

" الشائعات الإلكترونية وتأثيرها على الرأي العام "
دراسة ميدانية على عينة من الجمهور السعودي بمنطقة جازان

اعداد

إنتصار موسى دعاك

إشراف

أ / سالي سعد جودة

المحاضر بقسم الصحافة والإعلام

كلية الآداب والعلوم الإنسانية – شطر الطالبات

المقدمة :

في الوقت الذي أصبحت فيه وسائل الإعلام الاجتماعي أو الإعلام الجديد أو البديل بالنظر لما تقوم به من دور متعدد الأبعاد، سياسي واجتماعي وثقافي واجتماعي، فإنها تظل في الوقت ذاته حاملة أو مروجة لأحد مصادر التهديد للأمن الوطني للدول والمجتمعات، في ظل لجوء البعض إلى توظيفها بشكل سيئ في نشر الشائعات والأكاذيب المغرضة. بل إن الأمر اللافت للنظر أن الشائعات استفادت أكثر من أي وقت مضى من وسائل الاتصال والتواصل الحديثة مثلما يحدث في تداول الشائعات داخل أسواق المال وغير ذلك عبر الرسائل الإلكترونية والهاتف المحمول، حيث يمكن للشائعات أن تحدث انهياراً أو على الأقل تراجعاً كبيراً في أداء البورصات أو انهياراً لأسهم شركات بعينها في البورصة .

وعلى الرغم من أن الشائعات لا تعتبر من الظواهر الحديثة في عالمنا المعاصر، كونها ظلت ملازمة لتطور المجتمعات والدول على مر العصور، فإنها في وقتنا الراهن باتت من أخطر الأسلحة التي تهدد المجتمعات في قيمها ورموزها، لدرجة أن هناك من يرون أن خطرهما قد يفوق أحياناً أدوات القوة التي تستخدم في الصراعات السياسية بين الدول؛ بل إن بعض الدول تستخدمها كسلاح فتاك له مفعول كبير في الحروب المعنوية أو النفسية التي تسبق تحرك الآلة العسكرية؛ ولا يتوقف خطرهما عند هذا الحد فحسب، بل إن لها تداعيات اقتصادية ومجتمعية هائلة خاصة في ظل ثورة المعلومات والتكنولوجيا .

وتنتشر الشائعات وينشط مروجوها خلال " أوقات توقع الخطر"، وهي أوقات الحروب والكوارث والفوضى؛ لأن الناس يتوقعون حدوث الشر خلال هذه الأوقات، وهذا هو سبب انتشار الشائعات لأن الناس، في هذا التوقيت، حينما يسمعون أي معلومة يتناقلونها فيما بينهم من دون التحقق من صحتها خوفاً منهم على أبنائهم وممتلكاتهم.¹

كما لوحظ في الآونة الأخيرة انتشار الشائعات الإلكترونية وسرعة تداولها بين افراد المجتمع فلم تعد الشائعات الإلكترونية مجرد أخبار كاذبة أو معلومات مزيفة ، يلقيها شخص ، بل أصبحت أكثر من ذلك حيث أصبح يقف خلفها مؤسسات متخصصة ووسائل إعلام احترفت التلاعب بالمعلومات ، وتقديمها بهدف إضعاف الدولة وتكثُر عادة الشائعات الإلكترونية أيام الأزمات والحروب من خلال مواقع التواصل الاجتماعي على أنها حقائق دامغة وتعتبر مواقع التواصل الاجتماعي، لها دور كبير لتغلغلها وانتشارها فيما أدى ذلك الى تأثيرها على الراي العام وتختلف الشائعات الإلكترونية في طبيعتها وهدفها والمجتمع المستهدف من ورائها فبعض الشائعات تكون ذات هدف اقتصادي او سياسي كخلق روح العداء وزعزت الامن في المجتمع وقد تكون الشائعات حول اوامر صحيه مثل انتشار بعض الامراض و الاوبئة مما يؤدي الى بث الخوف والرعب بين افراد المجتمع وعلى وجه المثال نموذج فيروس كورونا خير مثال ففي البداية كانت الشائعات سيده الموقف وحين قامت وزارة الصحة بتقديم المعلومات الصحيحة اول بأول اختفت الشائعات ولم يعد احد يجرؤ على نقل معلومة غير صحيه ولو ان كل وزارة ومؤسسه وجهة رسميه اعتمدت هذا الاسلوب في تقديم المعلومات لا اراحت نفسها وخدمت مجتمعها لان الشائعات الإلكترونية تأثيرها سلبي على الراي العام والمجتمع بينما هي اسلحه قاتله لاستقرار وامن أي

¹ راند بن حزام الكرناف : " تصور استراتيجي لمكافحة الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي بالمملكة العربية السعودية : تويتر نموذجاً " ، رسالة ماجستير ، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية ، كلية العلوم الإستراتيجية ، قسم الدراسات الإستراتيجية ، 2014 .

مجتمع فيما كانت الشائعات قديماً تتناقل من شخص لآخر من خلال المجالس أما الآن فأنها تصل الى مئات الالف من الناس بسرعة البرق من خلال مواقع التواصل الاجتماعي ولقد اجرت دراسة لمركز الملك عبد العزيز للحوار الوطني اكد من خلالها ان أكثر من 82% من المشاركين في الدراسة الاستطلاعية التي أجراها مركز الملك عبد العزيز للحوار الوطني ممثلاً في وحدة استطلاعات الرأي العام حول واقع الإشاعات في المجتمع السعودي أن الرأي العام يتأثر بالإشاعات.²

وكانت إجابة المشاركون والمشاركات في الدراسة عند سؤالهم إذا كانوا يرون أن الشائعة تسهم في التأثير على الرأي العام، (82.9%) من أفراد العينة أجابوا على العبارة بـ "نعم" مؤكداً على أن الشائعة تسهم في التأثير على الرأي العام، بينما أجاب (17.1%) على العبارة "لا" الدالة على عدم إسهام الشائعة في التأثير على الرأي العام، فيجب علينا في هذه الفترة وهذه المرحلة وما تعيشه بلادنا من أحداث وأزمات، يحتم علينا عدم الانجراف خلف الشائعات الالكترونية التي يبثها أعداء الوطن، والوقوف ضدها، فلا نعينهم على نشرها، فالمواطن يجب عليه الإثبات دائماً حبه لوطنه وقيادته وتكاتفه وتلاحمه، فيجب أن لا ينساق خلف هذه الشائعات أو ينشرها، فلا بد أن نستشعر نحن كمواطنين خطورة الشائعات الالكترونية وما تسببه في حالة نشرها.³

أولاً : مشكلة الدراسة

لقد بات واضحاً أن انتشار الشائعات الإلكترونية بصورة واسعة في المجتمعات هو إحدى سمات عصر الثورة التكنولوجية وابتكار التقنيات الاتصالية الحديثة، لأن كل شيء يدور في هذا العالم الافتراضي يتم التعامل معه على أساس أنه معلومة بغض النظر عن صحته أو خطئه، وإذا ما كانت مفيدة أو غير ذلك. كما أن المعلومة لم يعد إنتاجها حكراً على جهة معينة أو شخص محدد يمتن إنتاج المعلومات كالصحفيين أو المؤسسات الإعلامية وفقاً لمعايير محددة، فقد أصبح بإمكان أي شخص يمتلك الوسيلة المناسبة وبعض المهارات التقنية أن يكون بنفسه منتجاً وناشراً للمعلومة. وفي ظل هذه الوفرة المعلوماتية ولمحدودية مصادرها، فإن مشكلة شديدة التعقيد ظهرت حين أصبح من الصعب على من يتلقى هذا الكم من المعلومات أن يميز الصحيح من الخاطئ والجيد من الرديء، والحقيقة من الإشاعة.

ومن هنا تكمن مشكلة الدراسة في " التعرف على اتجاهات الجمهور نحو الشائعات الإلكترونية وتأثيرها على الرأي العام " .

ثانياً : أهمية الدراسة

(بدر الهويل : " تأثير الإشاعة في الرأي العام " ، مركز الملك عبد العزيز للحوار الوطني ، الرياض ، الطبعة الثامنة 2

، 2017 م .

(هايل ودعان الدعجة : " التحصين الأمني للرأي العام ضد الشائعات " ، ندوة دور مؤسسات المجتمع المدني في 3
التوعية الأمنية ، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية بالتعاون مع جامعة الحسين بن طلال بمعان في المملكة الأردنية الهاشمية ،
الرياض ، 2009 .

1. الأهمية النظرية:

في هذه الدراسة تتمثل الأهمية النظرية في التعرف على تأثير الشائعات على المجتمع ودور الإعلام في التوعية بمواجهتها ، و التعرف على آلية انتقال الشائعات الإلكترونية من قبل الأفراد والمؤسسات التي تخلق تلك الشائعات وتساهم في تمريرها عبر الوسائل الاتصالية المختلفة ، والتي تتسبب في تهديد أمن المجتمع وتؤثر عليه ، بالإضافة إلى التعرف على مدى تأثير تلك الشائعات على الرأي العام .

2. الأهمية التطبيقية:

تعتبر الدراسة الحالية من الدراسات الهامة من الناحية التطبيقية ، حيث أنها من الدراسات القليلة التي تحاول رصد الشائعات الإلكترونية المختلفة التي تتعرض لها المملكة العربية السعودية وتأثيرها على الرأي العام.

ثالثاً : أهداف الدراسة

تسعى الدراسة الراهنة إلى تحقيق هدف أساسي ألا وهو :

الكشف عن الأبعاد الاجتماعية والنفسية وراء انتشار الشائعات الإلكترونية في المجتمع ، وينبع من هذا الهدف مجموعة من الأهداف الفرعية وهي كالتالي : -

1. التعرف على مدى تعرض الجمهور للشائعات الإلكترونية .
2. التعرف على اتجاهات الجمهور نحو الشائعات الإلكترونية.
3. معرفة مدى التأثير الذي تحدثه الشائعات في الرأي العام.
4. الأسباب الدافعة من وجهة نظر الجمهور لمروجي الشائعات الإلكترونية في تلفيقها والحرص على انتشارها بين قطاعات معينه من أفراد المجتمع.
5. رصد الآثار الاجتماعية والنفسية والأمنية والسياسية والاقتصادية التي تتسبب فيها الشائعات الإلكترونية.
6. رصد أيّ من وسائل وقنوات التواصل الاجتماعية تؤثر بشكل مباشر او غير مباشر في تغير اتجاهات أفراد المجتمع نحو قضايا مجتمعيه أو سياسية أو اقتصاديه

رابعاً : تساؤلات الدراسة

*ولتحقيق الأهداف السابقة تسعى الدراسة إلى الإجابة على مجموعه تساؤلات وهي كالتالي :

1. ما مدى تعرض الجمهور للشائعات الإلكترونية ؟
2. ما اتجاهات الجمهور نحو الشائعات الإلكترونية؟
3. ما مدى التأثير الذي تحدثه الشائعات في الرأي العام ؟
4. ما الأسباب الدافعة من وجهة نظر المجتمع لمروجي الشائعات الإلكترونية في تلفيقها والحرص على انتشارها بين قطاعات معينه من أفراد المجتمع ؟
5. ما الآثار الاجتماعية والنفسية والأمنية والسياسية والاقتصادية التي تتسبب فيها الشائعات الإلكترونية؟
6. أيّ من وسائل وقنوات التواصل الاجتماعية تؤثر بشكل مباشر او غير مباشر في تغير اتجاهات أفراد المجتمع نحو قضايا مجتمعيه أو سياسية أو اقتصاديه ؟

خامساً : مفاهيم الدراسة

مصطلحات الدراسة ومفاهيمها

1 – التعريف الاصطلاحي للإشاعة :

يعرف العلماء والباحثون في علم الاجتماع "الإشاعة" بأنها خبر أو مجموعة من الأخبار الزائفة التي تنتشر في المجتمع بشكل سريع وتداولها بين العامة ظناً منهم في صحتها، ودائماً ما تكون هذه الأخبار شائعة ومثيرة. وتفنقر هذه الإشاعة عادة إلى المصدر الموثوق الذي يحمل أدلة على صحتها، وتهدف هذه الأخبار إلى التأثير على الروح المعنوية والبلبله وزرع بذور الشك، وقد تكون هذه الإشاعة ذات طابع "عسكري أو سياسي أو اقتصادي أو اجتماعي".⁴

وتعرف الإشاعة أيضاً بأنها "ترويج لخبر لا أساس له من الواقع، وتعتمد المبالغة أو التهويل والتشويه في سرد خبر أو التغليف عليه بأسلوب مغاير بقصد التأثير النفسي على الرأي العام المحلي أو العالمي لأهداف اقتصادية أو سياسية أو اجتماعية أو عسكرية". ويتفق علماء النفس والمختصون والباحثون في هذا المجال على أن الإشاعة تعد أحد أساليب الحرب النفسية، فقد ورد في معظم كتب الحرب النفسية أن الإشاعة أسلوب من أساليبها، أو هي وسيلة من أقوى وسائلها، مثلها في ذلك مثل الدعاية وغسل الدماغ أو افتعال الفتن والأزمات وغير ذلك من الأساليب الكثيرة.⁵

التعريف الإجرائي للإشاعة الإلكترونية :

المقصود بها الشائعات الإلكترونية المنتشرة ومنها شائعات مواقع التواصل الاجتماعي بشكل عام (الفيس بوك – تويتر – سناب شات وغيرها)

2 - التعريف الاصطلاحي للرأي العام: ويعرف باللغة الإنجليزية بمصطلح (General

Opinion)، هو مجموعة من الأفكار الشعبية، والعامة التي تصدر عن الأفراد الذين يعيشون ضمن مجتمع واحد، ويعرف أيضاً بأنه المعتقدات السائدة في بيئة ما، وقد تكون مقبولة وصحيحة، أو مرفوضة وخاطئة، ومن الممكن إعادة صياغتها، أو تعديلها بما يتناسب مع الظروف المحيطة بها.

إن الرأي العام يعد من وسائل التعبير التي عرفها الناس منذ القدم؛ إذ إن الآراء الشعبية ساهمت في تغيير العديد من المفاهيم، والأفكار السائدة التي تخص جماعة، أو فئة من الناس، ويعتبر الرأي عنصراً من العناصر المؤثرة في العديد من المجالات الحياة البشرية السياسية، والاقتصادية، والاجتماعية، وغيرها؛ لأنه مرتبط بالتعبير العلني، والواضح عن رأي ما، مع وجود تأييد شعبي له.⁶

التعريف الإجرائي للرأي العام:

المقصود به هو المجتمع الجيزاني

4 (حسنين شفيق ، نظريات الاعلام وتطبيقاتها في دراسات الاعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي ، القاهرة : دار فكر وفن للطباعة و النشر والتوزيع، 2014 ، ص 120 .

5 (حسنين شفيق المرجع السابق ، ص 133 .

6 (مختار التهامي ، عاطف العبد : الرأي العام ، القاهرة : دار فكر وفن للطباعة و النشر والتوزيع ، 2006 ، ص 18

تمهيد

ستعمل الدراسة الراهنة على دراسة الشائعات الإلكترونية ودراسة تأثيرها على الرأي العام .
ولدراسة ذلك ستتبنى الباحثة الاتجاه التكاملي الذي لا يعتمد على اتجاه نظري بعينه ، وإنما يجمع بين
أكثر من إتجاه نظري بحيث يساعد في تفسير جميع جوانب موضوع الدراسة .⁷

أولاً : الاتجاه الرئيسي في تفسير موضوع الدراسة
(والمتمثل في الانطلاق من بعض قضايا نظرية مجتمع المعلومات)

ثانياً : الاتجاهات المساعدة في تفسير موضوع الدراسة
والمتمثلة في تبني بعض مفاهيم وقضايا نظرية مارشال ماكلوهان " تكنولوجيا وسائل الاعلام وتأثيرها
على المجتمعات .

أولاً : الاتجاه الرئيسي في تفسير موضوع الدراسة
نظرية مجتمع المعلومات

يعود تاريخ استخدام عبارة " مجتمع المعلومات" ، في الأدبيات الاجتماعية العلمية، الى نهاية
السبعينات وبداية الثمانينات من القرن العشرين ، وقد تزامن ذلك مع جدالات ونقاشات حيوية حول رهان
تكنولوجي استراتيجي، وهو الثورة الميكروإلكترونية، وانعكاساتها الاجتماعية والاقتصادية على الدول
المتقدمة صناعياً، حيث رأى الكثيرون أن هذه التكنولوجيا ستتيح تطوير طرق وآليات جديدة تجعل
التصنيع أكثر مرونة، وتدفع، تدريجياً، با لعمل المكتبي الى الأتمتة، كما أنها نفس الفترة التي عرفت
دخول الحاسوب الشخصي الى الأسواق، وساد الاعتقاد أن المعالجات الحاسوبية ستقوم بالتحكم في الكثير
من العمليات في مختلف الميادين الحياتية، مثال :السيارات، والبيوت، والكثير من الآلات الاستهلاكية
العادية .⁸

أدى الزخم الهائل الذي عرفته التكنولوجيات المعلوماتية عموماً، ووتيرة الانتشار المتعظم لتكنولوجيا
الاتصال والمعلومات خلال التسعينات من القرن الماضي وما تلاها، الى إقناع الكثير من الخطابات
المتشككة بأن تحولات جذرية قد أقبلت على المجتمعات المعاصرة، كنتيجة للثورة الرقمية .فقد باشر
الكثير من الاقتصاديين البحث في الديناميكيات التنموية الاقتصادية المؤسسة على المعرفة ، أما الحقل
الاجتماعي العلمي، فقد كان بطيئاً في التفاعل مع هذه الحركية ، ولكن سرعان ما بدأ التحول التدريجي في
التفاعل مع مفهوم مجتمع المعلومات في كتابات مانويل كاستلس في التسعينيات من القرن الماضي .

إن الهدف الأساسي الذي سعى إليه كاستل هو " تحليل النمط المعلوماتي في المجتمعات الصناعية
المعاصرة " وهو ما ستتبناه الدراسة الراهنة في وصفها لدور الشائعات الإلكترونية في التأثير على الرأي
العام " .

(7) إيان كريب : ترجمة محمد حسين غلوم ، مراجعة محمد عصفور : النظرية الاجتماعية من بارسونز الى هابرماس ، سلسلة عالم
المعرفة ، العدد (244) ، الكويت ، 1999 ، ص 15 .

⁸) The Rise of the Network Society, Second Edition, Oxford: Blackwell, 2000 .

ثانياً : الاتجاهات المساعدة في تفسير موضوع الدراسة

تكنولوجية وسائل الإعلام وتأثيرها على المجتمعات⁹ نظرية مارشال ماكلوهان

تعد النظرية التكنولوجية لوسائل الإعلام، من النظريات الحديثة التي ظهرت عن دور وسائل الإعلام وطبيعة تأثيرها على مختلف المجتمعات، ومؤسسها هو " مارشال ماكلوهان " .
* المتعارف عليه في دراسات الاعلام أنه عادة ما ينظر إلى وسائل الاعلام وفقاً لطريقتين هما:-
1 - أنها وسائل لنشر المعلومات والترفيه والتعليم .

2 - أنها جزء من سلسلة التطور التكنولوجي .

فإذا نظرنا إليها على أنها وسيلة لنشر المعلومات والترفيه والتعليم، فنحن نهتم أكثر بمضمونها ، وإذا نظرنا إليها على أنها جزء من سلسلة التطور التكنولوجي فنحن حينئذ نهتم بتأثيرها بغض النظر عن مضمونها .

لكن فطبقاً لنظرية ماكلوهان فإن وسائل الاعلام لا يمكن النظر إليها بمعزل عن تكنولوجية المضمون ، حيث يرى أنه يجب الجمع بين المضمون والتأثير في دراسة وسائل الاعلام مع الأخذ في الاعتبار التطور المعلوماتي والتكنولوجي المتسارع في هذه الوسائل وتأثير تلك المعلوماتية على المجتمعات¹⁰ .

بالإضافة إلى إيمانه بأن الاختراعات التكنولوجية المهمة هي التي تؤثر تأثيراً أساسياً على المجتمعات وهو ما أسماه " الحتمية التكنولوجية Technological Determinism " ، وأضاف ماكلوهان أن هناك صلة بين وجود الاتصال الحديث في المجتمع والتغيرات الاجتماعية التي تحدث في ذلك المجتمع ، حيث أن التحول الأساسي في الاتصال التكنولوجي يجعل التحولات الكبرى تبدأ، ليس فقط في التنظيم الاجتماعي، ولكن أيضاً في العلاقات الاجتماعية ، والنظام الاجتماعي في رأيه يحدده المضمون الذي تحمله هذه الوسائل ، وبدون فهم الأسلوب الذي تعمل بمقتضاه وسائل الإعلام لا نستطيع أن نفهم التغيرات الاجتماعية والثقافية التي تطرأ على المجتمعات .

وطبقاً لما سبق فالدراسة الراهنة ستعمل على دراسة تأثير الشائعات الإلكترونية على الرأي العام مع الأخذ في الاعتبار مضمون تلك الشائعات بهدف التعرف على مدى التأثير الذي تحدثه في الرأي العام الجيزاني .

سابقاً : الدراسات السابقة

⁹) Dutton, W.H, Information and Communication Technologies, Visions and Realities, Oxford: Oxford University Press, 2002

¹⁰) Griffin, E. (2000). A first look at communication theory (4th ed.). Boston, MA: McGraw-Hill. N/A.

من خلال متابعة الباحثة للعديد من الدراسات العربية والأجنبية التي تناولت الشائعات بشكل عام والشائعات الإلكترونية بشكل خاص وتأثيرها على المجتمعات ، لذلك فقد حرصت الباحثة على متابعة كل ما كتب عن الشائعات على الصعيدين العربي والعالمي ، كما اهتمت ايضا بمتابعة كل ما كتب في التراث النظري عن تكنولوجيا الاتصال وتأثيرها ف الرأي العام . وقد استفادت الباحثة كثيرا من ذلك التراث البحثي الذي وجه أفكارها العلمية وأثرها كثيرا .

وتعد الدراسة الراهنة من أوائل الدراسات التي سنتناول دراسة الشائعات الإلكترونية وتأثيرها على الرأي العام في المجتمع الجزائري .

لذلك وبناءا على ماسبق فقد تم تقسيم التراث البحثي الذي تعرضت له الباحثة إلى محورين وهما كالتالي :-

أولاً : دراسات تناولت الشائعات وتناولها في مواقع التواصل الاجتماعي .
ثانياً : دراسات تناولت الشائعات وتأثيرها على المجتمعات .

وسوف تعتمد الدراسة الراهنة على عرض التراث البحثي بالتسلسل الزمني التاريخي حتى يتسنى لنا التعرف على التطور التاريخي لموضوع الدراسة وما طرأ عليه من تغيرات وما الجوانب التي تم دراستها في الموضوع وما الجوانب التي أغفلها الباحثون عند دراستهم للموضوع ولمعرفة موقف الدراسة الراهنة من الدراسات السابقة .

أولاً : دراسات تناولت الشائعات وتناولها في مواقع التواصل الاجتماعي

1 - دراسة (الخليوي , رعد بن أحمد صالح) بعنوان " الشائعات في وسائل التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالأمن الفكري لدى طلبة الجامعة " 2017 .¹¹

تتلخص مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيس التالي: ما علاقة الإشاعة في وسائل التواصل الاجتماعي بالأمن الفكري من وجهة نظر طلاب السنة التحضيرية لجامعة الملك سعود بالرياض؟ هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مستوى الأمن الفكري لدى طلبة السنة التحضيرية ، وكذلك التعرف على مدى إسهام الإشاعة في وسائل التواصل الاجتماعي في التنبؤ بالأمن الفكري لدى طلبة الجامعة ، وقد استخدم الباحث المنهج الوصفي الارتباطي ، وتكون مجتمع الدراسة من طلاب السنة التحضيرية لجامعة الملك سعود بالرياض . ومن أبرز النتائج التي توصلت إليها الدراسة: وجود علاقة عكسية سالبة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (0.05) فأقل بين الإشاعة في وسائل التواصل الاجتماعي وكل من ابعاد الامن الفكري (المواطنة، الديني، الفكري، الامني، التراثي، الاخلاقي، الاعلامي) . وفي ضوء هذه النتائج توصلت الدراسة إلى مجموعة من التوصيات كان أبرزها ما يلي:

¹¹ (الخليوي ، رعد بن أحمد صالح : " الشائعات في وسائل التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالأمن الفكري لدى طلبة الجامعة " ،

1. ضرورة تدعيم الأمن الفكري بين طلاب الجامعة بأبعاده المختلفة، وتدعيم النزعة الدينية ، والتمسك بثوابت الشرعية وقيم ومبادئ المجتمع، أهمية إنشاء مواقع مضادة للشائعات، مدعمة ببيانات ومعلومات صحيحة لمنع انحراف الشباب وراء المغالطات والمعلومات والأفكار المغلوطة.
2. أهمية دور رجال الدين والعلماء كقدوة للشباب لاحتضان الشباب وحمايتهم من مصدر الشائعات، والمواقع المغرضة التي تسعى لبت الانحراف الفكري بين الشباب.

2 - دراسة (إسماعيل بن مزهر صالح الشمري) ، بعنوان " الإشاعة في الصحافة الإلكترونية العربية و تأثيراتها على المجتمع " ، 2017 ¹²

هدفت الدراسة إلى رصد الإشاعة، والتعرف على تأثيرها في المجتمعات العربية ودور الصحافة الإلكترونية في انتشارها ، واتبع الباحث المنهج الوصفي بأسلوب المسح بالعينة تتمثل في عينة مكونة من 104 مبحوثاً من ذوي الاختصاص ينتمون إلى صحف إلكترونية ومؤسسات صحفية لها مواقع إلكترونية. وتمثلت اهم النتائج في أن نصف عدد العينة عارض الرأي القائل بأن ما تنشره الصحف الإلكترونية يرقى لمستوى المصادقية ، كما أيضاً أكدت نتائج الدراسة على عدم الاتفاق مع الرأي القائل تكون الإشاعة في الصحافة الإلكترونية على شكل خبر بنسبة 58.85 % من إجمالي عينة الدراسة .

3 - دراسة (عمر غازي) ، بعنوان " الشائعات في عصر وسائل التواصل الاجتماعي " ، الواقع وسبل المواجهة " 2017 ¹³

وهدفت الدراسة للتعرف على الوسائل المسببة لحدوث الشائعات، وانتشارها، والأسباب التي من شأنها زيادة الأثر السلبي في الشائعات المتداولة عبر وسائل التواصل الاجتماعي والوسائل الإلكترونية بشكل عام، كما سلطت الضوء على عدد من الأساليب المتبعة في كشف زيف الشائعة، ودحضها مع ذكر بعض الأمثلة التطبيقية عليها، والمبادرات والجهود الفريدة للقضاء على هذه الظاهرة، بالإضافة إلى عرض التشريعات المجرمة لهذا العمل في المملكة العربية السعودية، وتقديم بعض التوصيات والمقترحات ومنها : -

- o إيجاد مظلة لدعم الصفحات والحسابات والمواقع التي تهدف إلى كشف الشائعات.
- o إنشاء مركز إعلامي وبحثي مستقل للسيطرة على الشائعات ويعمل على تتبع مصادرها وتحليلها ونفيها على أسس علمية، ونشر ثقافة التعامل معها.
- o ضبط تعريف الشائعة ووضع عقوبات واضحة لكافة أشكال التعاطي الإلكتروني معها.
- o دعوة وسائل الإعلام المختلفة إلى تأهيل كوادرها وتدريبهم على سبل التحقق من الأخبار والمصادر الإلكترونية والقدرة على التثبت الإلكتروني بكافة أشكاله.
- o الاهتمام بالإعلام الأمني وتخصيص مساحة أكبر له في وسائل الإعلام المحلية والجامعات والمحاضن التربوية.
- o تصميم حملات توعوية لمواجهة الشائعات تراعي الخصائص الديموغرافية .

12 (إسماعيل بن مزهر صالح الشمري : " الإشاعة في الصحافة الإلكترونية العربية و تأثيراتها على المجتمع " ، رسالة دكتوراه ، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا ، 2017 ، ص ص 4 - 250 .
13 (عمر غازي : " الشائعات في عصر وسائل التواصل الاجتماعي - الواقع وسبل المواجهة " ، مركز سمت للدراسات ،

4 - دراسة (وليد بن ضيف الله الزهراني) ، بعنوان " المسؤولية الجنائية عن ترويج الشائعات المخلة بالأمن عبر وسائل التواصل الاجتماعي " ، 2015 ¹⁴

مشكلة الدراسة: الشائعات ظاهرة اجتماعية قديمة جداً، إلا أنه باستخدام الوسائل الحديثة أصبح تنقل هذه الأخبار الكاذبة والشائعات وترويجها أمراً سهلاً وسريعاً جداً ووصولها إلى آلاف الأشخاص خلال فترة زمنية قصيرة مما قد يؤدي إلى زعزعة الاستقرار في المجتمع لذا يلزم مواجهة هذه الجرائم من خلال وضع آليات محددة لمواجهتها، من هنا تأتي مشكلة الدراسة في السؤال الرئيس الآتي: ما المسؤولية الجنائية عن ترويج الشائعات المخلة بالأمن عبر وسائل التواصل الاجتماعي في النظام السعودي والقانون الإماراتي، استخدم الباحث المنهج الوصفي بطريقته العلمية القائمة على الاستقراء والتحليل والمقارنة ، وقد خلصت الدراسة لمجموعة من النتائج من أهمها ، إن موقف النظام السعودي من جريمة الشائعات موقف صحيح ، وهو لا يختلف عن موقف الشريعة الإسلامية من هذه الجريمة، لأن الشريعة الإسلامية هي مصدر النظام السعودي، إذ يقرر عقوبة تعزيرية تخضع لسلطة القاضي التقديرية ، كما أكدت على أن وسائل التواصل الاجتماعي الحديثة مع إيجابياتها الظاهرة إلا أنه لا بد من الحذر من سلبياتها حيث أن البعض استخدمها بطريقة سيئة لنشر الشائعات المخلة بالأمن.

5 - دراسة (بنجامين دور ومحمود فوز وتوبايس فريديريك) عن تأثير مواقع التواصل الاجتماعية على انتشار الإشاعات مثل Face book, Twitter ، 2012 . ¹⁵

ولقد وصلت آخر إحصائية للمشاركين في التوتير وغيرها من مواقع التواصل الاجتماعي من 45.6 مليون إلى 51.2 مليون، و مدي تأثيرها على اندلاع الثورات في بعض الدول العربية وأعمال الشغب في لندن "London riots" وان هذه الشبكات العنكبوتية تنقل المعلومات بطريقة سريعة جداً وبين مجموعات قد تكون في ظاهرها غير متجانسة إلا أنها لا بد أن تجمع بينهم قواسم مشتركة من الاهتمامات، واستخدمت الدراسة المنهج التجريبي حيث قام الباحث بنشر إشاعة وتتبعها بين المجموعات بشكل رياضي لو غارثمي "logarithmic" واستخدمت الدراسة الشكل الرياضي PREFERENTIAL ATTACHMENT GRAPHS والذي قام بتصميمه كلا من بارباسي وألبرت و استنتجت الدراسة أن هنالك مواقع تسري فيها الإشاعة أكثر من غيرها من المواقع الأخرى .

6 - دراسة (هنج شن ، يانج كي لو ، ونج سون) بعنوان " قوة الهمس ، نظرية عن الإشاعة كوسيلة للاتصال والثورة " ، 2012 ¹⁶

وكانت الدراسة تدور حول دور الإشاعة في اللعبة الكونية، وكيف أن هنالك مؤسسات تروج لبعض الإشاعات عن ضعف الأنظمة الحاكمة الأمر الذي يؤدي إلى انهيار هذا النظام، واستدل بذلك علي ما حدث في تونس وليبيا ومصر وان الإشاعات تزداد في فترة القلاقل والأزمات وركزت هذه الدراسة علي عنصرين أساسيين للإشاعة التي ستقوم بدراستها العنصر الأول: أنها تحتمل الصدق أو الكذب

14 (وليد بن ضيف الله الزهراني : " المسؤولية الجنائية عن ترويج الشائعات المخلة بالأمن عبر وسائل التواصل الاجتماعي " ، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية ، 2015 .

15) Benjamin doer, Mahmoud Fous ,Tobias Fredric , Experimental Analysis of Rumor Spreading in Social Networks , Design and Analysis of Algorithms , 2012 , pp 159-173 .

16) Heng chen,Yang K.lu,WING Suen , THE POWER OF WHISPERS: A THEORY OF RUMOR, COMMUNICATION, AND REVOLUTION , International Economic Review , Volume 57, Issue 1 , 2012 , pp 89-116 .

العنصر الثاني: أن الناس انشغلت بالحديث عنها. ومن الإشاعات التي تحدثت عنها الدراسة الإشاعة التي انتشرت في تونس عن أن الرئيس التونسي غادر البلاد وانتهت إلي تصاعد وتيرة الثورة في تونس، وكذلك الإشاعة التي انتشرت في مصر أن الرئيس مبارك غادر مصر بصحبة أسرته إلي لندن مما أدي ايضاً إلي أن أفراد المجتمع أحس بضعف النظام. وكذلك في ليبيا عندما اشتد وطيس المعارك بين النظام الحاكم والثوار انتشرت إشاعة عن مغادرة القذافي وأسرته الأراضي الليبية، وهي غير مقتصرة علي الدول العربية فقط بل ايضاً في تشيكوسلوفاكيا سابقاً والتي سميت "الثورة المخملية" وكانت سببها إشاعة انتشرت عن قتل طالب يبلغ من العمر 19 سنة وقتل من قبل البوليس بطريقة بشعة وكانت الشرارة التي انطلقت من بعدها الثورة وقسمت الدولة إلي قسمين .

ثانياً : دراسات تناولت الشائعات وتأثيرها على المجتمعات .

1 - دراسة (طلال محمد الناشري) بعنوان ، " الإشاعة وتأثيرها علي المجتمع " ، 2013 ،¹⁷

هدفت هذه الدراسة لمعرفة مدي تأثير انتشار الإشاعة علي البناء الاجتماعي واهم أهدافه الكشف عن الإبعاد الاجتماعية والنفسية وراء انتشار الإشاعات في المجتمع ، وماهي الأسباب الدافعة لمروجي الإشاعات في تلفيقها والحرص علي انتشارها بين قطاعات معينة من أفراد المجتمع ؟ وماهي الآثار الاجتماعية والنفسية والسياسية والاقتصادية التي تتسبب فيها الإشاعات التي تنتشر بين الحين والآخر في وسائل الإعلام المختلفة ؟ أو بين وسائل وقنوات التواصل الاجتماعية وتؤثر بشكل مباشر أو غير مباشر في تغيير اتجاهات أفراد المجتمع نحو قضايا مجتمعية أو سياسية أو اقتصادية ، ولقد تم استخدام المنهج الوصفي ، كانت معظم مفردات العينة من السعوديين حيث بلغت 90% من السعوديين و10% من غير السعوديين ، والنوع 65% ذكور و39% من الإناث ، ومن اهم نتائج البحث، الإشاعات كانت موجودة في المجتمع في السابق ، ولكنها تحولت في الآونة الأخيرة إلي ظاهرة ؟ أجابت معظم مفردات العينة بنعم وكانت النسبة 66% .

وقد يعود السبب إلي الانفتاح الإعلامي ووجود قنوات إعلامية متعددة المشارب والأهواء والأيدولوجيات ، وتزامن ذلك مع استخدام أفراد المجتمع وخاصة من فئة الشباب لمواقع التواصل الاجتماعية ، وكما أن الإشاعة تعتبر وسيلة فاعلة ومؤثرة من وسائل الدعاية ويؤكد علماء الاجتماع أن الإشاعة يعادل تأثيرها تأثير الإذاعة والصحافة معاً ويمكن استخدامها استخداماً ايجابياً لتقوية موقف أو لكسب داعمين لسياسة ما ، ويمكن أن تستخدم استخداماً سلبياً في إحداث نوعاً من البلبلة والقطيعة بين أفراد المجتمع والمسؤولين .

2 - دراسة (خالد صالح الدين حسن علي) بعنوان " اتجاهات الرأي العام المصري نحو ثنائية

الإعلام والشائعات في إطار التحليل الاجتماعي لمحددات الوعي الإعلامي " ، 2010 ،¹⁸

وتتحدد المشكلة البحثية في رصد وقياس اتجاهات الرأي العام المصري نحو دور وسائل الإعلام في بث ونشر الشائعات السلبية في المجتمع؛ في إطار محددات الوعي الإعلامي التي تهتم بالتحليل الاجتماعي للممارسات غير المسؤولة لوسائل الإعلام والتي تُعد الشائعات أخطر مخرجاتها ومظاهرها وأكثرها ضرراً علي المجتمع وأنظمتها الفرعية المختلفة السياسية والاقتصادية والاجتماعية .

(17) طلال محمد الناشري : " الإشاعة وتأثيرها علي المجتمع " ، مجلة العلوم الاجتماعية ، 2013 ، ص ص 25 - 103 .

(18) خالد صالح الدين حسن علي: " اتجاهات الرأي العام المصري نحو ثنائية الإعلام والشائعات في إطار التحليل الاجتماعي لمحددات الوعي الإعلامي " ، مؤتمرات كلية الاعلام ، 2010 .

واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي وتمثلت العينة في المجتمع المصري ان لدى المبحوثين اتجاهات تتسع بالقوة والتحديد نحو مكونات الجوانب الإجرائية والأخلاقية للشائعات وذلك على النحو التالي يعتقد المبحوثين ان أهمية موضوع الشائعة وبروزها هو المكون الإجرائي الأهم في تحديد خطورة الشائعة ومدى الاهتمام الذي ستحظى به لدى الرأي العام

وتتفق تلك النتيجة مع نظرية انتشار الشائعة التي تؤكد علي أن موضوع الشائعة هو العام الحاسم في عملية ترويجها لدى الرأي العام .

كما أكد المبحوثين علي أن قابلية المواطنين في مصر لتصديق المعلومات التي تُتاح لهم من وسائل الاعلام ومصادر المعلومات الأخرى و تُزيد بدورها من احتمالات انتشار الشائعات بينهم.

3 - دراسة (دوفينزو وآخرون) بعنوان " علم نفس الشائعة " 2006 .¹⁹

حيث هدفت هذه الدراسة إلى رصد الشائعات في المجال السياسي وتقديم نماذج للشائعات التي انتشرت في الحروب، أو استخدمت لتسويغها وتسببت بها، كالحرب على العراق حيث استخدمت الشائعة لشحن الرأي العام العالمي، كشائعة أسلحة الدمار الشامل والسلاح النووي التي كانت من أهم مبررات الحرب على العراق عالمياً وأمام الشعوب، وقد رصدت الدراسة الشائعة وبينت أن معظم هذه الشائعات قد ألغتها الحقائق على الأرض . وكانت النتائج قد بينت مدى قدرة الشائعة على التحايل على عقول الناس وتأثيرها في الرأي العام وتوجيهه باتجاه الأهداف سواء أكان مصرحاً بها أم لا، ويزداد تأثير الشائعات كلما كانت مدروسة ومصاغة بشكل دقيق ، وباختصار تركز الدراسة على الشائعة في الحرب، وتوظيف صانعي القرار لها بما يخدم أهدافهم .

التعليق على الدراسات السابقة :

1. تزايد اهتمام الباحثين في مجال الشائعات وتأثيرها على الرأي العام
2. وبينت الدراسات السابقة الارتباط القوي بين الشائعات وتأثيراتها السلبية على المجتمع
3. ابرزت الدراسات السابقة تعدد الإطارات الموضوعية لشائعات والتي تشمل الشائعات السياسية والاقتصادية والصحية والعسكرية..
4. كشفت الدراسات السابقة عن خطورة الشائعات ومساهمتها في بث الفتن بين افراد المجتمع
5. وظهرت الدراسات السابقة ان مواقع التواصل الاجتماعي لها دور كبير في تداول الشائعات
6. واعتمدت اغلبية الدراسات السابقة على منهج المسح الوصفي
7. وكانت للدراسات السابقة مدة زمنية محصورة من عام 2010 الى 2017

ثامناً : الإطار المنهجي للدراسة²⁰

(أ) نوع الدراسة

¹⁹)
(20) أحمد بن مرسلني : " مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال " ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 2003 ، ص

تعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية الميدانية التي تسعى إلى وصف ظاهره معينة وتمثل هذه الظاهرة في الشائعات الإلكترونية وتأثيرها على الرأي العام.

(ب) منهج الدراسة

اعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي باعتباره انسب المناهج العلمية ملامة للدراسات الوصفية ومنهج المسح هو جهد علمي منظم للحصول على معلومات أو أوصاف عن الظاهرة أو الظواهر محل الدراسة وقد تم توظيف هذا المنهج في إطار استخدام أسلوب المسح لعينه من مجتمع جازان بالمملكة العربية السعودية .

(ج) أدوات جمع البيانات

اعتمدت الدراسة على استمارة الاستقصاء الميداني بطريقة إلكترونية عبر جوجل فورمز للتعرف على آراء الجمهور ومدى تأثير الشائعات الإلكترونية عليهم وشملت 23 سؤال تغطي أهداف الدراسة.

حدود الدراسة

الحدود الزمانية :

أجريت الدراسة خلال فتره زمنية كانت على مدار شهر كامل في الفصل الدراسي الثاني من العام الجامعي 1439هـ

الحدود المكانية :

اقتصرت الدراسة على عينه من الجمهور السعودي بمنطقة جازان .

اختبارات الصدق والثبات:

الصدق: 21

قامت الباحثة بتصميم الاستمارة من الدراسات السابقة واتبعت إجراءات التحقيق من صدق الاستمارة من خلال تحكيم مجموعه من أساتذة الأعلام وتم تطبيق كافة الملاحظات التي أبدوها من أجل الأسئلة الاستمارة أكثر دقه ووضوحا.

الثبات:

تم قياس الثبات التحليلي عن طريق إعادة الاختبار على 40 مبحوث بما يمثل 10% من عينة الدراسة بعد تطبيق الإستمارة لمدة أسبوع ومقارنة النتائج ، وبلغت نسبة الثبات 85% وتعتبر هذه النسبة داله على صلاحية القياس .

الإطار الإجرائي للدراسة: 22

المجتمع : يتمثل مجتمع الدراسة في المجتمع الجيزاني

21 (أسماء المحكمات :

د . ماجده السيد / محاضر بقسم اللغة الإنجليزية
د . إنعام حامد / أستاذ مساعد بقسم الصحافة والإعلام
د . دعاء عادل / أستاذ مساعد بقسم الصحافة والإعلام

(عاطف عدلي العبد : . " العينات واستخداماتها في بحوث الإعلام والرأي العام " المجلة المصرية في بحوث 22
الإعلام والرأي العام ، أكتوبر - ديسمبر ، 2002 .

العينة : طبقت الدراسة على عينه عشوائية قوامها 400 مفردة من المجتمع الجيزاني

جدول (أ) نوع العينة في الدراسة

النسبة المئوية	ك	النوع
%50	200	ذكور
%50	200	اناث
%100	400	المجموع

ويتضح من الجدول السابق انه تم تقسيم العينة على 200 من الذكور و200 من الإناث

جدول(ب) الفئه العمرية للعينه

النسبة المئوية	ك	الفئة العمرية
%68	272	30_20
%28.5	114	40_31
%3.5	14	41_فاكثر
%100	400	المجموع

يوضح الجدول السابق انه تم توزيع على أعمار مختلفة ولكن كانت أعلى نسبه من 20-30

جدول (ج) المستوى التعليمي للعينه

النسبة المئوية	ك	المستوى التعليمي
%5.75	23	متوسط
%8.25	33	ثانوي
%82.25	329	جامعي
%3.75	15	دراسات عليا
%100	400	المجموع

يوضح الجدول السابق المستوى التعليمي للعينة كانت أعلى نسبه جامعي .

المعالجة الإحصائية للبيانات:

قامت الباحثة بالتحليل اليدوي مستخدمين التكرار والنسب المئوية وتحليل نتائج التكرار النسبي وتفسير النتائج للإجابة على تساؤلات الدراسة.

تاسعاً : الإطار المعرفي للدراسة

أولاً : الشائعات وتأثيرها على الرأي العام

انتشرت الشائعات بشكل كبير جداً في بعض المجتمعات وهي الشائعات التي شملت جميع جوانب الحياة وأصبحت من العادات المحببة لدى البعض وكأنها أمر طبيعي يفترض على الجميع المشاركة فيه والمساعدة على نشره، وأصبحت الشائعات من قوة انتشارها تتحول في عقول البعض إلى حقائق وما هو لافتاً للنظر أيضاً أن معظم الشائعات تكون مفبركة يطرحها خبراء متمرسين وبالوقت المناسب لتلائم الحدث. وللأسف الشديد انتشرت بقوة تفوق قوة الحقائق، وسبب قوتها يعود للأرض الخصبة التي ترعاها،²³ فمثل هذه الظواهر تلحق الضرر في كل أفراد المجتمع بكافة فئاته وتشكل الشائعة ضغطاً اجتماعياً مجهول المصدر يحيطه الغموض والإبهام، وتحظى من قطاعات عريضة بالاهتمام، ويتداولها الناس لا بهدف نقل المعلومات، وإنما بهدف التحريض والإثارة وبلبله الأفكار وتستههدف القناعات الراهنة للرأي العام والمستقرة في ذهنية المتلقي بغية التهيئة لغايات معينة، وتتعامل السياسات الجنائية مع السلوك المجرم بكافة التدابير والإجراءات المستخدمة بما في ذلك الوقاية والمنع والتجريم والعقاب، واستجابة لمتطلبات التجريم والعقاب ولما تحدثه الشائعات من تأثير كبير في الرأي العام وانعكاساته على المجتمع والسلم الأهلي فقد جرم القانون الشائعات الكاذبة، والشائعات المجرمة ترتبط بتكديرها للرأي العام واعتدائها على الأمن العام للدولة وزعزعة الثقة بها وبمصالحها الحيوية التي تشكل مرتكزاتها الداعمة وأهمها الاقتصاد والعملية والأمن الداخلي،²⁴ وتعتبر الشائعات من أخطر وافتك الأساليب المستخدمة في التأثير على الأمن ولجماهير ولذلك تندس بطريقة أشبه ما تكون بالسحر وسط الجماهير، ولأنه من الصعب أيضاً معرفة مصدرها بالإضافة إلى أن ضحاياها يسمعون من أصدقائهم مما يعطيها معصورة الخبر الصادق، بل إن بعض الأحيان يكون ضحاياها هم نفس مروجيها،²⁵

وقد اثرت الشائعات على المجتمع بشكل سلبي وأثارت الكثير من الفتن والمشاكل لاسيما بين الدول أيضاً فتأثير الشائعات على المجتمع كان كبيراً جداً.

ثانياً : وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها على الرأي العام

شبكات التواصل الاجتماعي وتشكيل الرأي العام أصبحت وسائل التواصل والعام الرقمية من ضرورات بالغ الأهمية والخطورة الحياة، إذ تؤدي وسائل العام دوراً في تشكيل الرأي العام، وفي تعبئة الجماعات، وحشدها حول أفكار وآراء واتجاهات معينة، مهما كانت هذه الجماهير، والقدرة الهائلة لوسائل الاتصال الرقمية في تحقيق المزيد من التأثير في الجماهير، وتوجيهها نحو آراء وأفكار معينة. وأسهم الانتشار الحر للمعلومات من خلال شبكات التواصل الاجتماعي

23) نبهة طربوش : " الشائعات وأثرها على المجتمع " ، دار ناشري للنشر الالكتروني ، 2016 .

24) Fisher, A. et al. Handbook for Family Planning Operations Research . (U.S.A.: The Population Council, 2009 .

25) متعب بن شديد الهماش : " اساليب مواجهة الشائعات تأثير الشائعات على الأمن الوطني " ، كلية التدريب

قسم البرامج التدريبية ، جامعة نايف للعلم والتكنولوجيا ، 2013 .

الرقمية، في خلق إمكانية كبيرة للتحرك الشعبي على أساس معرفة واسعة ودقيقة بالأحداث السياسية، ومن ثم التأثير في تصور المواطن للسياسة، وتتخذ هذه الشبكات في هذه العملية، إذ تمارس تأثيرات قوية في فريدا موقفا صانعي القرار، وفي تشكيل الرأي العام، فوسائل الاتصال تمثل حلقة وصل بين الرأي العام وصانعي القرار ويختلف تأثير وسائل العام في تشكيل اتجاهات الرأي للبيئات الاتصالية التي تتم من خلالها عمليات العام تبعا للتلقي، فتكرار التعرض لوسائل الاتصال يزيد من قوة تأثيرها في تشكيل اتجاهات الرأي العام،²⁶.

فيما أصبحت شبكات التواصل الاجتماعي أداة فاعلة ومؤثرة في صياغة الرأي العام في المجتمعات، ولم تعد «الميديا الاجتماعية» مجرد وسيلة عادية، بل باتت مصدراً رئيساً للأخبار، فإلى تعد وسائل التواصل الاجتماعي ترفاً، بل أصبحت ضرورة فرضتها المتغيرات المتسارعة في عالم الاتصال الجماهيري، الذي تسارعت وتيرة تطوره، إذ أصبحت أداة فاعلة في تعبئة الرأي العام وصناعته في المجتمع ولا يمكن التقليل من أهميتها، وفي المقابل من غير المنطقي المغالاة جداً في دورها وإهمال العوامل الأخرى أتاحت وسائل التواصل الاجتماعي دخول فاعلين جدد في المشهد الإعلامي اليوم، بعد أن كان محصوراً في النخب، إذ أصبح هؤلاء قادرين على التأثير في الرأي العام ومخاطبة الجماهير بلغة قريبة إليهم وسواء أوفق البعض مع ما يطرحه هؤلاء المؤثرون أم لم يتفق، فإن الواقع يشهد أن المتابعين للمحتوى، الذي يقدمه مشاهير التواصل الاجتماعي، عدد لا يستهان به.²⁷

ثالثاً: الشائعات الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي

لقد باتت وسائل التواصل الاجتماعي إحدى الأدوات التي يتم استخدامها بشكل سلبي في نشر الشائعات، بدليل أن معدلات انتشار الشائعات تتناسب طردياً مع التقدم في تكنولوجيا الاتصال وانتشار وسائل التواصل الاجتماعي بين أفراد المجتمع. حيث يلجأ مستخدمو هذه الوسائل في التخفي أو من خلال هويات غير حقيقية في نشر بعض الأخبار الكاذبة التي تجد رواجاً لدى كثيرين، وخاصة إذا ما تم الأخذ في الاعتبار هنا أن سيكولوجية الشائعات تشير إلى انتفاء الفوارق الثقافية بين المتلقين عند تداول الشائعة، والتعاطي معها في أحيان كثيرة .

الخطر في الأمر أن الشائعات تنتشر هذه الأيام بسهولة، ليس لتنامي مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي فقط، وإنما لأن الأحداث والتطورات المتصاعدة التي تشهدها المنطقة من حولنا تجعل من الأكاذيب بيئة خصبة للنمو والتكاثر أيضاً، خاصة إذا كانت هذه النوعية من الشائعات تستهدف رجال السياسة والإعلام، والشائعات حول الأمراض والأوبئة، وغيرها من القضايا التي لا تنفصل عن الأمور الحياتية لأفراد المجتمع.²⁸

ويمكن تصنيف الشائعات عبر وسائل التواصل الاجتماعي من حيث أهداف نشرها إلى قسمين: أولهما نشر شائعات مع سبق الإصرار والترصد. وهي المعلومات التي ينشرها أصحابها، وهم على يقين

26 (أسامة غازي المدني : " شبكات التواصل الاجتماعي وتشكيل الرأي " ، مجلة الآداب والعلوم الإنسانية ، جامعة

ام القرى نموذجاً ، 2015 .

27 (موقع اخبار العربية _ ناصر الهزاني_ دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام _2017

28 (مجموعة باحثين : " الشائعات في وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيراتها السلبية " ، @ available on line

http://www.siyassa.org.eg/News/15187.aspx , 2014 .

ودراية تامة بكون هذه الأخبار عارية عن الصحة. وعادة ما يكون لدى هؤلاء هدف أو غرض محدد من نشر هذه الأخبار بحسب نوع الخبر وطبيعته. فإما أن يكون الغرض تجارياً بحثاً، يسعى إلى زيادة الإقبال على منتج معين عن طريق استخدام الإشاعة كآلية تسويقية مبتكرة، أو لغرض التشويش أو الإساءة إلى شركة أو شخص منافس عن طريق تحريف الحقائق.

في بعض الحالات يتم بناء مواقع كاملة، هدفها الأول تسويقي، تُنسب لمجموعة هواة في ما هي في الأصل من طرف الشركات المعنية بهذه المنتجات نفسها. وهناك شائعات يتم نشرها عن قلة دراية وضعف خبرة، وهذا النوع من الشائعات ينتشر بشكل عفوي غير مقصود، سواء بسبب التسرع في نشر الأخبار من دون التحقق من مصادرها الأصلية، أو عن طريق تحريف الكلام الصادر عن المصدر الأصلي نتيجة التجزئة أو الاقتباس المخل بالمعنى.

تعتبر سهولة إنتاج ونشر، وإعادة نشر المعلومات ومشاركة التحديثات بأيسر السبل، وأقلها كلفة، وفي فترة زمنية وجيزة من الأسباب المساهمة في سرعة انتشار الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي كذلك تساهم في جعل قدرة التحكم في المحتوى الإلكتروني ضئيلة جداً. يُضاف إلى ذلك صعوبة مراقبة المحتوى الذي يتم نشره من قبل المواطنين الصحفيين عكس واقع الحال في الصحافة التقليدية.

يُسجّل ارتفاع في نسب انتشار الشائعات عبر شبكات التواصل الاجتماعية كلما كانت المواضيع محل النقاش متعلقة بالقضايا الإنسانية والعرقية والدينية، أو متناولة لشخصيات عامة.²⁹

وعلى الرغم من فاعلية وسائل التواصل الاجتماعي ودورها الإيجابي في نشر الأخبار وخدمة الجمهور، فإنها تلعب دوراً سلبياً موازياً في نشر الشائعات والأخبار الكاذبة التي لا يمكن تصنيفها كشائعات، ولكنها ربما تمتلك هي الأخرى تأثيرات سلبية تفوق الشائعات وإن اختلفت عنها في نوايا مصدر المعلومات. إذ تمثل وسائل التواصل الاجتماعي بطبيعتها بيئة خصبة لتناقل الأخبار بغض النظر عن صحتها كونها تعمل من كونها موثوق شرف أو قواعد أو معايير، ولا يخضع تناقل الأخبار فيها غالباً إلى أي نوع من المساءلة القانونية.³⁰

عاشراً : نتائج الدراسة الميدانية

جدول (1) يوضح أكثر الوسائل التي تصل عبرها الشائعات

المجموع		الاناث		الذكور		أكثر الوسائل تصلك عبرها الشائعات
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	

²⁹ (إيمان بخوش : " الشائعات المنتشرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي " ، شبكة الصحفيين الدوليين ، 2013 .

³⁰ (محمد المرزوقي : " الشائعات في شبكات التواصل الاجتماعي " ، صحيفة الرياض ، 2014 .

2.5	10	2	4	3	6	الاعلام والتلفزيون
%		%		%		
97.	390	9	19	97	19	الانترنت ومواقع التواصل
%5		%8	6	%	4	
100	400	1	20	10	20	المجموع
%		%00	0	%0	0	

يشير الجدول السابق إلى أكثر الوسائل تصلك عبرها الشائعات وجاء في المركز الأول الانترنت ومواقع التواصل بنسبة 97.5% وكان للذكور بنسبة 97% وللإناث بنسبة 98% وجاء في المركز الثاني الاعلام والتلفزيون بنسبة 2.5% وكان للذكور بنسبة 3% وللإناث بنسبة 2%.

جدول (2) اكثر مواقع التواصل الاجتماعي التي تساهم في نشر الشائعات

المجموع		الاناث		الذكور		اكثر مواقع التواصل الاجتماعي التي تساهم في نشر الشائعات
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
35	14	3	6	3	7	تويتر
%25	1	%3.5	7	%7	4	
50	20	5	1	5	1	وتس اب
%5	2	%0	00	%1	02	
14	57	1	3	1	2	انستغرام
%25		%6.5	3	%2	4	
10	40	1	2	1	2	المجموع
%0	0	%00	00	%00	00	

يشير الجدول السابق إلى أكثر مواقع التواصل الاجتماعي التي تساهم في نشر الشائعات وجاء في المركز الأول واتس اب بنسبة 50.5% وكان للذكور بنسبة 51% وللإناث بنسبة 50% وجاء في المركز الثاني تويتر بنسبة 35.25% وكان للذكور بنسبة 37% وللإناث بنسبة 33.5% وجاء في المركز الثالث انستغرام بنسبة 14.25% وكان للذكور بنسبة 12% وللإناث بنسبة 16.5% واتضح أعلى نسبة في الواتس اب وكانت بنسبة 50.5% وهذا يوضح انه أكثر مواقع التواصل مساهمه في نشر الشائعات فقد صرحت هيئة مكافحة الشائعات أيضا ان الواتس اب هو مصدر 80% من الإشاعات.

جدول (3) نوع الشائعات التي تتداول على مواقع التواصل الاجتماعي حاليا

نوع الشائعات التي تتداول على مواقع التواصل الاجتماعي حاليا	الذكور		الاناث		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
شائعات سياسية	2	3.5%	2	12%	51	75.12%
شائعات اقتصادية	1	5%	2	11%	32	8%
شائعات اجتماعية	9	5%	1	50%	19	47.5%
شائعات امنية	1	5%	1	7.5%	25	6.25%
شائعات فنية	6	1.5%	3	19.5%	10	25.5%
المجموع	20	100%	20	100%	40	100%

يشير الجدول السابق إلى نوع الشائعات التي تتداول على مواقع التواصل الاجتماعي حاليا وجاء في المركز الأول شائعات اجتماعية بنسبة 47.5% وكان للذكور بنسبة 45% وللإناث بنسبة 50% وجاء في المركز الثاني شائعات فنية بنسبة 25.5% وكان للذكور بنسبة 31.5% وللإناث بنسبة 19.5% وجاء في المركز الثالث شائعات سياسية بنسبة 12.75% وكان للذكور 13.5% وللإناث بنسبة 12% وجاء في المركز الرابع شائعات اقتصادية بنسبة 8% وكان للذكور بنسبة 5% وللإناث بنسبة 11% وجاء في المركز الخامس شائعات امنية بنسبة 6.25% وكان للذكور بنسبة 5% وللإناث بنسبة 7.5% واتضح أعلى نسبة في الشائعات الاجتماعية وكانت بنسبة 47.5% أي تتمثل في الشائعات التي يوجهها أفراد المجتمع لبعضهم البعض؛ لخصومة، أو فتنة، ولتعميق الخلافات بينهم وهذا يوضح ان اكثر الشائعات كانت تأخذ الجانب الاجتماعي.

جدول (4) اكثر شائعه متداوله على مواقع التواصل الاجتماعي في الأوان الاخيرة

اكتر شائعه متداوله على مواقع التواصل الاجتماعي في الأوان الأخيرة	الذكور		الاناث		المجموع	
	ا	ا	ا	ا	ا	ا

نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	
1 %1.5	4 6	1 %4	2 8	9 %	1 8	صافرات الإنذار في الرياض
5 %2.5	2 10	5 %0	1 00	5 %5	1 10	الغاء قيادة المرآه
1 %1	4 4	1 %4.5	2 9	7 %5	1 5	امر ملكي بإعطاء مواليد المملكة الجنسية السعودية
1 %3.75	5 5	1 %2.5	2 5	1 %5	3 0	الكابتن حسن الزهراني يطلب يد المضيفة في الطائرة
1 %1.25	4 5	9 %	1 8	1 %3.5	2 7	لا اعرف
1 %00	4 00	1 %00	2 00	1 %00	2 00	المجموع

يشير الجدول السابق إلى أكثر شائعه متداوله على مواقع التواصل الاجتماعي في الأوان الأخيرة وجاء في المركز الأول الغاء قيادة المرآه بنسبة 52.5% وكان للذكور بنسبة 55% وللإناث بنسبة 50% وجاء في المركز الثاني لكابتن حسن الزهراني يطلب يد المضيفة في الطائرة بنسبة 13.75% وكان للذكور بنسبة 15% وللإناث بنسبة 12.5% وجاء في المركز الثالث لا اعرف بنسبة 11.25% وكان للذكور بنسبة 13.5% وللإناث بنسبة 9% وجاء في المركز الرابع صافرات الإنذار في الرياض بنسبة 11.5% وكان للذكور بنسبة 9% وللإناث بنسبة 14% وجاء في المركز الخامس امر ملكي بإعطاء مواليد المملكة الجنسية السعودية بنسبة 11% وكان للذكور 7.5% وللإناث بنسبة 14.5% واتضح أعلى نسبة في الغاء قيادة المرآه وكانت بنسبة 52.5% وقد انتشر "هاشتاك" إلغاء قيادة المرآه"، وحصد أكثر من 97 ألف تغريده، وانقسمت الغريدات بين معارضين للخبر ومؤيدين له، ورأى البعض أن قرار قيادة المرآه للسيارة في السعودية من عدمه لا يحتاج إلى كل هذا الجدل، بينما طالب البعض أن يتم إلغاء قيادة المرآه وقد نفت هيئة مكافحة الشائعات ما يتم تداوله حول هذا الخبر وهذا يوضح ان اكثر الشائعات انتشار في هذه الفترة هي الغاء قيادة المرآه.

جدول (5) الهدف من نشر الشائعات

المجموع		الاناث		الذكور		الهدف من نشر الشائعات
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
2	8	1	39	2	4	نشر الفتن وزعزعة

امن المجتمع	8	4%		9.5%	7	1.75%
لفت الانتباه	2	3%	24	2	0	2.5%
إيذاء الآخرين	2	4.5%	24	3	3	3.25%
جميع ما سبق	9	8.5%	11	3	10	2.5%
المجموع	2	00%	20	0	00	00%

يشير الجدول السابق إلى الهدف من نشر الشائعات وجاء في المركز الأول جميع ما سبق بنسبة 52.5% وكان للذكور بنسبة 48.5% وللإناث بنسبة 56.5% وجاء في المركز الثاني نشر الفتن وزعزعة امن المجتمع بنسبة 21.75% وكان للذكور بنسبة 24% وللإناث بنسبة 19.5% وجاء في المركز الثالث إيذاء الآخرين بنسبة 13.25% وكان للذكور 14.5% وللإناث بنسبة 12% وجاء في المركز الرابع لفت الانتباه بنسبة 12.5% وكان للذكور 13% وللإناث بنسبة 12% واتضحت أعلى نسبة في جميع ما سبق وكانت بنسبة 52.5% وهذا يوضح ان الهدف من نشر الشائعات هو نشر الفتن وزعزعة امن المجتمع ولفت الانتباه وإيذاء الآخرين.

جدول رقم (6) يوضح توزيع مفردات العينة ومدى مدى نشر مواقع التواصل الاجتماعي للشائعات

الذكور		الاناث		المجموع		مدى نشر مواقع التواصل الاجتماعي للشائعات
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	

7	30	78	15	71	43	منتشرة
%5	0	%5.5	7	%5.5		
2	10	21	43	28	7	منتشرة لحد ما
%5	0	%5.5		%5.5		
1	40	10	20	10	00	المجموع
%00	0	%0	0	%0		

يشير الجدول السابق إلى مدى نشر مواقع التواصل الاجتماعي للشائعات وجاء في المركز الأول منتشرة بنسبة 75% وكان للذكور بنسبة 71.5% وللإناث بنسبة 78.5% وجاء في المركز الثاني منتشرة لحد ما بنسبة 25% وكان للذكور بنسبة 28.5% وللإناث بنسبة 21.5% واتضح أعلى نسبة في منتشرة وكانت بنسبة 75% وهذا يوضح أن مواقع التواصل الاجتماعي تداولت الشائعات بشكل كبير جدا

جدول (7) يوضح مدى صحة الاخبار والمعلومات المتداولة على مواقع التواصل

المجموع		الاناث		الذكور		مدى صحة الاخبار والمعلومات المتداولة على مواقع التواصل
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	لنتكرار	
6	25	5.5	11	7	4	صحيحه
%25		%		%		
5	21	59.	11	48.	7	صحيحه لحد ما
%4	6	%5	9	%5		
3	15	35	70	44.	9	غير صحيحه
%9.57	9	%		%5		
1	40	10	20	10	00	المجموع
%00	0	%0	0	%0		

يشير الجدول السابق إلى مدى صحة الاخبار والمعلومات المتداولة على مواقع التواصل الاجتماعي وجاء في المركز الأول غير صحيحه بنسبة 39.57% وكان للذكور بنسبة 44.5% وللإناث بنسبة 35% وجاء في المركز الثاني صحيحه لحد ما بنسبة 54% وكان للذكور بنسبة 48.5% وللإناث بنسبة 59.5% وجاء في المركز الثالث صحيحه بنسبة 6.25% وكان للذكور 7% وللإناث 5.5% واتضح أعلى نسبة في غير صحيحه وكانت بنسبة 39.57%

جدول (8) يوضح مصداقية المواقع في نشرها للمعلومات والأخبار

المجموع		الاناث		الذكور		مدى تصديق كل ما يصلك من معلومات واخبار
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
14 %	56	16 %	32	12 %	24	اصدقها
45 % .25	181	49.5 %	99	41 %	82	اصدقها لحد ما
40 % .75	136	34.5 %	69	47 %	94	لا اصدقها
10 %0	400	100 %	200	100 %	200	المجموع

يشير الجدول السابق إلى مدى تصديق كل ما يصلك من معلومات واخبار وجاء في المركز الأول اصدقها لحد ما بنسبة 45.25% وكان للذكور بنسبة 41% وللإناث بنسبة 49.5% وجاء في المركز الثاني لا اصدقها بنسبة 40.75% وكان للذكور بنسبة 47% وللإناث بنسبة 34.5% وجاء في المركز الثالث اصدقها بنسبة 14% وكان للذكور بنسبة 12% وللإناث بنسبة 16% واتضح أعلى نسبة في اصدقها لحد ما وكانت بنسبة 45.25% وهذا يوضح ان هناك وعي منتشر بشكل كبير وهناك أيضا مدى محدد للتصديق .

جدول (9) يوضح التفاعلية مع مضمون الرسائل

المجموع		الاناث		الذكور		مدى إعادة ارسال الرسائل التي تصل وحتى ولم تكن متأكد من صحتها
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
4 % .75	19	8 %	16	1 % .5	3	دوما
3	12	0	0	6	1	غالبا

					2	
1	72	18.	37	1	3	أحيانا
%8		%5		%7.5	5	
3	14	41	82	3	6	نادرا
%6.75	7	%		%2.5	5	
3	15	32.	65	4	8	ابدا
%7.5	0	%5		%2.5	5	
1	40	10	20	1	2	المجموع
%00	0	%0	0	%00	00	

يشير الجدول السابق إلى مدى إعادة ارسال الرسائل التي تصل وحتى ولم تكن متأكد من صحتها وجاء في المركز الأول ابدا بنسبة 37.5% وكان للذكور بنسبة 42.5% وللإناث بنسبة 32.5% وجاء في المركز الثاني نادرا بنسبة 36.75% وكان للذكور بنسبة 32.5% وللإناث بنسبة 41% وجاء في المركز الثالث أحيانا بنسبة 18% وكان للذكور 17.5% وللإناث بنسبة 18.5% وجاء في المركز الرابع دوما بنسبة 4.75% وكان للذكور 1.5% وللإناث بنسبة 8% وجاء في المركز الخامس غالبا بنسبة 3% وكان للذكور بنسبة 6% وللإناث بنسبة 0%

جدول (10) يوضح قوة تأثير الشائعة على تصديق الجمهور للمعلومات والأخبار

المجموع		الاناث		الذكور		تأثير الشائعات على مدى تصديقك للأخبار والمعلومات التي تصلك
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
3	1	27.	5	3	6	تؤثر

23	5	5	4	8	
0.75%	5%	5	4%	8	
4	45	9	5	1	تؤثر لحد ما
1	90	0	0	00	
7.5%	%	9	5	00	
2	27.	5	1	3	لا تؤثر
8	7	5	5	2	
1.75%	5%	5	6%		
1	10	2	1	2	المجموع
4	00	00	00	00	وع
00%	0%	00	00%	00	

يشير الجدول السابق إلى تأثير الشائعات على مدى تصديقك للأخبار والمعلومات التي تصلك وجاء في المركز الأول تؤثر لحد ما بنسبة 47.5% وكان للذكور بنسبة 50% وللإناث بنسبة 45% وجاء في المركز الثاني تؤثر بنسبة 30.75% وكان للذكور بنسبة 34% وللإناث بنسبة 27.5% وجاء في المركز الثالث لا تؤثر بنسبة 21.75% وكان للذكور بنسبة 16% وللإناث بنسبة 27.5% .

جدول (11) يوضح توزيع مفردات العينة وأسباب تصديق المجتمع للشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي

المجموع		الاناث		الذكور		سبب نصدق الشائعات
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
1	59	14	29	15	3	لدينا القابلية للتصديق
4.75%		5%		%	0	
4	19	44	88	53	1	التكرار

ر يجعلنا نصدق	07	%5.5	%	5	8.75%
الوثوق في المصدر الناشر	6 3	31 %5.5	83 %5.5	41 6	14 %6.5
المجموع	2 00	10 %0	20 0	10 %0	40 %00

يشير الجدول السابق إلى سبب تصديق الشائعات وجاء في المركز الأول التكرار يجعلنا نصدق بنسبة 48.75% وكان للذكور بنسبة 53.5% وللإناث بنسبة 44% وجاء في المركز الثاني الوثوق في المصدر الناشر بنسبة 36.5% وكان للذكور بنسبة 31.5% وللإناث بنسبة 41.5% وجاء في المركز الثالث لدينا القابلية للتصديق بنسبة 14.75% وكان للذكور بنسبة 15% وللإناث بنسبة 14.5% واتضح أعلى نسبة في التكرار وكانت بنسبة 48.75% وهذا يوضح ان تكرار الشائعات وكثرة تداولها قد يجعلها سهله التصديق لدى المجتمع .

جدول (12) يوضح تأثير الشائعات على الراي العام

تأثير الشائعات على الراي العام	الذكور		الاناث		المجموع	
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
أوافق	63.5 %	127	64 %	128	63.7 %	255
أوافق لحد ما	27 %	54	20,5 %	41	23.7 %	95

12.5	%	50	15.5	%	31	9.5	%	19	لا
100	%	400	100	%	200	100	%	200	المجموع

يشير الجدول السابق إلى تأثير الشائعات على الراي العام وجاء في المركز الأول أوافق بنسبة 63.75% وكان للذكور بنسبة 63.5% وللإناث بنسبة 64% وجاء في المركز الثاني أوافق لحد ما بنسبة 23.75% وكان للذكور بنسبة 27% وللإناث بنسبة 20.5% وجاء في المركز الثالث لا أوافق بنسبة 12.5% وكان للذكور بنسبة 9.5% وللإناث بنسبة 15.5% واتضح أعلى نسبة في أوافق وكانت بنسبة 63.75% وهذا يوضح ان الشائعات لها دور كبير وفعال في التأثير على الراي العام .

جدول (13) يوضح توزيع مفردات العينة وأثر الشائعات على روابط العلاقات الإجتماعية في المجتمع السعودي

المجموع		الاناث		الذكور		تقضي الشائعات على مصير العلاقات بين الناس الى حد التسبب بالضرر والقطيعة بينهم
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
42.	170	50	100	3	70	أوافق

	%5		%		%5	
38.	%5	154	29.	%5	59	أوافق لحد ما
19	%	76	20.	%5	41	لا أوافق
100	%	400	100	%	200	المجموع
					1	20 0
					%7.5	
					%7.5	
					%00	

يشير الجدول السابق إلى تقضي الشائعات على مصير العلاقات بن الناس الى حد التسبب بالضرر والقطيعة بينهم وجاء في المركز الأول أوافق بنسبة 42.5% وكان للذكور بنسبة 35% وللإناث بنسبة 50% وجاء في المركز الثاني أوافق لحد ما بنسبة 38.5% وكان للذكور بنسبة 47.5% وللإناث بنسبة 29.5% وجاء في المركز الثالث لا أوافق بنسبة 19% وكان للذكور بنسبة 17.5% وللإناث بنسبة 20.5% .

جدول (14) يوضح دور الشائعات في انتشار المفاسد في المجتمع

المجموع		الاناث		الذكور		تؤدي الشائعات التي انتشر المفاسد في المجتمع
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
68	272	68.5	137	67.5	135	أوافق
%		%		%		

32	%	128	31.5	%	63	32.5	%	65	أوافق لحد ما
100	%	400	100	%	200	100	%	200	المجموع

يشير الجدول السابق إلى تؤدي الشائعات الى انتشار المفاسد في المجتمع وجاء في المركز الأول أوافق بنسبة 68% وكان للذكور بنسبة 67.5% وللإناث بنسبة 68.5% وجاء في المركز الثاني أوافق لحد ما بنسبة 32% وكان للذكور بنسبة 32.5% وللإناث بنسبة 31.5% .

جدول (15) يوضح مدى تأثير الشائعات على اهتزاز الثقة بالنفس لدى الجمهور

المجموع		الاناث		الذكور		يوضح تؤدي الشائعات الى الحاق الضرر النفسي بالأفراد فقد يكون الفرد غير قادر على تحمل الاخبار السلبية فيلجا الى اعتزال الناس
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
2	9	2	4		5	أوافق

								المرض او الوفاة				
16	%.75	6	7	11	%.5	2	3	2	%.2	4	4	أوافق
40	%	1	60	37	%.5	7	5	4	%.2.5	8	5	أوافق لحد ما
43	%.25	1	73	51	%	1	02	3	%.5.5	7	1	لا أوافق
10	%.0	4	00	10	%.0	2	00	1	%.00	2	00	المجموع

يشير الجدول السابق إلى يوضح قد تؤثر الإشاعة في نفسية الانسان لدرجة اضرابه عن الطعام والشراب مما قد يؤدي الى المرض او الوفاة وجاء في المركز الأول لا أوافق بنسبة 43.25 % وكان للذكور بنسبة 35.5% وللإناث بنسبة 51% وجاء في المركز الثاني أوافق لحد ما بنسبة 40.40% وكان للذكور بنسبة 42.5% وللإناث بنسبة 37.5% وجاء في المركز الثالث أوافق بنسبة 16.75% وكان للذكور بنسبة 22% وللإناث بنسبة 11.5% .

جدول (17) يوضح الشائعات تضعف المجتمع وتجعله سهل السيطرة عليه من قبل الاعداء

المجموع		الاناث		الذكور		الشائعات تضعف المجتمع وتجعله سهل السيطرة عليه من قبل الأعداء
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	

4 %0.5	1 62	5 %0	1 00	3 %1	6 2	أوافق
4 %2.75	1 71	3 %8	7 6	4 %7.5	9 5	أوافق لحد ما
1 %6.75	6 7	1 %2	2 4	2 %1.5	4 3	لا أوافق
1 %00	4 00	1 %00	2 00	1 %00	2 00	المجموع

يشير الجدول السابق إلى الشائعات تضعف المجتمع وتجعله سهل السيطرة عليه من قبل الأعداء وجاء في المركز الأول أوافق لحد ما بنسبة 42.75% وكان للذكور بنسبة 47.5% وللإناث بنسبة 38% وجاء في المركز الثاني أوافق بنسبة 40.5% وكان للذكور بنسبة 31% وللإناث بنسبة 50% وجاء في المركز الثالث لا أوافق بنسبة 16.75% وكان للذكور بنسبة 21.5% وللإناث بنسبة 12% .

جدول (18) يوضح تعد الشائعات سلاحا فتاكا في الحروب والنزاعات حيث تؤثر على نفسية الجنود وتسهل من السيطرة عليهم

المجموع		الاناث		الذكور		تعدد الشائعات سلاحا فتاكا في الحروب والنزاعات حيث تؤثر على نفسية الجنود وتسهل من السيطرة
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	

						عليهم
3	1	26	5	4	88	أوافق
%5	40	%	2	%4		
4	1	58	1	3	79	أوافق لحد ما
%8.75	95	%	16	%9.5		
1	6	16	3	1	33	لا أوافق
%6.25	5	%	2	%6.5		
1	4	100	2	1	200	المجموع
%00	00	%	00	%00		

يشير الجدول السابق إلى تعدد الشائعات سلاحا فتاكا في الحروب والنزاعات حيث تؤثر على نفسية الجنود وتسهل من السيطرة عليهم وجاء في المركز الأول أوافق لحد ما بنسبة 48.75% وكان للذكور بنسبة 39.5% وللإناث بنسبة 58% وجاء في المركز الثاني أوافق بنسبة 35% وكان للذكور بنسبة 44% وللإناث بنسبة 26% وجاء في المركز الثالث لا أوافق بنسبة 16.25% وكان للذكور بنسبة 16.5% وللإناث بنسبة 16% .

جدول (19) يوضح تؤدي الشائعات الى الحاق الضرر المادي بالمجتمع نتيجة ارتباط بعض المكاسب بحاله المجتمع مثل الذهب والنفط

المجموع		الاناث		الذكور		تؤدي الشائعات الى الحاق الضرر المادي بالمجتمع نتيجة ارتباط بعض المكاسب بحاله المجتمع مثل الذهب
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	

والنفط						
21.	85	22.	4	2	40	أوافق
%25		%5	5	%0		
63.	25	65	1	6	12	أوافق لحد
%75	5	%	30	%2.5	5	ما
15	60	12.	2	1	35	لا أوافق
%		%5	5	%7.5		
10	40	10	2	1	20	الجموع
%0	0	%0	00	%00	0	

يشير الجدول السابق إلى تؤدي الشائعات الى الحاق الضرر المادي بالمجتمع نتيجة ارتباط بعض المكاسب بحاله المجتمع مثل الذهب والنفط وجاء في المركز الأول أوافق لحد ما بنسبة 63.75% وكان للذكور بنسبة 62.5% وللإناث بنسبة 65% وجاء في المركز الثاني أوافق بنسبة 21.25% وكان للذكور بنسبة 20% وللإناث بنسبة 22.5% وجاء في المركز الثالث لا أوافق بنسبة 15% وكان للذكور بنسبة 17.5% وللإناث بنسبة 12.5%.

جدول (20)

يوضح الشائعات تؤثر على اقتصاد البلد والمستثمرين وغيرهم حيث تعد بمثابة قرصنه على أموالهم لصالح جهات اخرى

الشائعات تؤثر على	الذكور	الاناث	المجموع
-------------------	--------	--------	---------

النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	اقتصاد البلد والمستثمرين وغيرهم حيث تعد بمثابة قرصنه على أموالهم لصالح جهات أخرى
31.75%	12	26%	5	3	7	أوافق
	7		2	7.5%	5	
53.25%	21	60%	1	4	9	أوافق لحد ما
	3		20	6.5%	3	
15%	60	14%	2	1	3	لا أوافق
			8	6%	2	
100%	40	10%	2	1	2	المجموع
	0	0%	00	00%	00	

يشير الجدول السابق إلى الشائعات تؤثر على اقتصاد البلد والمستثمرين وغيرهم حيث تعد بمثابة قرصنه على أموالهم لصالح جهات أخرى وجاء في المركز الأول أوافق لحد ما بنسبة 53.25% وكان للذكور بنسبة 46.5% وللإناث بنسبة 60% وجاء في المركز الثاني أوافق بنسبة 31.75% وكان للذكور بنسبة 37.5% وللإناث بنسبة 26% وجاء في المركز الثالث لا أوافق بنسبة 15% وكان للذكور بنسبة 16% وللإناث بنسبة 14%.

جدول (21) السبب في استمرار انتشار الشائعات على مواقع التواصل الى يومنا هذا

المجموع		الاناث		الذكور		السبب في استمرار انتشار الشائعات على مواقع التواصل الى يومنا هذا
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	

2	8	9	2	5	0	1	3	9	مصدقي الشائعات
%2.25			%5			%9.5			
2	8	3	1	3	5	2	4	8	الرغبة في إعادة تدوير الشائعات
%0.75			%7.5			%4			
5	2	28	5	1	15	5	1	13	عدم وجود رقابه
%7			%7.5			%6.5			
1	4	00	1	2	00	1	2	00	المجموع
%00			%00			%00			

يشير الجدول السابق إلى السبب في استمرار انتشار الشائعات على مواقع التواصل الى يومنا هذا وجاء في المركز الأول عدم وجود رقبه بنسبة 57% وكان للذكور بنسبة 56.5% وللإناث بنسبة 57.5% وجاء في المركز الثاني مصدقي الشائعات بنسبة 22.25% وكان للذكور بنسبة 19.5% وللإناث بنسبة 25% وجاء في المركز الثالث الرغبة في إعادة تدوير الشائعات بنسبة 20.75% وكان للذكور بنسبة 24% وللإناث بنسبة 17.5% .

جدول (22) طرق مكافحة الشائعات

المجموع		الاناث		الذكور		طرق مكافحة شائعات
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	

18	72	17.5	3	5	1	3	7	عقوبة مشدده ورسميه لمروجي الشائعات
24	96	29	5	8	1	3	8	عدم تداول الاخبار غير الموثوقة
45.	18	45	9	0	4	9	2	تفعيل الرقابة على وسائل الاعلام
12.	50	8.5	1	7	1	3	3	التثقيف
10	40	10	2	00	1	2	00	المجموع

يشير الجدول السابق إلى طرق مكافحة الشائعات وجاء في المركز الأول تفعيل الرقابة على وسائل الاعلام بنسبة 45.5% وكان للذكور بنسبة 46% وللإناث بنسبة 45% وجاء في المركز الثاني عدم تداول الاخبار غير الموثوقة بنسبة 24% وكان للذكور بنسبة 19% وللإناث بنسبة 29% وجاء في المركز الثالث عقوبة مشدده ورسميه لمروجي الشائعات بنسبة 18% وكان للذكور بنسبة 18.5% وللإناث بنسبة 17.5% وجاء في المركز الرابع التثقيف بنسبة 12.5% وكان للذكور 16.5% وللإناث بنسبة 8.5% واتضحت أعلى نسبة في تفعيل الرقابة على وسائل الاعلام وكانت بنسبة 45.5% وهذا يوضح ان تفعيل الرقابة قد يساهم كثير في مكافحة الشائعات وقد نشرت الكثير من المقالات مطالبه بتشديد الرقابة على مواقع التواصل ومعاقبة المسؤولين عن ما يتم تداوله.

جدول (23) متابعة حسابات هيئة مكافحة الشائعات

المجموع		الإناث		الذكور		متابعة حسابات هيئة مكافحة الشائعات
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	

14.	59	16	3	1	2	7	نعم
%75		%	2	%3.5			
38.	15	44	8	3	6	6	لا
%5	4	%	8	%3			
45.	18	40	8	5	1	07	أحيانا
%75	7	%	0	%3.5			
10	40	10	2	1	2	00	المجموع
%0	0	%0	00	%00			

يشير الجدول السابق إلى متابعة حسابات هيئة مكافحة الشائعات وجاء في المركز الأول أحيانا بنسبة 45.75% وكان للذكور بنسبة 53.5% وللإناث بنسبة 40% وجاء في المركز الثاني لا بنسبة 38.5% وكان للذكور بنسبة 33% وللإناث بنسبة 44% وجاء في المركز الثالث نعم بنسبة 14.75% وكان للذكور بنسبة 13.5% وللإناث بنسبة 16% .

ملخص النتائج:

توصلت الدراسة في سعيها للتعرف على تأثير الشائعات الإلكترونية على الراي العام إلى عدد من النتائج الآتية...

1. يتضح من النتائج السابقة مدى نشر مواقع التواصل الاجتماعي للشائعات واتضحت أعلى نسبه في منتشرة وهذا يوضح أن مواقع التواصل الاجتماعي تداولت الشائعات بشكل كبير جدا
2. كما بينت تأثير الشائعات على الراي العام حين اتضحت أعلى نسبه في أوافق وهذا يوضح ان الشائعات لها دور كبير وفعال في التأثير على الراي العام
3. اتضح أيضا أن الواتس اب من أبرز مواقع التواصل الاجتماعي التي حظيت بنسبه عالية في نشر الشائعات.
4. فيما اتضح ان نوع الشائعات التي تتداول على مواقع التواصل الاجتماعي حاليا كانت اغليبتها شائعات اجتماعيه وقد جاءت بنسبه عالية جدا.
5. وأخيرا بينت نتائج الدراسة وبنسبه عالية بان تفعيل الرقابة على وسائل الاعلام هي أهم المقترحات لمكافحة الشائعات.

التوصيات:

بناء على نتائج الدراسة توصي الدراسة بـ

- على المستوى الشعبي (أفراد المجتمع) إذ عليهم قبل ترويج أي خبر يأتي إليهم عبر وسائل التواصل الاجتماعي أو هواتفهم الذكية ضرورة العودة لمصادر الأخبار الرسمية في الدولة، وتوخي الحيطة والتثبت في نقل المعلومات والأخبار، حتى يمكن قطع الطريق على أولئك الذين يسعون إلى إثارة البلبلة والفوضى في المجتمع. كما يتعين على أفراد المجتمع أيضاً، أن يتعاملوا مع استخدام وسائل التواصل بحذر ومسؤولية اجتماعية، وبوعي بخطورة تأثيرها السلبي .
- على المستوى الأمني، وذلك من خلال تشديد الجهات المعنية على ملاحقة مروجي هذه الشائعات عبر وسائل التواصل الاجتماعي وتقديمهم للمحاكمة؛ لأن ترك مروجي الشائعات من دون ملاحقتهم قد يغري الآخرين بإطلاق شائعات جديدة تهدد أمن المجتمع واستقراره.
- المستوى التشريعي والقانوني، ويكون ذلك من خلال الحزم في تطبيق أقصى العقوبات التي يقرها القانون على مروجي الإشاعات، سواء بقصد أو من دون قصد، لينالوا جزاءهم العادل جراء ما أقدموا عليه .
- المستوى الديني والأخلاقي، وذلك من خلال مزيد من التوعية الدينية لأفراد المجتمع، وذلك من منطلق أن الشائعات أمر مناف لما جاء به الدين الإسلامي جملة وتفصيلاً، لأن الدين يحرص على سلامة المجتمع من كل ما يصيب أفرادَه من أخلاق فاسدة أو عقائد باطلة أو سلوك سلبي .
- على المستوى الإعلامي، ولاسيما أن بعض المنافذ الإعلامية تحول في الآونة الأخيرة من دون قصد إلى مروج للشائعات، بتداولها معلومات غير موثقة. وهذا يتطلب: أولاً ضرورة تدقيق وسائل الإعلام من صحة المعلومات التي تنشرها وذلك من الجهات الرسمية، وثانياً وضع استراتيجية إعلامية وقائية تستخدم وسائل الإعلام كافة من أجل توعية أفراد المجتمع بمفهوم الشائعات والظروف المرتبطة بنشأتها وتطورها والمخاطر والآثار الناجمة عنها، وكيفية تحليلها للكشف عما تتضمنه من أكاذيب ومغالطات. كما ينبغي بذل مزيد من الجهود الإعلامية لتوعية الأفراد بشأن خطر تناقل الشائعات عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

ملخص الدراسة:

سعت الدراسة الحالية إلى التعرف على تأثير الشائعات الإلكترونية على الراي العام من خلال التعرف على مدى نشر مواقع التواصل الاجتماعي للشائعات اكثر مواقع التواصل الاجتماعي التي تساهم في نشر الشائعات.

تعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية الميدانية وقد قامت الباحثات باستخدام أسلوب المسح لعينة من المجتمع الجيزاني وشملت أداة الاستبيان 23سؤال تغطي أهداف الدراسة وطبقت الدراسة على عينه عشوائية قوامها 400مفردة من المجتمع الجيزاني من خلال فتره زمنيه كانت من أسبوع إلى أسبوعين للعام الدراسي الثاني 1439هـ.

وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أهمها:

1. يتضح من النتائج السابقة مدى نشر مواقع التواصل الاجتماعي للشائعات واتضحت أعلى نسبه في منتشرة وهذا يوضح أن مواقع التواصل الاجتماعي تداولت الشائعات بشكل كبير جدا
2. كما بينت تأثير الشائعات على الراي العام حين اتضحت أعلى نسبه في أوافق وهذا يوضح ان الشائعات لها دور كبير وفعال في التأثير على الراي العام
3. اتضح أيضا أن الواتس اب من أبرز مواقع التواصل الاجتماعي التي حظيت بنسبه عالية في نشر الشائعات.
4. فيما اتضح ان نوع الشائعات التي تتداول على مواقع التواصل الاجتماعي حاليا كانت اغلبيتها شائعات اجتماعيه وقد جاءت بنسبه عالية جدا.
5. وأخيرا بينت نتائج الدراسة وبنسبه عالية بان تفعيل الرقابة على وسائل الاعلام هي أهم المقترحات لمكافحة الشائعات.

المراجع

أولاً : المراجع العربية

- (1) أحمد بن مرسلبي : " مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الاتصال " ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 2003 .
- (2) أسامة غازي المدني : " شبكات التواصل الاجتماعي وتشكيل الرأي " ، مجلة الآداب والعلوم الإنسانية ، جامعة ام القرى نموذجاً ، 2015 .
- (3) إسماعيل بن مزهر صالح الشمري : " الإشاعة في الصحافة الإلكترونية العربية و تأثيراتها على المجتمع " ، رسالة دكتوراه ، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا ، 2017 .
- (4) إيان كريب : ترجمة محمد حسين غلوم ، مراجعة محمد عصفور : النظرية الاجتماعية من بارسونز إلى هابرماس ، سلسلة عالم المعرفة ، العدد (244) ، الكويت ، 1999 ، ص 15 .
- (5) ايمان بخوش : " الشائعات المنتشرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي " ، شبكة الصحفيين الدوليين ، 2013 .
- (6) بدر الهويل : " تأثير الإشاعة في الراي العام " ، مركز الملك عبد العزيز للحوار الوطني ، الرياض ، الطبعة الثامنة ، 2017 م .
- (7) خالد صالح الدين حسن علي: " اتجاهات الرأي العام المصري نحو ثنائية الإعلام والشائعات في إطار التحليل الاجتماعي لمحددات الوعي الإعلامي " ، مؤتمرات كلية الاعلام ، 2010 .
- (8) حسنين شفيق ، نظريات الاعلام وتطبيقاتها في دراسات الاعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي ، القاهرة :دار فكر وفن للطباعة و النشر والتوزيع، 2014 .
- (9) رائد بن حزام الكرناف : " تصور استراتيجي لمكافحة الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي بالمملكة العربية السعودية : تويتز نموذجاً " ، رسالة ماجستير ، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية ، كلية العلوم الإستراتيجية ، قسم الدراسات الإستراتيجية ، 2014 .
- (10) رعد بن أحمد صالح الخليوي : " الشائعات في وسائل التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالأمن الفكري لدى طلبة الجامعة " ، رسالة ماجستير ، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية ، 2017 ، ص ص 3 – 120 .
- (11) طلال محمد الناشري : " الإشاعة وتأثيرها علي المجتمع " ، مجلة العلوم الاجتماعية ، 2013 ، ص ص 25 – 103 .
- (12) عمر غازي : " الشائعات في عصر وسائل التواصل الاجتماعي - الواقع وسبل المواجهة " ، مركز سمت للدراسات ، 2016 .
- (13) متعب بن شديد الهماش : " اساليب مواجهة الشائعات تأثير الشائعات على الأمن الوطني " ، كلية التدريب قسم البرامج التدريبية ، جامعة نايف للعلم والتكنولوجيا ، 2013 .
- (14) مختار التهامي ، عاطف العبد : الراي العام ، القاهرة :دار فكر وفن للطباعة و النشر والتوزيع ، 2006 ، ص 18 .
- (15) محمد المرزوقي : " الشائعات في شبكات التواصل الاجتماعي " ، صحيفة الرياض ، 2014 .
- (16) نبهة طربوش : " الشائعات وأثرها على المجتمع " ، دار ناشري للنشر الالكتروني ، 2016 .
- (17) هایل ودعان الدعجة : " التحصين الأمني للرأي العام ضد الشائعات " ، ندوة دور مؤسسات المجتمع المدني في التوعية الأمنية ، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية بالتعاون مع جامعة الحسين بن طلال بمعان في المملكة الأردنية الهاشمية ، الرياض ، 2009 .

18) وليد بن ضيف الله الزهراني : " المسؤولية الجنائية عن ترويج الشائعات المخلة بالأمن عبر وسائل التواصل الاجتماعي " ، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية ، 2015 .

ثانياً : المراجع الأجنبية

1. The Rise of the Network Society, Second Edition, Oxford: Blackwell, 2000 .
2. Dutton, W.H, Information and Communication Technologies, Visions and Realities, Oxford: Oxford University Press, 2002
3. Griffin, E. (2000). A first look at communication theory (4th ed.). Boston, MA: McGraw-Hill. N/A.
4. Benjamin doer, Mahmoud Fous ,Tobias Fredric , Experimental Analysis of Rumor Spreading in Social Networks , Design and Analysis of Algorithms , 2012 , pp 159-173
5. Heng chen, Yang K.lu, WING Suen , THE POWER OF WHISPERS: A THEORY OF RUMOR, COMMUNICATION, AND REVOLUTION , International Economic Review , Volume 57, Issue 1 , 2012 , pp 89-116 .
6. Fisher, A. et al. Handbook for Family Planning Operations Research . (U.S.A.: The Population Council, 2009 .

ثالثاً : مراجع الانترنت

: " الشائعات في وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيراتها السلبية " , مجموعة باحثين (available on line @ <http://www.siyassa.org.eg/News/15187.aspx> , 2014 .

2 - موقع اخبار العربية _ ناصر الهزاني _ دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل 31 الرأي العام 2017

جاسم محمد الخلف ، جغرافية العراق الطبيعية و الاقتصادية والبشرية ، معهد الدراسات العربية و العالمية،³¹ ط31 ، عام 1965 م . ص132. وأيضاً: احمد سوسة: فيضانات بغداد في التاريخ ، القسم الأول ، مطبعة الأديب ، عام 1963 م. ، ص 136.