

العوامل المؤثرة على الرأي العام الافتراضي داخل المجتمع السعودي

أ. عبد الله بن الحميدي السبيعي (*)

إشراف: أ.د/ محمود يوسف (*)

إشراف مشارك: أ.د/ أحمد خطاب (*)

الملخص :

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

رصدت الدراسة طبيعة تكوين الرأي العام الافتراضي في المجتمع السعودي وقدمت مؤشرات حول العوامل المؤثرة فيه ومحددات هذا التأثير. كما لخصت الدراسة التأثيرات المحتملة للشائعات الإلكترونية على الرأي العام الافتراضي في المجتمع السعودي ودور عمليات المراجعة الاجتماعية للحد من مخاطر هذه التأثيرات. كما قدمت الدراسة تحليلاً لمصادر الدعاية المضادة التي يمكن أن تؤثر على الرأي العام في المجتمع السعودي.

الكلمات المفتاحية: الرأي العام، المجتمع الافتراضي، العلاقات العامة

(*) باحث مقيد بدرجة الدكتوراة بقسم العلاقات العامة والإعلان بكلية الإعلام – جامعة القاهرة.

(*) الأستاذ بقسم العلاقات العامة والإعلان بكلية الإعلام – جامعة القاهرة، والمشرّف علي الرسالة.

(*) الأستاذ بقسم العلاقات العامة والإعلان بكلية الإعلام – جامعة القاهرة، والمشرّف 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 ويقدموا معلومات يكون لها نصيب من الانتشار والتأثير عبر وسائل الإعلام، وتم كسر احتكار الدولة، أو النخبة السياسية، في تشكيل الرأي العام، وتوجهاته، إزاء قضية ما، وكذلك زيادة حجم الفاعلين في صناعة 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 أيولوجية 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 قبل 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 الإلكتروني من بين انعكاسات الاستخدام المتسارع لتكنولوجيات الاعلام والاتصال الذي أبان عن عدة تجليات وتغيرات وتحولات على مستوى هذا المعطى خاصة في علاقته بالدور الرقابي، مكتسباً 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.

ومكن 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 مشتركة تؤثر فيهم ويؤثرون فيها، وجاء هذا من خلال توفير الأدوات للتعبير عن الرأي، تتميز بالسهولة، والانتشار، وقلة التكلفة.

وقد ركزت العديد من الدراسات⁽¹⁾ على استكشاف العوامل المؤثرة في المجتمعات عبر الإنترنت من خلال فحص أدوار المشاركين وعلاقاتهم: الدرجة، والقرب. أظهر كل مقياس الأدوار والمواقف المختلفة للمشاركة 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 الافتراضية عبر الإنترنت (مجتمع

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

ويمثل الرأي العام الافتراضي داخل المجتمع السعودي حساسية خاصة بالنظر للتحويلات التي يشهدها المجتمع في كافة القطاعات، لذا يتطلب الأمر دراسة وفحص العوامل المحتملة التي يمكن أن تؤثر على الرأي العام داخل المجتمعات الافتراضية في المجتمع السعودي وهو ما تسعى الدراسة إلى التصدي له.

الدراسات السابقة:

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

يتناول هذا المحور، ضمن محاور الدراسات السابقة، أبرز العوامل التي تشكل الرأي العام في الفضاء الإلكتروني بالتركيز أيضاً على طبيعة الرأي العام الافتراضي المتغيرة ومتعددة الأوجه في علاقته بالرأي العام في العالم الواقعي.

وتناولت دراسة فتيحة بوغازي⁽²⁾ (2016) الرأي العام الإلكتروني في 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، التلفزيوني على وجه خاص. لخصت الدراسة مدى عمق النشاط التواصل لصحافة المواطن وأثره في توجيه الرأي العام وبناءه 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 التي 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 سيعرض 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 تنتشر أي معلومات عن الأزمة، فإن الذعر العام سوف يخرج عن نطاق السيطرة.

وقد تناول مقال علمي لأحمد أبو دقنة⁽⁴⁾ (2018) دور الدعاية الإلكترونية في التأثير على الرأي العام الواقعي وتوجيه الرأي العام الافتراضي بالتطبيق على محاولات صنع واستهداف الرأي العام بالنسبة للمشروع الصهيوني الذي 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 السابير ذات الطبيعة الاستخباراتية 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 التي 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 بوسبع⁽⁵⁾ (2021) أن ظاهرة الرأي العام الإلكتروني تعد من بين انعكاسات الاستخدام المتسارع لتكنولوجيا الإعلام والاتصال الذي شهد العديد من التغيرات والتحويلات المتسارعة في علاقته بتحديات الدور الرقابي. سعت الدراسة لرصد كل ذلك بالوقوف على دلالات هذا المفهوم، وتبيان الإشكالات المتعلقة بضبطه، ثم تسليط الضوء على الدور الرقابي للرأي العام في علاقته بالقواعد القانونية من حيث النشأة والتعديل والتغيير والإلغاء والنفذ. لذا تعتبر الدراسة ضمن بحوث الرأي العام التي تسعى لرصد آلياته ومناخه 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 أتاحتها من فرص التعبير عن الرأي بحرية. ألقت الدراسة الضوء على التحديات المرتبطة بحجم المعلومات والبيانات الذي 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 الافتراضي مظهراً تحررياً من الإيديولوجية القائمة على أساس سياسي أو ثقافي أو ديني إلى الإيديولوجية على أساس اتصالي. وبناءاً 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 تقني للمراجعة والتقييم واختبار طروحاته التي ترتبط بطبيعة تكون وانقلاب الرأي العام الإلكتروني والظروف والعوامل التي تسهم في ذلك. ووفقاً لمتوسط التردد والاحتمال والوقت لتفشي 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 التي مثلت حالة طوارئ صحية عامة كبرى أثارت قلقاً عالمياً. 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 لحكومة 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 مرجعاً 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 استبياناً صالحاً. 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 ثقته في منصة الرأي العام عبر الإنترنت بشأن 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 كبيراً.

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 أدري 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 الاجتماعي. أوضحت نتائج الدراسة التحليلية أن الاحتلال الصهيوني يعد منصات التواصل الاجتماعي أرضاً 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 نهجاً 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 الزمني 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 التفسير ثنائي الاتجاه لاكتشاف الموضوعات والمشاعر العاطفية الكامنة في نصوص الرأي العام عبر مواقع التواصل الاجتماعي. أظهرت نتائج الدراسة أنه

يرتبط تطور الرأي العام عبر الإنترنت ارتباطاً وثيقاً بالديناميكيات التنموية للأحداث، وأن جهات النظر والمواقف العامة أكثر تعقيداً وتنوعاً 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 اهتماماً 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 دعماً 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 المصنقات 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. واستناداً 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 الافتراضي:

يشتمل هذا المحور على عينة من البحوث والدراسات التي ركزت على التأثير والدور الذي تلعبه الشائعات في علاقتها بالرأي العام الافتراضي وطبيعة الحوارات عبر الفضاء السبراني داخل المجتمعات الافتراضية.

في إطار تأثير الشائعات على الرأي العام فقد سعت دراسة انتصار وسالي⁽¹⁶⁾ (2018) إلى التعرف على تأثير الشائعات الإلكترونية على الرأي العام من خلال تقييم دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات وحدود تأثيرها في 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 التي تتعلق بألية ومدى نشر مواقع التواصل الاجتماعي للشائعات. كما بينت تأثير الشائعات على الرأي العام من خلال توجيه مضامين الحوارات عبر وسائل التواصل الاجتماعي وتشكيل أجندة الرأي العام في الفضاء الإلكتروني. اتضح أيضاً أن الواتساب من أبرز مواقع التواصل الاجتماعي التي حظيت بنسبة عالية في نشر الشائعات، وكان أغلب الشائعات التي 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 الوعي الاجتماعي للمستخدمين، والتعرف على تأثير شائعات المواقع الإخبارية على الوعي 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 في 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 الوعي الاجتماعي لدى مستخدميها. كما أظهرت التحليلات وجود فروق ذات دلالة إحصائية ترجع إلى متغير المستوى التعليمي في مدى تأثير شائعات المواقع الإلكترونية على الوعي الاجتماعي لدى مستخدميها لصالح المستويات التعليمية العليا (التعليم الجامعي وفوق الجامعي)، وأن أهم أليات مواجهة الشائعات عبر المواقع الإخبارية هي 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 وسائل 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 الآثار 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 على عينة عشوائية قوامها 210 من طلاب كلية المجتمع بجامعة جازان، الذين يستخدمون تطبيق WhatsApp. وكانت أبرز النتائج التي 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 الشائعات الإلكترونية تتناسب طردياً مع التقدم في تكنولوجيا الإعلام والاتصال وانتشار استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وشبكاته بين أفراد المجتمع. فالشائعات الإلكترونية باتت من أخطر الأسلحة التي تهدد المجتمع في قيمة ورموزه ويفوق خطرها في 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 الشائعات الإلكترونية على الوضع الصحي في السودان واستخدمت في الدراسة المنهج الوصفي، وخلصت إلى عدد من النتائج أهمها أن الفيسبوك من أكثر شبكات التواصل الاجتماعي 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، التي 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 إعلامي 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 متصفح الموقع الإلكتروني بولاية الخرطوم. تم سحب عينة عشوائية قوامها 31 مفردة، وتم توزيع 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 يلي:

1) على مستوى الاتجاهات البحثية، فقد لوحظ اهتمام كبير بطبيعة التفاعلات عبر الفضاء الإلكتروني، وأشكال انتشار الشائعات الإلكترونية، والمخاطر الاجتماعية والسياسية والاقتصادية 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 بالمنهج المستخدمة، فقد تم توزيع منهج المسح (الميداني والتحليلي) في النسبة الأكبر للدراسات السابقة التي تناولت عمل الشائعات الإلكترونية وتأثيراتها وعلاقتها بالرأي العام الافتراضي، في حين وظفت حوالي 20% من الدراسات السابقة المنهج التجريبي وتحليل التباين والانحدار لاختبار فروضها.

3) اعتمدت أغلب الدراسات الأجنبية التي تناولت الموضوع على بناء مفاهيمي ونظري تمثل في نماذج مقترحة للدراسة تم تأسيسها في ضوء تتبع عمل المتغيرات والمفاهيم الحاكمة في دراسات سابقة. وكان الأمر مختلفاً بالنسبة للدراسات العربية التي اعتمدت بدرجة أكبر على نظريات تلخص حدود وأبعاد الظاهرة والمفاهيم والمتغيرات التي تتحكم في 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 الاجتماعي وأبرزها الجرائم الإلكترونية، وبث الشائعات، وتهديد الأمن والسلم الاجتماعي، ونشر حالات القلق وعدم التيقن لدى الرأي العام.

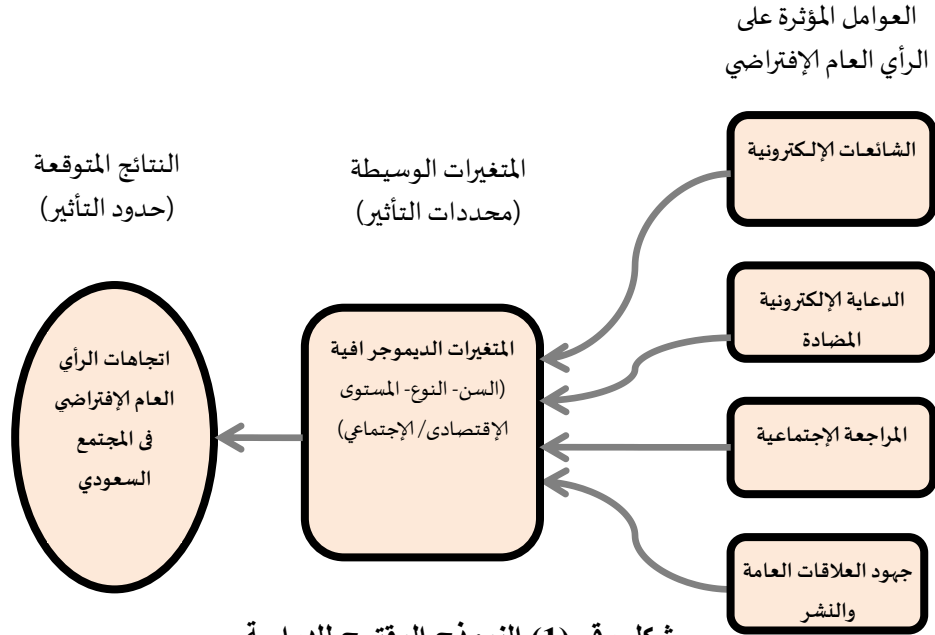
(5) تجلت الاستفادة من البحوث والدراسات السابقة في تطوير نموذج مقترح للدراسة يستوعب عدداً من المفاهيم والمتغيرات التي يمكن أن تؤثر على الرأي العام الافتراضي.

النموذج المقترح للدراسة:

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

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

ويخلص الشكل التالي (شكل رقم 1) متغيرات الدراسة في ثلاث مستويات: يتعلق المستوى الأول بمتغيرات مستقلة تتمثل في الشائعات الإلكترونية، الدعاية الإلكترونية المضادة، المراجعات الاجتماعية، وجهود وأنشطة العلاقات العامة والنشر للأجهزة المعنية بموضوع الشائعات. ويخلص المستوى الثاني المتغيرات الوسيطة المتوقعة التي تعمل كمحددات لطبيعة وتأثير تلك العوامل المستقلة. والمستوى الثالث يتمثل في اتجاهات الرأي العام الافتراضي في 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 الافتراضي 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 التي تسهم في 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 هي الأخرى على الرأي العام الافتراضي. ويقصد بالدعاية المضادة هنا أساليب الحرب النفسية الموجهة ضد مجتمع ما من غير الشائعات. وتكمن خطورة الدعاية المضادة في عدم القدرة على تحديد مصدرها في العديد من الأحيان أو فهم أهدافها واستيعاب غاياتها. لذلك تتخذ الدعاية الإلكترونية المضادة أهمية وأولوية في هذا الصدد بالنظر لخطورتها وأهمية الإنتباه لها ومواجهتها للحد من تأثيراتها السلبية المحتملة. وتتعدد مصادر الدعاية المضادة بالنظر لطبيعتها موضوعها، فربما يكون مصدر الدعاية المضادة دولة/ قوى معادية، وقد يكون مصدرها قوى إجتماعية في إطار عمليات الصراع الأيديولوجي داخل المجتمع. كما قد يكون مصدر الدعاية المضادة قوى اقتصادية أو مشروعات كما يحدث في المنافسات التجارية بين الشركات والأنشطة الاقتصادية داخل المجتمع.

ومن المتوقع ألا تعمل الشائعات الإلكترونية أو الدعاية المضادة داخل فراغ مجتمعي، بل توجد عمليات مراجعة إجتماعية مستمرة لدى العناصر المكونة للرأي العام الافتراضي. ويقصد بالمراجعة الإجتماعية هنا استرشاد الفرد بأراء جماعته المرجعية في موضوع ما. فالمجال العام وطبيعة الحوارات والنقاشات الدائرة تشكل عمليات مراجعة واسعة تسهم هي الأخرى في التأثير على الرأي العام الافتراضي.

وتسعى الأجهزة والجهات المعنية (الرسمية وغير الرسمية) للتأثير هي الأخرى على الرأي العام الافتراضي من خلال جهود وأنشطة العلاقات العامة والنشر التي 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 الاقتصادي الإجتماعي) كمحددات لطبيعة تأثير العوامل المستقلة التي يلخصها النموذج على الرأي العام الافتراضي.

مشكلة الدراسة:

في الأونة الاخيرة، وفي ظل الانتشار السريع لشبكات التواصل الاجتماعي، 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.

وفي ظل تنامي دور الرأي العام الافتراضي، 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 في محاولة اختبار تأثير عدد من العوامل منها: الشائعات الإلكترونية، الدعاية الإلكترونية المضادة، والمراجعة الاجتماعية، وجهود العلاقات العامة والنشر على اتجاهات الرأي العام الافتراضي في المجتمع السعودي نحو الأداء الحكومي. وتسعى الدراسة إلى توظيف منهج المسح، وتستهدف اختبار تأثير العوامل المستقلة داخل المجتمعات السعودية الافتراضية على منصة X (تويتر سابقاً) من خلال استبيان إلكتروني.

أهداف الدراسة:

يمكن عرض أهداف الدراسة على النحو التالي:

- 1) رصد طبيعة تكوين الرأي العام الافتراضي في المجتمع السعودي والتعرف على العوامل المؤثرة فيه ومحددات هذا التأثير.
- 2) التركيز على التأثيرات المحتملة للشائعات الإلكترونية على الرأي العام الافتراضي في المجتمع السعودي ودور عمليات المراجعة الاجتماعية للحد من مخاطر هذه التأثيرات.
- 3) تحليل مصادر الدعاية المضادة التي يمكن أن تؤثر على الرأي العام في المجتمع السعودي.
- 4) دعم جهود العلاقات العامة لمواجهة الشائعات الإلكترونية والحد من مخاطرها وتأثيراتها السلبية على الرأي العام الافتراضي.

المفاهيم النظرية والإجرائية:

يمكن عرض التعريفات النظرية والإجرائية لمفاهيم الدراسة ومتغيراتها على النحو الوارد في الجدول التالي:

جدول (1) المفاهيم النظرية والإجرائية للدراسة

المتغير	المفهوم النظري	المفهوم الإجرائي
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 أو بالتقليل (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، بالاستناد إلى معلومات مغلوطة أو أخبار مفبركة أو أحداث مختلفة" ⁽²⁴⁾ .	تتمثل في الشائعات ذات البعد الاجتماعي وذات العلاقة بالشأن العام. وتتضمن معلومات مغلوطة أو غير دقيقة من شأنها أن تشكل حالة من التشويه أو التشكيك في الممارسات أو عدم التيقن وتثير حالة من التوتر لدى المستخدمين وتشكل فرصاً لتوجيه الحوارات السلبية للمستخدمين السعوديين لموقع X للتواصل الاجتماعي داخل المجتمعات الافتراضية. وقد تم التطبيق على شائعة هدم جبل أحد.
الرأي العام الافتراضي	هو المجتمع الذي يستخدم التقنية الإلكترونية للتواصل من حاسب أو هاتف محمول ذكي عبر شبكة الإنترنت، ويتميز هذا المجتمع بالتواصل والاتصالية العالية والمشاركة الحرة الفعالة في إثراء المحتوى الرقمي ونشر المعرفة ⁽²⁵⁾ .	هو مجموع آراء المستخدمين السعوديين الناشطين على موقع X للتواصل الاجتماعي داخل المجتمعات الافتراضية محل الدراسة التحليلية.
الدعاية الإلكترونية المضادة	هي محاولة متعمدة من بعض الأفراد والجماعات لتشكيل ومراقبة أو تغيير اتجاهات جماعات أخرى باستخدام وسيلة اتصال إلكترونية بنية التأثير عليهم في كافة الأوضاع الملانمة ⁽²⁶⁾ .	هي الدعاية التي تطلقها قوى إجتماعية أو سياسية معادية للمجتمع السعودي ويتم تداولها على موقع X للتواصل الاجتماعي داخل المجتمعات الافتراضية محل الدراسة التحليلية. وهي دعاية تتبنى اتجاهات مناهضة للتوجهات السياسية العامة والتي تثير حالة من التشكك وفقدان الثقة لدى المستخدمين السعوديين.
المراجعة الاجتماعية	تقديم منظم للمضمون الاجتماعي للأنشطة التي يقوم بها الأفراد والجماعات، وهي عملية فحص منتظمة تنطوي على جمع أدلة وقرائن لتقييم الأداء ⁽²⁷⁾ .	تشمل المراجعات الاجتماعية الجهات والأطراف التي يرجع لها المستخدمون السعوديون الناشطون على موقع X للتواصل الاجتماعي داخل المجتمعات الافتراضية محل الدراسة التحليلية للثبوت من المعلومات ذات العلاقة بالشأن العام والجوانب الاجتماعية.
العلاقات العامة	هي الجهود المخططة التي يقوم بها الفرد أو المؤسسة أو الدولة لكسب ثقة الجمهور وتحقيق التفاهم المتبادل من خلال الاتصالات المستمرة، والسياسات والأفعال المرغوبة لتلبية احتياجات الجمهور في إطار ما هو ممكن ومشروع ⁽²⁸⁾ .	الأنشطة الاتصالية والبيانات الإعلامية التي تطلقها الجهات والأجهزة الرسمية السعودية ويتم تداولها إلكترونياً على موقع X للتواصل الاجتماعي داخل المجتمعات الافتراضية محل الدراسة التحليلية.

فروض الدراسة:

تتلخص فروض الدراسة فيما يلي:

(1) تؤثر الشائعات الإلكترونية على اتجاهات الرأي العام الافتراضي في المجتمع السعودي نحو الأداء الحكومي.

- (2) تؤثر الدعاية الإلكترونية المضادة على اتجاهات الرأي العام الافتراضي في المجتمع السعودي نحو الأداء الحكومي.
- (3) تتأثر اتجاهات الرأي العام الافتراضي في المجتمع السعودي نحو الأداء الحكومي بعمليات المراجعة الاجتماعية.
- (4) توجد تأثيرات إيجابية لجهود العلاقات العامة والنشر على الرأي العام الافتراضي في المجتمع السعودي نحو الأداء الحكومي.
- (5) تعمل المتغيرات الديموجرافية (سن، نوع، مستوى اقتصادي/ اجتماعي) كمحددات لتأثير الشائعات الإلكترونية على الرأي العام الافتراضي في المجتمع السعودي نحو الأداء الحكومي.

الإطار المنهجي للدراسة

(1) نوع الدراسة:

الدراسة وصفية ذات أبعاد تحليلية تسعى إلى وصف وتحليل دور الشائعات الإلكترونية في التأثير على الرأي العام الافتراضي في المجتمع السعودي من خلال تبين العوامل التي تعمل كمحددات لطبيعة وحدود هذه التأثيرات المحتملة.

(2) منهج الدراسة:

توظف الدراسة منهج المسح من خلال مسح آراء المستخدمين المتفاعلين داخل المجتمعات الافتراضية والذين يشكلون مجموعات الرأي العام الافتراضي في المجتمع السعودي.

(3) مجتمع وعينة الدراسة:

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

(4) أدوات جمع البيانات:

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

تعمل كمحددات لتأثير عدد من العوامل على الرأي العام الافتراضي في المجتمع السعودي.

(5) التحليل الإحصائي للبيانات:

- معامل χ^2 Chi – Square لحساب العلاقة بين التعرض للشائعات الإلكترونية وتكوين اتجاهات الرأي العام الإلكتروني في المجتمع السعودي نحو الأداء الحكومي.
- معامل الارتباط الجزئي Partial Correlation لقياس تأثير السن ومستوى التعليم على العلاقة بين التعرض للشائعات الإلكترونية وتكوين اتجاهات الرأي العام الإلكتروني في المجتمع السعودي نحو الأداء الحكومي.

نتائج الدراسة:

ويوضح الجدول التالي درجة كل عبارة (سلبية الإتيان أو إيجابية الإتيان) وفق مستويات مقياس ليكرت لقياس اتجاهات الرأي العام الإلكتروني داخل المجتمع السعودي نحو الأداء الحكومي المرتبط بموضوع الشائعة:

جدول رقم (2)

الدرجات المختلفة على مقياس الإتيان

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

وفي ضوء عدد العبارات داخل المقياس (10 عبارات) تحددت درجة إيجابية وسلبية إتيان المبحوث نحو الأداء الحكومي على النحو التالي:

- (1) إيجابي جداً 50 درجة فأكثر.
- (2) إيجابي من 40 إلى أقل من 50 درجة.
- (3) محايد من 30 إلى أقل من 40 درجة.
- (4) سلبي من 20 إلى أقل من 30 درجة.
- (5) سلبي جداً من 10 إلى أقل من 20 درجات.

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

- (1) اتسم الأداء الحكومي بالالتزام والانضباط في تناول القضية.

- (2) تميز الأداء الحكومي بسرعة الرصد والاستجابة.
 - (3) تعاملت الأجهزة الحكومية مع الموضوع المثار بكفاءة كبيرة.
 - (4) كان يمكن تحقيق نتائج أفضل إذا تغير أسلوب التعامل الحكومي في هذه المسألة.
 - (5) تم مناقشة الموضوعات المرتبطة بالقضية بشفافية وانفتاح.
 - (6) كان هناك تعميم ملحوظ على بعض الجوانب ولم تتح معلومات.
 - (7) أتوقع تأييد المواطن السعودي للأداء الحكومي في هذه القضية.
 - (8) كان لحسن توظيف منصات ووسائل التواصل الاجتماعي دور حيوي في ضبط الأمور.
 - (9) استفادت الأجهزة الحكومية السعودية من التجارب السابقة في تحسين الأداء لمواجهة الشائعات والدعاية المضادة.
 - (10) تتصاعد النتائج الإيجابية لتجارب النجاح في الأداء الحكومي بمرور الوقت.
- ومن واقع الدراسة الميدانية التي أجريت على عينة من الجمهور السعودي (100 مفردة) وجد أن اتجاهاتهم نحو الأداء الحكومي من واقع درجاتهم على مقياس الاتجاه المؤسس على العبارات العشر التي سبق عرضها تتوزع على النحو التالي:

جدول رقم (3)

درجات عينة الدراسة على مقياس الاتجاهات نحو الأداء الحكومي

الاتجاه	ك	%
إيجابي جداً	12	12%
إيجابي	55	55%
محايد	20	20%
سلبي	10	10%
سلبي جداً	3	3%
المجموع	400	100%

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

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

وثبت من التحليل الإحصائي 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 وهي قيمة دالة بالنظر لمستوى المعنوية (0,03) الأمر الذى يعنى أن الجمهور الذى تعرض للدعاية المضادة المرتبطة بهدم جبل أحد تبنا اتجاهات إيجابية نحو أداء الأجهزة الحكومية المتعلق بالموضوع.

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

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

1. سن المبحوث.
2. المستوى التعليمي.
3. المستوي الإقتصادي/ الاجتماعي.

وقد تبين من نتائج الدراسة الميدانية أن النسبة 96% من الجمهور الذى تعرض لجهود العلاقات العامة التى تعالج الشائعة التى أثرت حول هدم جبل أحد يتقون فى صحة التصورات التى تطرحها العلاقات العامة وتتبنها 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 تطرحه العلاقات العامة	65	65%
يثق إلى حد ما فى صحة ما تطرحه العلاقات العامة	31	31%
لا يثق فى صحة ما تطرحه 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 السعودي نحو الأداء الحكومي المتعلق بموضوع الشائعة وذلك باستخدام معامل الارتباط الجزئي، وقد بلغت قيمته 0,6 بدرجة معنوية 0,05 مما يعنى أن متغير السن عد متغيراً مؤثراً في تحديد درجة إيجابية الإتجاه نحو الأداء الحكومي. وترتفع درجة إيجابية الإتجاه نحو الأداء الحكومي بزيادة مستوى السن.

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

وقد ثبت من التحليل الإحصائي أيضاً وجود تأثير لمتغير المستوى الإقتصادي/الإجتماعي على العلاقة بين التعرض لشائعة هدم جبل أحد وتكوين اتجاهات لدى الجمهور السعودي نحو الأداء الحكومي المتعلق بموضوع الشائعة وذلك باستخدام معامل الارتباط الجزئي، وقد بلغت قيمته 0,65 بدرجة معنوية 0,05 مما يعنى أن متغير المستوى الإقتصادي/الإجتماعي عد متغيراً مؤثراً في 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 بوغازي (2016)، الرأي العام الإلكتروني في ظل الإعلام الجديد: صحافة المواطن نموذجاً، مجلة العلوم الاجتماعية، جامعة عمار ثلجي بالأغواط: كلية العلوم الاجتماعية، 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)، الهسيرة العبرية وصناعة الرأي العام، مجلة البيان، المنتدى الإسلامي، مج - ، ع 380، ص ص 42-46.
- [5] سلاف بوصبع (2021)، الرأي العام الإلكتروني: امتدادات إلكترونية للرقابة الشعبية على نفاذ القوانين، حليات 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 ميني وآخرون (2022)، الإعلام الجديد وإشكالية صناعة الرأي العام، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة منتوري 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 الصهيوني وتأثيره في الشارع العربي، مجلة الآداب والعلوم الإنسانية، محمد أمين الضناوي 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 في الآداب، جامعة عين شمس: كلية البنات للآداب والعلوم والتربية، مج 4، ع 19، ص ص 35-77.
- [17] إيمان قناوى (2018)، الشائعات في المواقع الإخبارية وتأثيرها على الوعي الاجتماعي لدى مستخدميها، مجلة البحث العلمي في الآداب، جامعة عين شمس: كلية البنات للآداب والعلوم والتربية، مج 5، ع 19، ص ص 298-359.
- [18] حامد بشارة (2020)، الشائعات وأثرها في تشكيل الرأي العام، مجلة جامعة البطانة للعلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة البطانة: عمادة البحث العلمي والنشر والترجمة، مج - ، ع 16، ص ص 62-96.
- [19] محمد مشهور (2020)، أثر شائعات وسائل التواصل الاجتماعي وكيفية علاجها: واتساب نموذجاً، مجلة الجامعة الإسلامية للعلوم التربوية والاجتماعية، الجامعة الإسلامية بالمدينة المنورة، مج - ، ع 3، ص ص 529-577.
- [20] جميلة قادم (2022)، الشائعات الإلكترونية ودورها في تضليل الرأي العام: القضاء السيبراني نموذجاً، مجلة الرسالة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، جامعة العربي 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 في السودان: فيروس كورونا المعدى "كوفيد 19" أنموذجاً: دراسة على مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي، المجلة العربية للإعلام وثقافة الطفل، المؤسسة العربية للتربية والعلوم والآداب، مج - ، ع 19، ص ص 37-58.
- [22] المعز حمودة (2022)، المواقع الإلكترونية وتأثيرها في تشكيل الرأي العام: كوقع الراكوبة إنموذجاً في 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 القسم، مج 14، ع 4، ص ص 1696-1736.
- [25] خديجة طوبال، (2016)، "الرأي العام الافتراضي داخل الفضاءات: فيسبوك أنموذجاً"، المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم: كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، مج 3، ع 3، ص ص 8-16.

- [26] فهد المليكي، مفهوم الدعاية، مجلة الدبلوماسية، وزارة الخارجية: معهد الأمير سعود الفيصل للدراسات الدبلوماسية، مج-، ع 15، ص ص 103-104.
- [27] عبد المجيد شعبان، (2014)، المراجعة الاجتماعية 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، القاهرة: عالم الكتب.