديولوجية القائمة على أساس سياسي أو ثقافي أو ديني إلى الإيديولوجية على أساس اتصالي. وبناءا على هذا الطرح فإن أهمية هذه المسألة تظهر من خلال تأثير تكنولوجيا الإعلام والاتصال على معايير التفاعل الاجتماعي على مستويات عدة، فالتواصل بين الناس لم يعد بتلك الصعوبة والتعقيد ذلك أنه أصبح يتميز بخصائص أكثر مرونة وسهولة جعل منها وسيلة لا يمكن الاستغناء عنها عند فئات واسعة داخل المجتمع.

واوضحت دراسة Shuli et al[8] (2022) أنه في السنوات الأخيرة، كثرت حوادث انقلاب الرأي العام عبر الإنترنت، مما زاد من تعقيد تطور الرأي العام عبر الإنترنت، وأصبحت مسألة صعبة لإدارة الرأي العام والسيطرة عليه. ومن الأهمية بمكان استكشاف مدى انتظام انقلاب الرأي العام عبر الإنترنت. تم إنشاء نموذج شبكة تقنيى للمراجعة والتقييم واختبار طروحاته التى ترتبط بطبيعة تكون وانقلاب الرأي العام الإلكترونى والظروف والعوامل التى تسهم فى ذلك. ووفقًا لمتوسط التردد والاحتمال والوقت لتفشى الأخبار، فقد تنبأ الباحثون بالمعلومات الأساسية حيث أصبح من الممكن محاكاة عملية تطور أحداث الرأي العام بدقة.

ركزت دراسة Xing et al[9] (2022) على ظاهرة التفشي المفاجئ لفيروس كوفيد-19 التى مثلت حالة طوارئ صحية عامة كبرى أثارت قلقًا عالميًا. أوضحت الدراسة أن آلية نشر الرأي العام عبر الإنترنت في حالات طوارئ الصحة العامة ذات أهمية كبيرة لإنشاء بيئة شبكية قانونية، كما أنها مفيدة للمديرين لاتخاذ قرارات علمية عند مواجهة أزمة الرأي العام عبر الإنترنت. بناءً على تحليل عملية نشر الرأي العام عبر الإنترنت ابان الأوبئة الكبرى، تم بناء نموذج ديناميكي لنظام نشر الرأي العام عبر الإنترنت لدراسة العلاقة التفاعلية بين أحداث الرأي العام ووسائل الإعلام الشبكية ومستخدمي الإنترنت والحكومة وانتشار الرأي العام الوبائي. تم اعتبار حدث COVID-19 في الصين كمثال نموذجي لإجراء تحليل المحاكاة. أظهرت نتائج البحث ثلاث نقاط: (1) تلعب مصداقية الحكومة دوراً حاسماً في انتشار الرأي العام عبر الإنترنت، (2) هذا هو أفضل وقت للتدخل عندما يحدث رأي عام عبر الإنترنت لأول مرة، (3) إدارة ومراقبة وسائل التواصل الاجتماعي هي المفتاح لحوكمة الرأي العام. وقد تم اقتراح تدابير مضادة محددة للمساعدة في السيطرة على نشر الرأي العام عبر الإنترنت.

وسعت دراسة Pinghao & Liqiong[10] (2022) إلى استكشاف العوامل المؤثرة على سلوكيات طلاب الجامعات في نشر الرأي العام عبر الإنترنت حول حالات الطوارئ في الكليات والجامعات. توفر هذه الدراسة مرجعًا لهذه المؤسسات للتعامل مع الرأي العام عبر الإنترنت والحد من تأثيره في حالات الطوارئ والحفاظ على نظام التدريس الطبيعي. في هذه الدراسة تم بناء نموذج بحث باستخدام نظرية التحفيز وتصميم استبيان على أساس الأدبيات ذات الصلة. تم جمع بيانات الدراسة من إجمالي 317 استبيانًا صالحًا. وعلى أساس ثبات

وصدق الاستبيان، تم التحقق من صحة النموذج المقترح. أظهرت النتائج أن الدافع الاجتماعي وتفضيل مصدر المعلومات لهما تأثيرات إيجابية كبيرة على رغبة طلاب الجامعات في نشر الرأي العام عبر الإنترنت بشأن حالات الطوارئ في الكليات والجامعات. كما أظهرت النتائج أن تفضيل مصدر المعلومات له تأثير معتدل على العلاقة بين الدافع الاجتماعي والاستعداد للنشر. كما أوضحت النتائج أن مدى تفاعل طلاب الجامعات ومشاركتهم له تأثير إيجابي كبير على ثقتهم في منصة الرأي العام عبر الإنترنت بشأن حالات الطوارئ في الكليات والجامعات وكان للأنانية تأثير إيجابي كبير على الدافع الاجتماعي لطلاب الجامعات عبر الإنترنت حول حالات الطوارئ في الكليات والجامعات. وكان لدرجة المشاركة تأثير معتدل على العلاقة بين الدافع الاجتماعي والثقة. وعندما تكون مشاركة طلاب الجامعات في الرأي العام عبر الإنترنت بشأن حالات الطوارئ في الكليات والجامعات منخفضة، يكون تأثير الدافع الاجتماعي على الثقة كبيرًا.

واستهدفت دراسة بسام حمود[11] (2022) أيضاً التعرف على طبيعة الإعلام الإلكتروني الصهيوني وتأثيره في الشارع العربي، حين استغل الإعلام الصهيوني اختراق الشارع الفلسطيني والعربي بصفحاته الناطقة باللغة العربية ومن أمثلتها صفحة الناطق باسم جيش الاحتلال أفخاي أدرعي على الفيسبوك. لخصت الدراسة طبيعة مواقع التواصل الاجتماعي من حيث (مفهومها وخصائصها، أنواعها، أهميتها، دورها في تكوين الرأي العام)، بالتركيز على الدعاية الصهيونية في مواقع التواصل الاجتماعي وتضمن مفهومها وأهدافها وتمثلها الصفحات الصهيونية الناطقة باللغة العربية على مواقع التواصل الاجتماع. أوضحت نتائج الدراسة التحليلة أن الاحتلال الصهيوني يعد منصات التواصل الاجتماعي أرضًا خصبة وغنية له لتحقيق أهدافه السياسية والأمنية.

قدمت Chong et al[12] (2023) نموذجاً جديداً غير متزامن قائم على الشبكة لتحليل مشاعر الآراء العامة عبر الإنترنت، حيث يوفر هذا النموذج نهجًا لتحليل خصائص تطور مشاعر الرأي العام عبر الإنترنت داخل بيئة معقدة. تم اقتراح النموذج لتحليل المشاعر بناءً على نظرية الشبكة غير المتزامنة، ثم تم استخدام تقنية التقييم والمراجعة الرسومية وتوسيعها لتصميم خوارزميات تحليل المشاعر القائمة على النموذج. وأخيراً، تم تقديم عمليات المحاكاة ودراسات الحالة الواقعية لإظهار فعالية النموذج المقترح. وتم تحديد ديناميكيات مشاعر الرأي العام عبر الإنترنت من خلال التفضيلات الشخصية لموضوعات معينة والتأثيرات التفاعلية المعقدة للعوامل البيئية. أظهرت النتائج أن تطبيق النماذج الكمية المناسبة يمكن أن يحسن التنبؤ بمشاعر الرأي العام.

استهدفت دراسة Qingqing et al[13] (2023) بناء إطار للوعي الظرفي الزماني لاستشعار تطور الرأي العام في وسائل التواصل الاجتماعي، وبالتالي مساعدة الإدارات ذات الصلة في صياغة تدابير مراقبة الرأي العام. يشتمل هذا الإطار على تحليل العناصر الموقفية، الخاصة بلقاح كوفيد-19، بما في ذلك العلامات الزمانية المكانية ومحتويات النص. وقد تم استخدام تمثيل التشفير ثنائي الاتجاه لاكتشاف الموضوعات والمشاعر العاطفية الكامنة في نصوص الرأي العام عبر مواقع التواصل الإجتماعي. أظهرت نتائج الدراسة أنه

يرتبط تطور الرأي العام عبر الإنترنت ارتباطًا وثيقًا بالديناميكيات التنموية للأحداث، وأن وجهات النظر والمواقف العامة أكثر تعقيدًا وتنوعًا خلال فترات تفشي المرض وانتشاره. ومن المنظور المكاني، فإن مستخدمي الإنترنت في المناطق الساخنة ذات حجم المناقشة الأعلى هم أكثر عقلانية ويفضلون تتبع الواقع العملي لتطور الحدث، في حين أن مستخدمي الإنترنت في المناطق الباردة ذات حجم المناقشة الأقل يولون اهتمامًا أكبر للتعبير عن المشاعر الشخصية من منظور الزماني المكاني المتشابك، كما ظهرت اختلافات في تركيز الاهتمام والحالة العاطفية لمستخدمي الإنترنت باختلاف المناطق والمراحل الزمنية، ناجمة عن المواقف المحددة التي يعيشون فيها.

وانطلقت دراسة Wei et al[14] (2023) من أنه يمكن للمعلومات المميزة لمستخدمي الإنترنت أن توفر دعمًا لاتخاذ القرار لتصميم السياسات وبناء الاستراتيجيات العامة. ومن هنا، استهدفت تلك الدراسة البحث لدى الرأي العام عبر الإنترنت حول سياسة التعافي المحفزة للاقتصادات التي ضربها وباء كوفيد-19. كما يتم إجراء التحليل العاطفي للكشف عن انفعالات الملصقات تجاه السياسة المستهدفة. اعتمدت تلك الدراسة تمثيلات التشفير ثنائية الاتجاه بما في ذلك الكشف عن المعلومات الخاطئة، وتحليل الموضوع، والتحليل العاطفي. أشارت النتائج التجريبية إلى أن الرأي العام غير سلبي بشكل أساسي تجاه السياسة المستهدفة. وتركز المشاعر الإيجابية بشكل أساسي على الفوائد التي قد تجلبها سياسة التعافي لتحفيز الاقتصاد. ومن ناحية أخرى، ظهرت بعض الآراء السلبية التي أعربت عن قلقها من أوجه القصور والإزعاج في السياسة المستهدفة.

أوضحت نتائج دراسة Yunfei et al[15] (2023) أن جائحة فيروس كورونا 2019 (كوفيد-19) قد تسببت في اضطراب كبير في سوق العمل العالمي، مما أدى إلى تحول سريع نحو العمل عن بعد والتجارة الإلكترونية وأتمتة القوى العاملة. وقد أثار هذا التحول قدراً كبيراً من النقاش العام، لذلك استهدفت تلك الدراسة استكشاف مشاعر الجمهور عبر الإنترنت تجاه العمل عن بعد وسط الوباء. واستنادًا إلى نظرية العدالة، فقد بحثت الدراسة في المحتوى الذي ينشئه المستخدمون على منصات التواصل الاجتماعي، وخاصة تويتر، للحصول على نظرة ثاقبة للرأي العام والخطاب المحيط بالعمل عن بعد خلال جائحة كوفيد-19. وباستخدام تقنيات تحليل المحتوى مثل تحليل المشاعر وتجميع النصوص، تم تحديد الموضوعات السائدة والأنماط الزمنية وحالات استقطاب المشاعر في التغريدات. أظهرت النتائج أن الأشخاص ذوي الآراء الإيجابية يركزون بشكل أساسي على المصالح الشخصية، بينما يركز الآخرون على مصالح الشركة والمجتمع، وتكون ذاتية الناس أعلى عندما يعبرون عن مشاعر سلبية للغاية أو إيجابية للغاية.

المحور الثاني: دراسات استهدفت اختبار تأثير الشائعات الإلكترونية على الرأي العام الإفتراضي:

يشتمل هذا المحور على عينة من البحوث والدراسات التى ركزت على التأثير والدور الذى تلعبه الشائعات فى علاقتها بالرأي العام الإفتراضي وطبيعة الحوارات عبر الفضاء السيبراني داخل المجتمعات الإفتراضية.

فى إطار تأثير الشائعات على الرأي العام فقد سعت دراسة انتصار وسالى[16] (2018) إلى التعرف على تأثير الشائعات الإلكترونية على الرأي العام من خلال تقييم دور مواقع التواصل الاجتماعي فى نشر الشائعات وحدود تأثيرها فى توجيه النقاش العام. والدراسة ميدانية وظفت أسلوب المسح لعينة من المجتمع الجيزاني وشملت أداة الاستبيان 23 سؤال تغطي أهداف الدراسة. وطبقت الدراسة على عينة عشوائية قوامها 400 مفردة من المجتمع الجيزاني خلال فترة زمنية كانت من أسبوع إلى أسبوعين للعام الدراسي الثاني 1439هـ. وتوصلت الدراسة إلى نتائج أبرزها التى تتعلق بآلية ومدى نشر مواقع التواصل الاجتماعي للشائعات. كما بينت تأثير الشائعات على الرأي العام من خلال توجيه مضامين الحوارات عبر وسائل التواصل الإجتماعي وتشكيل أجندة الرأي العام فى الفضاء الإلكترونى. اتضح أيضاً أن الواتساب من أبرز مواقع التواصل الاجتماعي التي حظيت بنسبة عالية في نشر الشائعات، وكان أغلب الشائعات التى تم تداولها على مواقع التواصل الاجتماعي شائعات اجتماعية وما يتعلق بالنميمة.

وركزت دراسة إيمان قناوي[17] (2018) على الشائعات في المواقع الإخبارية وتأثيرها على الوعي الاجتماعي لدى مستخدميها. وقد هدفت الدراسة إلى بحث تأثير شائعات المواقع الإخبارية على الوعي الاجتماعي لدى مستخدميها من خلال عدة أهداف فرعية تمثلت في التعرف على إدراك المستخدمين لمفهوم الشائعات وكيفية التعامل معها، معرفة الدور الذي يقوم به النوع والعمر والمؤهل العلمي كعوامل وسيطة تعمل كمحددات لتأثير الشائعات على الوعى الاجتماعي للمستخدمين، والتعرف على تأثير شائعات المواقع الإخبارية على الوعى الاجتماعي للمستخدمين وكيفية مواجهتها والتصدي لها وذلك من خلال استبيان إلكتروني على 400 مفردة من مستخدمي المواقع الإخبارية (الأهرام نت، اليوم السابع، نبض، سكاي نيوز). وتمثلت أبرز نتائج الدراسة فى أن غالبية أفراد العينة يتعاملون مع الشائعة على أنها خبر صحيح إلى أن يثبت العكس، وتوصلت الدراسة إلى أنه لا توجد فروق دالة إحصائية بسبب متغيري (الجنس والعمر) بين أفراد العينة في مدى تأثير شائعات المواقع الإلكترونية على الوعى الاجتماعي لدى مستخدميها. كما أظهرت التحليلات وجود فروق ذات دلالة إحصائية ترجع إلى متغير المستوى التعليمي في مدى تأثير شائعات المواقع الإلكترونية على الوعى الاجتماعي لدى مستخدميها لصالح المستويات التعليمية العليا (التعليم الجامعي وفوق الجامعي)، وأن أهم أليات مواجهة الشائعات عبر المواقع الإخبارية هى توفير المعلومات الرسمية بشفافية كاملة لكافة المواقع الإخبارية.

استهدفت دراسة حامد بشارة[18] (2020) بيان أثر الشائعات وخطورتها في تشكيل اتجاهات الرأي العام وبيان كيفية مواجهتها والتصدي لها من منظور إسلامي، خاصة مع انتشار وسائط ووسائل التواصل الاجتماعي التي أدت إلى اتساع دائرة انتشار الشائعات، وبالتالي ازدياد تأثيرها في المجتمع. لذلك جاءت هذه الدراسة للوقوف على خطورة تأثير الشائعات على المجتمع، وذلك عبر العديد من المحاور، واستخدم الباحث المنهج الوصفي لرصد الظاهرة وتحليل أسبابها. وقد حاول الباحث تقديم رؤية تأصيلية تبين كيفية الاستفادة من المنهج الإسلامي المستند إلى الكتاب والسنة والقيم الدينية في معالجة الشائعات وحفظ الأمن والتوازن داخل المجتمع. أوضحت نتائج الدراسة أن الشائعات الإلكترونية لها العديد من الأثار في المجتمع منها إضعاف الروح المعنوية لأفراد المجتمع، وتضليل الرأي العام وذلك بالتشكيك في بعض القضايا والموضوعات، وإشاعة جو من عدم الثقة في كل ما يتصل بحياة الناس اليومية.

وقد هدفت دراسة محمد مشهور[19] (2020) إلى التعرف على أهم الآثار المترتبة على شائعات وسائل التواصل الاجتماعي (الواتساب أنموذجاً) وكيفية علاجها، واعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وقد استخدمت هذه الدراسة أداة الاستبانة لجمع البيانات والتي تم تطبيقها علي عينة عشوائية قوامها 210 من طلاب كلية المجتمع بجامعة جازان، الذين يستخدمون تطبيق WhatsApp . وكانت أبرز النتائج التى توصلت إليها الدراسة أن أكثر الآثار المترتبة على شائعات وسائل التواصل الاجتماعي تتمثل في تأثيرها السلبي على العلاقات الاجتماعية، وقلبها للحقائق، ونشر الأفكار الخاطئة، وتشويه سمعة الخصوم، والمساعدة على الفوضى .

أوضحت دراسة جميلة قادم[20] (2022) أن البيئة الإلكترونية لها دور بارز في خلق الشائعات ونشرها وحتى دعم القائمين عليها وذلك لما توفره من إمكانيات وخدمات سهله المنال الأمر الذي زاد من خطورة هذا النوع من الشائعات. لهذا جاءت الدراسة لتسلط الضوء على تأثير الشائعات الإلكترونية على الأفراد والمجتمعات ودورها في تضليل الرأي العام وتوجيهه، من خلال إظهار الانعكاسات الشائعات الإلكترونية التي أحدثها الفضاء السيبراني على الرأي العام. وخلصت الدراسة إلى أن معدلات انتشار الشائعة الإلكترونية تتناسب طردياً مع التقدم في تكنولوجيا الإعلام والاتصال وانتشار استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وشبكاته بين أفراد المجتمع. فالشائعة الإلكترونية باتت من أخطر الأسلحة التي تهدد المجتمع في قيمة ورموزه ويفوق خطرها فى كثير من الأحيان أدوات القوة التي تستخدم في الصراعات السياسية بين الدول.

تناولت دراسة معزة أبو زيد وهبة إسماعيل[21] (2022) موضوع الشائعات الإلكترونية وتأثيرها على الوضع الصحي في السودان فيما يتعلق بجائحة فيروس كورونا المعدي (كوفيد ١٩) بالتطبيق على مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي في السودان. كما هدفت الدراسة إلى التعرف على مخاطر الشائعة الإلكترونية على الوضع الصحي في السودان واستخدمت في الدراسة المنهج الوصفي، وخلصت إلى عدد من النتائج أهمها أن الفيسبوك من أكثر شبكات التواصل اجتماعي استخداماً للحصول على المعلومات والأخبار المتعلقة

بفيروس كورونا، وذلك للخصائص العديدة التي يتميز بها الفيسبوك كموقع للتواصل الاجتماعي. وقد أدى عدم توفير المعلومات الكافية عن فيروس كورونا المعدي إلى نشر الشائعات،التى أدت إلى تدهور الوضع الصحي في السودان على مستوى الخدمات الصحية وتلقي الخدمات العلاجية. وقد خلصت الدراسة إلى عدد من التوصيات أهمها ضرورة وضع عقوبات واضحة لمروجي الشائعات الإلكترونية، إنشاء مركز أعلامي بحثي للسيطرة على الشائعات الإلكترونية وتتبع مصادرها وتحليلها وفق أسس علمية.

هدفت دراسة المعز حمودة[22] (2022) إلى التعرف على دور المواقع الإلكترونية السودانية في تشكيل الرأي العام بين أفراد المجتمع السوداني واتخذت من موقع الراكوبة الإلكتروني نموذجاً. وكان مجتمع البحث في هذه الدراسة متصفحي المواقع الإلكترونية بولاية الخرطوم. تم سحب عينة عشوائية قوامها 31 مفردة، وتم توظيف الاستبيان والملاحظة العلمية لجمع بيانات الدراسة. وقد توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها أن موقع الراكوبة الإلكتروني قد أسهم في تشكيل رأي عام عند متصفحيه من خلال تقديم معلومات وقضايا تفسر وتشرح ما يدور في المجتمع السوداني، وأوضحت نتائج الدراسة أن أكثر القضايا التي يكثر تناولها على موقع الراكوبة هي القضايا السياسية.

وفى نهاية عرض الدراسات السابقة، يمكن إيجاز أوجه الاستفادة من تلك الدراسات فيما يلى:

1) على مستوى الاتجاهات البحثية، فقد لوحظ اهتمام كبير بطبيعة التفاعلات عبر الفضاء الإلكترونى، وأشكال انتشار الشائعات الإلكترونية، والمخاطر الإجتماعية والسياسية والإقتصادية المرتبطة بها. كما نشط قطاع عريض من البحوث والدراسات لبحث وسائل وأساليب التعامل مع الشائعات الإلكترونية لمنع فرص نشأتها وتطورها والحد من مخاطرها.

2) فيما يتعلق بالمناهج المستخدمة، فقد تم توظيف منهج المسح (الميدانى والتحليلى) فى النسبة الأكبر للدراسات السابقة التى تناولت عمل الشائعات الإلكترونية وتأثيراتها وعلاقتها بالرأي العام الإفتراضي، فى حين وظفت حوالى 20% من الدراسات السابقة المنهج التجريبي وتحليل التباين والإنحدار لاختبار فروضها.

3) اعتمدت أغلب الدراسات الأجنبية التى تناولت الموضوع على بناء مفاهيمي ونظري تمثل فى نماذج مقترحة للدراسة تم تأسيسها فى ضوء تتبع عمل المتغيرات والمفاهيم الحاكمة فى دراسات سابقة. وكان الأمر مختلفاً بالنسبة للدراسات العربية التى اعتمدت بدرجة أكبر على نظريات تلخص حدود وأبعاد الظاهرة والمفاهيم والمتغيرات التى تتحكم فى تطورها.

4) تبنت العديد من الدراسات مدخلاً اجتماعياً وركزت على البيئة الأخلاقية والقيمية لعمليات الاتصال والمخاطر المرتبطة بإساءة استخدام وتوظيف وسائل التواصل الإلكترونية ومواقع التواصل الإجتماعي وأبرزها الجرائم الإلكترونية، وبث الشائعات، وتهديد الأمن والسلم الإجتماعي، ونشر حالات القلق وعدم التيقن لدى الرأي العام.

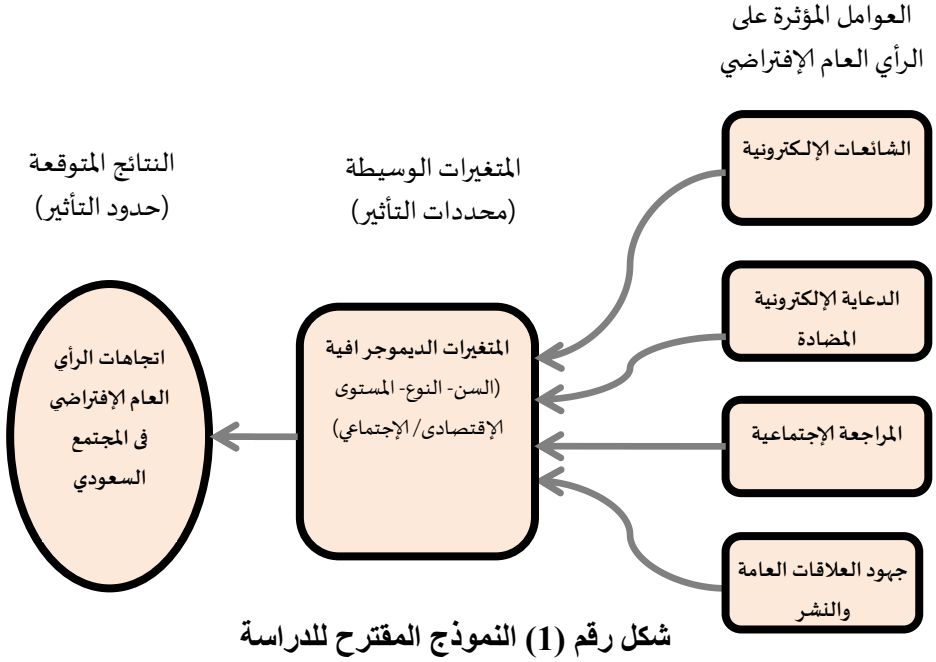
5) تجلت الإستفادة من البحوث والدراسات السابقة فى تطوير نموذج مقترح للدراسة يستوعب عدداً من المفاهيم والمتغيرات التى يمكن أن تؤثر على الرأي العام الإفتراضي.

النموذج المقترح للدراسة:

بالنظر لما تمثلة الشائعات الإلكترونية من مخاطر تتعلق بحدود تأثيرها على الرأي العام الواقعي/ والإفتراضي، فقد تمت مراجعة عدد من البحوث والدراسات التى تناولت حدود تأثيرها وطبيعة عملها بما يسهم فى بناء فهم واضح حول سبل مواجهتها والحد من أضرارها ومخاطرها المتوقعة.

وتلخص العديد من الدراسات والبحوث عمل بعض المتغيرات والعوامل التى يمكن أن تؤثر على الرأي العام الإفتراضي وتوجهه. ومن خلال فحص تلك البحوث والدراسات استطاع الباحث أن يطور نموذج مفاهيمي يلقى الضوء على عمل عدد من المتغيرات التى يتوقع أن يكون لها دور فى تحديد ماهية وطبيعة وحدود تأثير تلك العوامل.

ويلخص الشكل التالي (شكل رقم 1) متغيرات الدراسة فى ثلاث مستويات: يتعلق المستوى الأول بمتغيرات مستقلة تتمثل فى الشائعات الإلكترونية، الدعاية الإلكترونية المضادة، المراجعات الإجتماعية، وجهود وأنشطة العلاقات العامة والنشر للأجهزة المعنية بموضوع الشائعة. ويلخص المستوى الثانى المتغيرات الوسيطة المتوقعة التى تعمل كمحددات لطبيعة وتأثير تلك العوامل المستقلة. والمستوى الثالث يتمثل فى اتجاهات الرأي العام الإفتراضي فى المجتمع السعودي محل الدراسة.



شكل رقم (1) النموذج المقترح للدراسة

وكما هو واضح، من خلال النموذج المقترح للدراسة، فضمن قطاع عريض من العوامل المؤثرة على الرأي العام الإفتراضي داخل أي مجتمع تكتسب الشائعات الإلكترونية أهمية خاصة بالنظر للأسباب التالية:

1. طبيعة نشأتها وتطورها وآلية انتشارها السريعة على نطاق واسع.
2. طبيعة بيئة الاتصال الإلكترونية وهامش الحرية المتاح للتفاعل عبرها.
3. تعدد الجهات التى تسهم فى صياغة مضمونها.
4. ارتباط الشائعات الإلكترونية بحالات القلق وعدم التيقن لدى الرأي العام.
5. مخاطرها المتوقعة على العديد من المستويات.

ولا يقتصر الأمر على عمل الشائعات الإلكترونية، بل تدخل الدعاية المضادة لتؤثر هى الأخرى على الرأي العام الإفتراضي. **ويقصد بالدعاية المضادة هنا أساليب الحرب النفسية الموجهة ضد مجتمع ما من غير الشائعات.** وتكمن خطورة الدعاية المضادة فى عدم القدرة على تحديد مصدرها فى العديد من الأحيان أو فهم أهدافها واستيعاب غاياتها. لذلك تتخذ الدعاية الإلكترونية المضادة أهمية وأولوية فى هذا الصدد بالنظر لخطورتها وأهمية الإنتباه لها ومواجهتها للحد من تأثيراتها السلبية المحتملة. وتتعدد مصادر الدعاية المضادة بالنظر لطبيعة موضوعها، فربما يكون مصدر الدعاية المضادة دولة/ قوى معادية، وقد يكون مصدرها قوى إجتماعية فى إطار عمليات الصراع الأيديولوجي داخل المجتمع. كما قد يكون مصدر الدعاية المضادة قوى اقتصادية أو مشروعات كما يحدث فى المنافسات التجارية بين الشركات والأنشطة الإقتصادية داخل المجتمع.

ومن المتوقع ألا تعمل الشائعات الإلكترونية أو الدعاية المضادة داخل فراغ مجتمعي، بل توجد عمليات مراجعة إجتماعية مستمرة لدى العناصر المكونة للرأى العام الإفتراضي. **ويقصد بالمراجعة الإجتماعية هنا استرشاد الفرد بآراء جماعاته المرجعية فى موضوع ما.** فالمجال العام وطبيعة الحوارات والنقاشات الدائرة تشكل عمليات مراجعة واسعة تسهم هى الأخرى فى التأثير على الرأي العام الإفتراضي.

وتسعى الأجهزة والجهات المعنية (الرسمية وغير الرسمية) للتأثير هى الأخرى على الرأي العام الإفتراضي من خلال جهود وأنشطة العلاقات العامة والنشر التى تطلقها لتشكيل مضادات مناسبة لدى الرأي العام والإحتفاظ بحالة التوافق والإنسجام داخل المجتمع بشأن أنشطتها.

وفى النهاية من المتوقع أن تعمل بعض المتغيرات الديموجرافية (كالسن، النوع، والمستوى الإقتصادي الإجتماعي) كمحددات لطبيعة تأثير العوامل المستقلة التى يلخصها النموذج على الرأي العام الإفتراضي.

مشكلة الدراسة:

فى الآونة الاخيرة، وفى ظل الانتشار السريع لشبكات التواصل الإجتماعي، واتساع قاعدة مستخدميها، أصبح التعرض للشائعات الإلكترونية عبر تلك الشبكات، أحد الطقوس اليومية داخل المجتمع السعودي.

وقد ساهمت تكنولوجيا الاتصال في ميلاد صيغة جديدة من حرية الرأي والتعبير تمارس في المجال الافتراضي من خلال مواقع التواصل الاجتماعي عبر شبكة الانترنت، بعدما كانت تمارس في صيغتها التقليدية عبر الواقع من خلال التجمعات وما تعكسه الكتابات الصحفية. وقد ساهمت هذه الصيغة الجديدة من حرية الرأي والتعبير في تكوين آراء المستخدمين لمواقع الشبكات الاجتماعية حول عدة قضايا في المجتمع، ما ساعد على تشكيل رأي إلكتروني حولها.

وفى ظل تنامى دور الرأي العام الإفتراضي، يتنامى السعى نحو ترشيد استخدام تلك الشبكات وإدارة الحوار عبرها للحد من التأثيرات السلبية للشائعات الإلكترونية لارتباطها بالمزاج العام ومستويات التوتر الناشئة عن حالات عدم التيقن لدى الجمهور.

مما سبق تتمثل مشكلة الدراسة فى محاولة اختبار تأثير عدد من العوامل منها: الشائعات الإلكترونية، الدعاية الإلكترونية المضادة، والمراجعة الإجتماعية، وجهود العلاقات العامة والنشر على اتجاهات الرأي العام الإفتراضي فى المجتمع السعودي نحو الأداء الحكومي. وتسعى الدارسة إلى توظيف منهج المسح، وتستهدف اختبار تأثير العوامل المستقلة داخل المجتمعات السعودية الإفتراضية على منصة X (تويتر سابقاً) من خلال استبيان إلكترونى.

أهداف الدراسة:

يمكن عرض أهداف الدراسة على النحو التالي:

1) رصد طبيعة تكوين الرأي العام الإفتراضي فى المجتمع السعودي والتعرف على العوامل المؤثرة فيه ومحددات هذا التأثير.
2) التركيز على التأثيرات المحتملة للشائعات الإلكترونية على الرأي العام الإفتراضي فى المجتمع السعودي ودور عمليات المراجعة الإجتماعية للحد من مخاطر هذه التأثيرات.
3) تحليل مصادر الدعاية المضادة التى يمكن أن تؤثرعلى الرأي العام فى المجتمع السعودي.
4) دعم جهود العلاقات العامة لمواجهة الشائعات الإلكترونية والحد من مخاطرهاً وتأثيراتها السلبية على الرأي العام الإفتراضي.

المفاهيم النظرية والإجرائية:

يمكن عرض التعريفات النظرية والإجرائية لمفاهيم الدراسة ومتغيراتها على النحو الوارد فى الجدول التالى:

جدول (1) المفاهيم والنظرية والإجرائية للدراسة

المتغير	المفهوم النظرى	المفهوم الإجرائى
الشائعات الإلكترونية	تعرف الشائعة على أنها خبر أو قصة أو حدث يتناقله الناس دون تمحيص أو تحقق من صحته، وغالباً ما يكون غير صحيح، أو يكون مبالغاً فيه سواء بالتهويل أوبالتقليل (طه،2009)[23]، أما الشائعة الإلكترونية: فهي "أقاويل وأخبار يتناقلها الناس عبر شبكة الإنترنت بقصد خلق حالة من فقدان الثقة والتشكيك وعدم التيقن وسوء الفهم، بالإستناد إلى معلومات مغلوطة أو أخبار مفبركة أو أحداث مختلقة"[24]	تتمثل فى الشائعات ذات البعد الإجتماعي وذات العلاقة بالشأن العام. وتتضمن معلومات مغلوطة أو غير دقيقة من شأنها أن تشكل حالة من التشويه أو التشكيك فى الممارسات أو عدم التيقن وتثير حالة من التوتر لدى المستخدمين وتشكل فرصاً لتوجيه الحوارات السلبية للمستخدمين السعوديين لموقع X للتواصل الإجتماعي داخل المجتمعات الإفتراضية. وقد تم التطبيق على شائعة هدم جبل أحد.
الرأي العام الإفتراضي	هو المجتمع الذى يستخدم التقنية الإلكترونية للتواصل من حاسب أو هاتف محمول ذكي عبر شبكة الإنترنت، ويتميز هذا المجتمع بالتواصل والاتصالية العالية والمشاركة الحرة الفعالة فى إثراء المحتوى الرقمى ونشر المعرفة[25].	هو مجموع آراء المستخدمين السعوديين الناشطين على موقع X للتواصل الإجتماعي داخل المجتمعات الإفتراضية محل الدراسة التحليلية.
الدعاية الإلكترونية المضادة	هى محاولة متعمدة من بعض الأفراد والجماعات لتشكيل ومراقبة أو تغير اتجاهات جماعات أخرى باستخدام وسيلة اتصال إلكترونية بنية التأثير عليهم فى كافة الأوضاع الملائمة[26].	هى الدعاية التى تطلقها قوى إجتماعية أو سياسية معادية للمجتمع السعودي ويتم تداولها على موقع X للتواصل الإجتماعي داخل المجتمعات الإفتراضية محل الدراسة التحليلية. وهى دعاية تتبنى اتجاهات مناهضة للتوجهات السياسية العامة والتى تثير حالة من التشكك وفقدان الثقة لدى المستخدمين السعوديين.
المراجعة الإجتماعية	تقييم منظم للمضمون الإجتماعي للأنشطة التى يقوم بها الأفراد والجماعات، وهى عملية فحص منتضمة تنطوى على جمع أدلة وقرائن لتقييم الأداء[27].	تشمل المراجعات الإجتماعية الجهات والأطراف التى يرجع لها المستخدمون السعوديون الناشطون على موقع X للتواصل الإجتماعي داخل المجتمعات الإفتراضية محل الدراسة التحليلية للتثبت من المعلومات ذات العلاقة بالشأن العام والجوانب الإجتماعية.
العلاقات العامة	هى الجهود المخططة التى يقوم بها الفرد أو المؤسسة أو الدولة لكسب ثقة الجمهور وتحقيق التفاهم المتبادل من خلال الاتصالات المستمرة، والسياسات والأفعال المرغوبة لتلبية احتياجات الجمهور فى إطار ما هو ممكن ومشروع[28].	الأنشطة الاتصالية والبيانات الإعلامية التى تطلقها الجهات والأجهزة الرسمية السعودية ويتم تداولها إلكترونياً على موقع X للتواصل الإجتماعي داخل المجتمعات الإفتراضية محل الدراسة التحليلية.

فروض الدراسة:

تتلخص فروض الدراسة فيما يلى:

1) تؤثر الشائعات الإلكترونية على اتجاهات الرأي العام الإفتراضي فى المجتمع السعودي نحو الأداء الحكومي.

2) تؤثر الدعاية الإلكترونية المضادة على اتجاهات الرأي العام الإفتراضي فى المجتمع السعودي نحو الأداء الحكومي.

3) تتأثر اتجاهات الرأي العام الإفتراضي فى المجتمع السعودي نحو الأداء الحكومي بعمليات المراجعة الإجتماعية.

4) توجد تأثيرات إيجابية لجهود العلاقات العامة والنشر على الرأي العام الإفتراضي فى المجتمع السعودي نحو الأداء الحكومي.

5) تعمل المتغيرات الديموجرافية (سن، نوع، مستوى اقتصادي/ اجتماعي) كمحددات لتأثير الشائعات الإلكترونية على الرأي العام الإفتراضي فى المجتمع السعودي نحو الأداء الحكومي.

الإطار المنهجى للدراسة

1) نوع الدراسة:

الدراسة وصفية ذات أبعاد تحليلية تسعى إلى وصف وتحليل دور الشائعات الإلكترونية فى التأثير على الرأي العام الإفتراضي فى المجتمع السعودي من خلال تبيان العوامل التى تعمل كمحددات لطبيعة وحدود هذه التأثيرات المحتملة.

2) منهج الدراسة:

توظف الدراسة منهج المسح من خلال مسح أراء المستخدمين المتفاعلين داخل المجتمعات الإفتراضية والذين يشكلون مجموعات الرأي العام الإفتراضي فى المجتمع السعودي.

3) مجتمع وعينة الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة الميدانية فى المستخدمين السعوديين لموقع X للتواصل الإجتماعي. وعينة الدراسة متاحة قوامها 100 مفردة من السعوديين مستخدمي موقع X للتواصل الإجتماعي على الصفحات (المجتمعات الإفتراضية). تتوافر في عينة المستخدمين السعوديين شروط تتعلق بالنشاط والإنغماس وحجم المشاركة، بالإضافة إلى تنوع المتغيرات الديموجرافية: سن، نوع، ومستوى اقتصادي/ إجتماعي.

4) أدوات جمع البيانات:

تم توظيف الاستبيان الإلكتروني للتعرف على اتجاهات الرأي العام الإفتراضي فى المجتمع السعودي وطبيعة استجابته وتعامله مع الشائعات الإلكترونية وأنماط الدعاية المضادة المحتملة. كما تم توظيف الاستبيان الإلكتروني أيضاً للتعرف على طبيعة عمليات المراجعة الإجتماعية التى تتم ممارستها ويمكن أن تؤثر على اتجاهات الرأي العام الإفتراضي وتوجهه، بالإضافة إلى التأثير المحتمل للمتغيرات الديموجرافية التى

تعمل كمحددات لتأثير عدد من العوامل على الرأي العام الإفتراضي فى المجتمع السعودي.

5) التحليل الإحصائى للبيانات:

- معامل كا^2 Chi – Square لحساب العلاقة بين التعرض للشائعات الإلكترونية وتكوين اتجاهات الرأى العام الإلكترونى فى المجتمع السعودى نحو الأداء الحكومى.
- معامل الإرتباط الجزئى Partial Correlation لقياس تأثير السن ومستوى التعليم على العلاقة بين التعرض للشائعات الإلكترونية وتكوين اتجاهات الرأى العام الإلكترونى فى المجتمع السعودى نحو الأداء الحكومى.

نتائج الدراسة:

ويوضح الجدول التالى درجة كل عبارة (سلبية الإتجاه أو إيجابية الإتجاه) وفق مستويات مقياس ليكرت لقياس اتجاهات الرأى العام الإلكتروني داخل المجتمع السعودى نحو الأداء الحكومي المرتبط بموضوع الشائعة:

جدول رقم (2)

الدرجات المختلفة على مقياس الإتجاهات

المستوى	درجات العبارة الإيجابية	درجات العبارة السلبية
موافق بشدة	5	1
موافق	4	2
محايد	3	3
غير موافق	2	4
غير موافق بشدة	1	5

وفى ضوء عدد العبارات داخل المقياس (10 عبارات) تحددت درجة إيجابية وسلبية إتجاه المبحوث نحو الأداء الحكومي على النحو التالى:

1) إيجابى جداً 50 درجة فأكثر.

2) إيجابى من 40 إلى أقل من 50 درجة.

3) محايد من 30 إلى أقل من 40 درجة.

4) سلبى من 20 إلى أقل من 30 درجة.

5) سلبى جداً من 10 إلى أقل من 20 درجات.

وتمت صياغة عبارات مقياس الإتجاه لتصف الأداء الحكومي المرتبط بموضوع الشائعة أو المراجعة الإجتماعية أو الدعاية المضادة والذي يتضح فى وضوح الرسائل وسرعة الرد من خلال مجموعة العبارات التالية:

1) اتسم الأداء الحكومي بالإلتزام والإنضباط فى تناول القضية.

2) تميز الأداء الحكومي بسرعة الرصد والإستجابة.

3) تعاملت الأجهزة الحكومية مع الموضوع المثار بكفاءة كبيرة.

4) كان يمكن تحقيق نتائج أفضل إذا تغير أسلوب التعامل الحكومي فى هذه المسألة.

5) تم مناقشة الموضوعات المرتبطة بالقضية بشفافية وانفتاح.

6) كان هناك تعتيم ملحوظ على بعض الجوانب ولم تتح معلومات.

7) أتوقع تأييد المواطن السعودى للأداء الحكومي فى هذه القضية.

8) كان لحسن توظيف منصات ووسائل التواصل الإجتماعي دور حيوي فى ضبط الأمور.

9) استفادت الأجهزة الحكومية السعودية من التجارب السابقة فى تحسين الأداء لمواجهة الشائعات والدعاية المضادة.

10) تتصاعد النتائج الإيجابية لتجارب النجاح فى الأداء الحكومى بمرور الوقت.

ومن واقع الدراسة الميدانية التى أجريت على عينة من الجمهور السعودي (100 مفردة) وجد أن اتجاهاتهم نحو الأداء الحكومي من واقع درجاتهم على مقياس الإتجاه المؤسس على العبارات العشر التى سبق عرضها تتوزع على النحو التالى:

جدول رقم (3)

درجات عينة الدراسة على مقياس الاتجاهات نحو الأداء الحكومي

الاتجاه	ك	%
إيجابى جداً	12	%12
إيجابى	55	%55
محايد	20	%20
سلبى	10	%10
سلبى جداً	3	%3
المجموع	400	%100

وقد تحققت هذه الدرجات للاتجاهات المختلفة نحو أداء الأجهزة الحكومية السعودية فى ظل تعرض الجمهور عينة البحث لما أثير حول شائعة هدم جبل أحد بالشكل الموضح فى الجدول التالى:

جدول رقم (4)

حجم التعرض لما أثير حول شائعة هدم جبل أحد

التعرض للشائعة أو الدعاية المضادة المرتبطة بها	ك	%
تعرض للشائعة/ الدعاية المضادة	80	%80
لم يتعرض للشائعة/ الدعاية المضادة	20	%20
المجموع	100	%100

ثبت من التحليل الإحصائى وجود علاقة بين التعرض لشائعة هدم جبل أحد وتبنى اتجاهات إيجابية نحو الأداء الحكومي المتعلق بموضوع الشائعة حيث بلغت قيمة كا2 6,21 وهى قيمة دالة بالنظر لمستوى المعنوية (0,02) الأمر الذى يعنى أن الجمهور الذى تعرض لشائعة هدم جبل أحد تبنوا اتجاهات إيجابية نحو أداء الأجهزة الحكومية المتعلق بموضوع الشائعة وذلك مقارنة بالجمهور الذى لم يتعرض.

وثبت من التحليل الإحصائى وجود علاقة بين التعرض للدعاية المضادة المرتبطة بهدم جبل أحد وتبنى اتجاهات إيجابية نحو الأداء الحكومي المتعلق بموضوع الشائعة حيث بلغت قيمة كا2 17,18 وهى قيمة دالة بالنظر لمستوى المعنوية (0,03) الأمر الذى يعنى أن الجمهور الذى تعرض للدعاية المضادة المرتبطة بهدم جبل أحد تبنوا اتجاهات إيجابية نحو أداء الأجهزة الحكومية المتعلق بالموضوع.

كما ثبت من التحليل الإحصائى وجود علاقة بين كثافة التعرض للمراجعة الإجتماعية المتعلقة بهدم جبل أحد وتبنى اتجاهات إيجابية نحو الأداء الحكومي المتعلق بالموضوع حيث بلغت قيمة كا2 11,77 وهى قيمة دالة بالنظر لمستوى المعنوية (0,04) الأمر الذى يعنى أن الجمهور الذى تعرض بكثافة للمراجعة الإجتماعية المرتبطة بموضوع هدم جبل أحد تبنوا اتجاهات إيجابية نحو أداء الأجهزة الحكومية المتعلق بالموضوع وذلك مقارنة بالجمهور الذى لم يتعرض.

وقد تم قياس درجة تأثير مجموعة من العوامل الوسيطة والتى تتدخل بدرجة متفاوتة فى تحديد طبيعة ودرجة اتجاه الجمهور عينة الدراسة نحو الأداء الحكومي تمثلت فى:

1. سن المبحوث.
2. المستوى التعليمى.
3. المستوي الإقتصادي/ الإجتماعي.

وقد تبين من نتائج الدراسة الميدانية أن النسبة 96% من الجمهور الذى تعرض لجهود العلاقات العامة التى تعالج الشائعة التى أثيرت حول هدم جبل أحد يثقون فى صحة التصورات التى تطرحها العلاقات العامة وتتبناها بما يعنى درجة أكبر من مصداقية الأداء الحكومي، وهو ما يوضحه الجدول التالى:

جدول رقم (5)

درجة ثقة الجمهور الذى تعرض لجهود العلاقات العامة فى صحة ما تطرحه بشأن شائعة هدم جبل أحد

الثقة فى صحة ما تطرحه العلاقات العامة	ك	%
يثق بشدة فى صحة ما تطرحة العلاقات العامة	65	%65
يثق إلي حد ما فى صحة ما تطرحة العلاقات العامة	31	%31
لا يثق فى صحة ما تطرحة العلاقات العامة	4	%4
المجموع	**100**	**%100**

وتم قياس تأثير متغير عمر المبحوث على العلاقة بين التعرض لشائعة هدم جبل أحد وتكوين اتجاهات لدى الجمهور السعودى نحو الأداء الحكومي المتعلق بموضوع الشائعة وذلك باستخدام معامل الإرتباط الجزئى، وقد بلغت قيمته 0,6 بدرجة معنوية 0,05 مما يعنى أن متغير السن عد متغيراً مؤثراً فى تحديد درجة إيجابية الإتجاه نحو الأداء الحكومي. وترتفع درجة إيجابية الإتجاه نحو الأداء الحكومي بزيادة مستوى السن.

وقد ثبت من التحليل الإحصائى وجود تأثير لمتغير مستوى التعليم على العلاقة بين التعرض لشائعة هدم جبل أحد وتكوين اتجاهات لدى الجمهور السعودى نحو الأداء الحكومي المتعلق بموضوع الشائعة وذلك باستخدام معامل الإرتباط الجزئى، وقد بلغت قيمته 0,54 بدرجة معنوية 0,05 مما يعنى أن متغير مستوى التعليم عد متغيراً مؤثراً فى تحديد درجة إيجابية الإتجاه نحو الأداء الحكومي. وترتفع درجة إيجابية الإتجاه نحو الأداء الحكومي بزيادة مستوى التعليم.

وقد ثبت من التحليل الإحصائى أيضاً وجود تأثير لمتغير المستوى الإقتصادي/الإجتماعي على العلاقة بين التعرض لشائعة هدم جبل أحد وتكوين اتجاهات لدى الجمهور السعودى نحو الأداء الحكومي المتعلق بموضوع الشائعة وذلك باستخدام معامل الإرتباط الجزئى، وقد بلغت قيمته 0,65 بدرجة معنوية 0,05 مما يعنى أن متغير المستوى الإجتماعي/الإقتصادي عد متغيراً مؤثراً فى تحديد درجة إيجابية الإتجاه نحو الأداء الحكومي. وترتفع درجة إيجابية الإتجاه نحو الأداء الحكومي بزيادة هذا المستوى.

قائمة المراجع:

[1] Baek, S.I. and Kim, Y.M. (2015), "Longitudinal analysis of online community dynamics", Industrial Management & Data Systems, Vol. 115 No. 4, pp. 661-677.

[2] فتيحة بوغازى (2016)، الرأي العام الإلكتروني فى ظل الإعلام الجديد: صحافة المواطن نموذجاً، مجلة العلوم الإجتماعية، جامعة عمار ثليجى بالأغواط: كلية العلوم الإجتماعية، مج - ، ع 17، ص ص 112- 126.

[3] Yu, L., Li, L., Tang, L., Dai, W. and Hanachi, C. (2017), "A multi-agent-based online opinion dissemination model for China's crisis information release policy during hazardous chemical leakage emergencies into rivers", Online Information Review, Vol. 41 No. 4, pp. 537-557.

[4] أحمد أبو دقنة (2018)، الهسبرة العبرية وصناعة الرأي العام، مجلة البيان، المنتدى الإسلامى، مج - ، ع 380، ص ص 42- 46.

[5] سلاف بوصبع (2021)، الرأي العام الإلكتروني: امتدادات إلكترونية للرقابة الشعبية على نفاذ القوانين، حوليات جامعة الجزائر 1، جامعة الجزائر 1 بن يوسف بن خدة، مج 35، ع 1، ص ص 197- 210.

[6] نصيرة سالم (2022)، الرأي العام بين الواقعي والإلكتروني، مجلة الحكمة للدراسات الفلسفية، مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، مج - ، ع 3، ص ص 549- 570.

[7] نور الدين مبنى وآخرون (2022)، الإعلام الجديد وإشكالية صناعة الرأي العام، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة منتورى قسنطينة، مج 33 ، ع 1، ص ص 461- 474.

[8] Yan, S., Zeng, X., Xiong, P. and Zhang, N. (2022), "G-GERT network model of online public opinion reversal based on kernel and grey degree", Grey Systems: Theory and Application, Vol. 12 No. 1, pp. 142-155.

[9] Zhang, X., Zhou, Y., Zhou, F. and Pratap, S. (2022), "Internet public opinion dissemination mechanism of COVID-19: evidence from the Shuanghuanglian event", Data Technologies and Applications, Vol. 56 No. 2, pp. 283-302.

[10] Ye, P. and Liu, L. (2022), "Factors influencing college students' behaviours of spreading internet public opinions on emergencies in universities", Information Discovery and Delivery, Vol. 50 No. 1, pp. 75-86.

[11] بسام حمود (2022)، الإعلام الإلكتروني الصهيونى وتأثيره فى الشارع العربى، مجلة الآداب والعلوم الإنسانية، محمد أمين الضناوى للنشر، مج 3 ، ع 17، ص ص 288- 301.

[12] Li, C., Qu, Y. and Zhu, X. (2023), "Asynchronous network-based model and algorithm for sentiment analysis of online public opinions", Kybernetes, Vol. 52 No. 10, pp. 4130-4157.

[13] Li, Q., Zeng, Z., Sun, S., Cheng, C. and Zeng, Y. (2023), "Constructing a spatiotemporal situational awareness framework to sense the dynamic

evolution of online public opinion on social media", The Electronic Library, Vol. 41 No. 5, pp. 722-749.

[14] Yu, W., Chen, N. and Chen, J. (2022), "Characterizing Chinese online public opinions towards the COVID-19 recovery policy", The Electronic Library, Vol. 40 No. 3, pp. 140-159.

[15] Xing, Y., He, Y. and Zhang, J.Z. (2023), "Examining themes of social media users' opinion on remote work during COVID-19 pandemic: a justice theory perspective", Library Hi Tech, Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print.

[16] انتصار موسى، وسالى سعد (2018)، الشائعات الإلكترونية وتأثيرها على الرأي العام: دراسة ميدانية على عينة من الجمهور السعودي بمنطقة جازان، مجلة البحث العلمي فى الآداب، جامعة عين شمس: كلية البنات للآداب والعلوم والتربية، مج 4، ع 19، ص ص 35-77.

[17] إيمان قناوى (2018)، الشائعات فى المواقع الإخبارية وتأثيرها على الوعى الإجتماعي لدى مستخدميها، مجلة البحث العلمي فى الآداب، جامعة عين شمس: كلية البنات للآداب والعلوم والتربية، مج 5 ، ع 19، ص ص 298- 359.

[18] حامد بشارة (2020)، الشائعات وأثرها فى تشكيل الرأي العام، مجلة جامعة البطانة للعلوم الإنسانية والإجتماعية، جامعة البطانة: عمادة البحث العلمي والنشر والترجمة، مج - ، ع 16، ص ص 62- 96.

[19] محمد مشهور (2020)، أثر شائعات وسائل التواصل الإجتماعي وكيفية علاجها: واتساب نموذجاً، مجلة الجامعة الإسلامية للعلوم التربوية والإجتماعية، الجامعة الإسلامية بالمدينة المنورة، مج - ، ع 3، ص ص 529- 577.

[20] جميلة قادم (2022)، الشائعات الإلكترونية ودورها فى تضليل الرأي العام: القضاء السيبرانى نموذجاً، مجلة الرسالة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، جامعة العربى التبسي تبسة: مخبر الدراسات الإنسانية والأدبية، مج 7، ع 3، ص ص 297- 314.

[21] معزة أبو زيد، وهبة إسماعيل (2022)، الشائعات الإلكترونية وتأثيرها على الوضع الصحي فى السودان: فيروس كورونا المعدى "كوفيد 19" أنموذجاً: دراسة على مستخدمي شبكات التواصل الإجتماعي، المجلة العربية للإعلام وثقافة الطفل، المؤسسة العربية للتربية والعلوم والآداب، مج - ، ع 19، ص ص 37- 58.

[22] المعز حمودة (2022)، المواقع الإلكترونية وتأثيرها فى تشكيل الرأي العام: كوقع الراكوبة إنموذجاً فى الفترة من 2020-2021م، مجلة القلزم للدراسات الإعلامية، مركز بحوث ودراسات حوض البحر الأحمر وجامعة أم درمان الأهلية، مج - ، ع 2، ص ص 89- 110.

[23] طه عبد القادر، (2009)، موسوعة علم النفس والتحليل النفسي، القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية.

[24] بكر عبد الله، (2021)، فعالية برنامج معرفي سلوكي لتنشيط المناعة النفسية لمواجهة الشائعات الإلكترونية، مجلة العلوم التربوية والنفسية، جامعة القسيم، مج 14، ع4، ص ص 1696-1736.

[25] خديجة طوبال، (2016)، "الرأي العام الإفتراضي داخل الفضاءات: فيسبوك أنموذجاً"، المجلة الدولية للاتصال الإجتماعي، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم: كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية، مج 3، ع3، ص ص 8-16.

[26] فهد المليكى، مفهوم الدعاية، مجلة الدبلوماسي، وزارة الخارجية: معهد الأمير سعود الفيصل للدراسات الدبلوماسية، مج-، ع 15، ص ص 103-104.

[27] عبد المجيد شعبان، (2014)، المراجعة الإجتماعية بين النظرية والتطبيق، المجلة الليبية للدراسات، دار الزاوية للكتاب، مج - ، ع 5، ص ص 228-262.

[28] على عجوة، (2000)، الأسس العلمية للعلاقات العامة، الطبعة الرابعة، القا**هرة: عالم الكتب.**