

" دور القنوات التلفزيونية فى التصدي للشائعات ونشر المعلومات الصحيحة "

## " دور القنوات التلفزيونية فى التصدي للشائعات ونشر المعلومات الصحيحة "

**الباحث/ حسام محمد عبد اللطيف أبو العلا**

لدرجة الدكتوراة فى الآداب قسم الإعلام شعبة الإذاعة والتلفزيون- جامعة المنصورة

إشراف

**د/ ولاء إبراهيم عبد الحميد حسان**

مدرس الإذاعة والتلفزيون – جامعة المنصورة

**أ.د/محمد معوض إبراهيم**

أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية الدراسات العليا

للطفولة – جامعة عين شمس

### مقدمة

شهد النصف الثانى من القرن العشرين تطورات تكنولوجية كبيرة تطورت معها نظم الاتصال بشكل كبير فظهر مجتمع المعلومات والإعلام الإلكتروني نتيجة التزاوج بين تكنولوجيا الاتصال الفضائية بما لديها من قدرة فائقة على تجاوز حدود الزمان والمكان. وظهر ما يسمى بالإعلام الإلكتروني أو الإعلام البديل وتعد الشائعات أحد المشكلات التي تغذت على الإعلام الإلكتروني والشبكات الافتراضية وأثرت فى كافة النظم الاجتماعية لقدرتها على الانتشار والتداول والنمو وانتقلت الشائعة من خلال الفم إلى وسائل مكتوبة وصوتية وصور وأدوات وعبارات استحدثها مواقع التواصل الاجتماعي ليس هذا فقط حيث أصبحت إحدى أدوات الحرب الحديثة ، وتندرج ضمن ما يسمى ( الجيل الرابع ) من الحروب ، والذي تعد فيه الشائعات أحد الأساليب المهمة فى بلوغ أهداف هذه الحروب ، وبالتالي فإن ترويج الشائعات فى قضية معينة لا يتم عشوائى ، بل إن أجهزة كبرى وسيادية تابعة لبعض الدول تقوم بإدارة هذا النوع من الحروب من خلال الترويج لبعض الشائعات ، لما تتمتع به الأخيرة من تأثير شديد الخطورة على النواحي السياسية والاقتصادية والاجتماعية ، إذ قد تؤثر شائعة ما سلباً على اقتصاد الدولة ، وتسهم فى إعلان إفلاسها ، فضلاً عن الشائعات السياسية التي من الممكن أن تؤدي إلى اضطرابات وقلقل داخل الدولة الواحدة ، أو بين الدول وبعضها بعضاً .

الباحث/حسام محمد عبد اللطيف أبو العلا

وفى ظل المرحلة الراهنة وما مرت به مصرنا من أحداث وحالة من الحراك السياسي وأصبح الحديث فى السياسة هو المجال الشائع فى كل الحوارات المجتمعية وظهور ما يسمى بصحافة المواطن عن طريق شبكات التواصل تولدت بيئة خصبة لانتشار الشائعة وتداولها بين المواطنين كافة حيث أتاحت تلك الشبكات منبراً إعلامياً لتبادل الأثرء والمعلومات والتعبير عن الرأى وتخللت الشائعة وسط تلك البيئة حيث وجدت منبراً لترويج السموم والأفكار السلبية بين الأفراد والجهات والمؤسسات بل تطورت الشائعة لتكون مصدراً للأخبار الغير رسمية وخص وصافى حالة غياب أو قلة التصاريح الرسمية أو عدم التعليق على الأحداث من جانب وسائل الإعلام أو الجهات المختصة لم كان لذلك أثر على الاتجاهات السياسية للشباب بل أصبحت الشائعة أداة للضغوط النفسية لمستخدمي تلك الشبكات والتي يتزايد عددهم يوماً تلو الآخر حيث يتعرضوا لكم هائل من الشائعات مما يؤثر على أمن وسلامة المجتمع . لذا برزت ضرورة الاهتمام بدراسة دور القنوات التلفزيونية فى التصدي لتلك الشائعات وتنفيذها وإزالة سوء الفهم التى يحيط بها بجانب الدور التوعوي بخطورة تداولها بين أفراد المجتمع.

### **الدراسات السابقة: -**

حرصاً من الباحث على التعمق فى المشكلة البحثية تم الرجوع إلى دراسات سابقة عديدة سواء عربية أو أجنبية مرتبطة بشكل مباشر أو غير مباشر بموضوع الرسالة للاستفادة ببعض الجوانب التي تناولتها فى إجراء هذه الدراسة ويمكن عرض هذه الدراسات من خلال الدراسات المتعلقة بالشائعات ودور القنوات التلفزيونية فى نشر المعرفة الجمهور

■ أولاً: -الدراسات المتعلقة بتناول الشائعات

(1) **دراسة استقلال محمد العازمي (2021) (1) مخاطر "الفبركة الرقمية" فى الإعلام الجديد**

**جائحة كورونا عبر وسائل التواصل الاجتماعي "نموذجاً"**

طرقت الدراسة إلى التعريف بمخاطر الفبركة الرقمية والإعلام الجديد، التي قد تقود إلى مرحلة تصعب فيها السيطرة على وسائل التواصل الاجتماعي، وهدفت الدراسة -من بين أهدافها- إلى تسليط الضوء على مخاطر الفبركة الرقمية، خاصة فى ظل أزمة انتشار

" دور القنوات التليفزيونية فى التصدي للشائعات ونشر المعلومات الصحيحة " فيروس كورونا التي تجتاح العالم، وتضمنت الدراسة: مفهوم الإعلام الجديد ومسمياته، ووسائل التواصل الاجتماعي، وأهم وسائل التواصل الاجتماعي، ومخاطر الفبركة الرقمية، وكيف تعرضت وسائل التواصل الاجتماعي لجائحة كورونا، وتضمنت الدراسة أيضًا الحديث عن الشائعات والأخبار المفبركة حول جائحة كورونا، وكيفية التصدي للشائعات والأخبار المفبركة حول لقاحات كورونا، والدعوة إلى عودة الإعلام الرصين.

وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، أهمها:

- أكدت النتائج أن عصر المواجهة المباشرة بين الأعداء قد انتهى، وأصبحنا في عصر الحرب الإلكترونية التي تتحكم في أفعال الأفراد والجماعات والدول، وأن الإعلام الجديد دون متابعة ومحاسبة قد يغرق العالم في دوامة الفتوية والطائفية والحروب.
- خرجت الدراسة ببعض التوصيات، من بينها: ضرورة تعزيز الدور الرقابي على وسائل الإعلام الجديد على صعيد الأسرة والمؤسسات والمجتمع، والتحقق من المحتوى المنشور على وسائل التواصل الاجتماعي، للحد من مخاطره على المتلقي، وتشجيع القائمين على إدارة وسائل التواصل الاجتماعي على حجب ما يمكن أن يعزز العنف والكراهية والفرقة والتشردم في المجتمعات.

(2) دراسة أميرة زعزع، داليا أحمد عبد الوهاب (2020) (2) بعنوان فاعلية العلاقات العامة في التصدي للشائعات بالمؤسسات الحكومية المصرية وعلاقتها بتحسين الصورة الذهنية، دراسة تجريبية.

هدفت الدراسة التعرف على طبيعة الشائعات، وخطورتها على صورة المؤسسات الحكومية، ورصد تأثير فاعلية العلاقات العامة للتصدي للشائعات، والكشف عن تأثير أنشطة العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية داخل المؤسسات الحكومية، واعتمدت الدراسة على المنهج التجريبي، تم تطبيق الدراسة على فيديوهات لأخبار مجمعة لأخبار المؤسسات الحكومية، وجمهور الشباب غير المتابعين لتلك الأخبار وبلغ عددهم 20 مفردة، وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، أبرزها:

الباحث/حسام محمد عبد اللطيف أبو العلا

- تشير النتائج أن استقبال المعلومات بشكل سليم يؤثر على البنية المعرفية والثقافية للفرد، وقلة تعرض الفرد للمعلومات الصحيحة تؤثر بالسلب على معرفته بمجريات الأحداث ومن ثم تؤثر على الصورة الذهنية للمؤسسات.
- اتبعت العلاقات العامة استراتيجية نفي الشائعة ونشر المعلومات الصحيحة دون مهاجمة مروج الشائعة، مما كان له بالغ التأثير في نفي الشائعة وأبطالها لدى الجمهور المستهدف دون القضاء على مصدرها، وأن قلة تعرض الأفراد لأخبار المؤسسات الحكومية يزيد من الاختلافات المعرفية بينهم وبين أفراد آخرين يمتلكون شبكة دلالية غنية بالمعلومات والحقائق والمفاهيم المتنوعة.
- أشارت النتائج أنه كلما كان المثير ضعيفاً ضعف الانتباه له واستيعابه، وقد حرص الباحثان على توفير كافة عوامل جذب الانتباه للأخبار المتناولة الشائعات ونفيها حول المؤسسات الحكومية عينه الدراسة، لكي يجذب انتباه المشاهد ويزداد تأثيره المعرفي.
- ركز المشاهد أكثر على المعلومات البصرية ذات السياق المعلوماتي القليل، مما زاد من فاعلية الأخبار على شبكات التواصل الاجتماعي لديه، وأكدت النتائج أنه كلما تعرض الفرد للمعلومات بشكل كثيف وصحيح تتحسن الصورة الذهنية للمؤسسات لديه بشكل أفضل.

(3) دراسة منال عبده منصور (2020) (3) سمات الصورة الإعلامية للدولة المصرية كما

تعسها الشائعات بالقنوات المعادية لمصر (دراسة تحليلية)

هدفت الدراسة إلى وصف ملامح صورة مصر كما تقدمها القنوات المعادية لمصر وتحديد أثر أنواع الشائعات انتشاراً بتلك القنوات وتنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية، قامت الباحثة خلالها بتحليل مضمون ثلاثة برامج، هي: برنامج (مع معتز) بقناة الشرق، وبرنامج (ما وراء الخبر) بقناة الجزيرة، وبرنامج (مصر النهارده) بقناة مكملين، بواقع 12 حلقة لكل برنامج، وذلك في الفترة من 2019/3/1 إلى 2019/6/30.

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها:

- أن الشائعات السياسية في مقدمة أنواع الشائعات التي سعت القنوات المعادية لمصر لترويجها حيث جاءت بنسبة 50.8%، يليها الشائعات الاقتصادية بنسبة 43.7%، وجاءت

" دور القنوات التليفزيونية فى التصدي للشائعات ونشر المعلومات الصحيحة " أبرز الشائعات السياسية التي تم الترويج لها عبر القنوات المعادية (خلال فترة الدراسة) شائعة رفض الغالبية من الشعب المصري للتعديلات الدستورية وقيام المواطنين بثورة جديدة بسببها وذلك بنسبة 19.1%.

- كانت أبرز ملامح الصورة السلبية المقدمة عن مصر عبر تلك القنوات هي انتشار الفساد السياسي والمالي بمؤسسات الدولة وذلك بنسبة 35.2%، و كانت قناة الشرق في مقدمة القنوات التي ركزت على الفساد في مصر وذلك بنسبة 37.0%، ويليها غياب الديمقراطية بمصر ثم انتهاك حقوق الإنسان.
- كان الرئيس السيسي في مقدمة القوى الفاعلة التي شكّلت الصورة الإعلامية عن مصر عبر تلك القنوات، وكانت أبرز ملامح الصورة السلبية التي قدّمتها عنه وصفه بالديكتاتور المحب للسلطة حيث بلغت نسبتها 41.2%، %، وقد كانت قناة مكملين في مقدمة القنوات المعادية التي ركزت على تلك الصورة.

(4) دراسة Jing Zeng وآخرون ( 2019 ) (4) حول مدى تفوق صحافة المواطن على الصحافة المهنية فى دحض الشائعات من الواقع الصيني مستخدمى تطبيق Weibo بعد انفجارات تيانجين ، 2015 ، نموذجاً

هدف هذا البحث إلى معرفة كيفية مساهمة المواطنين فى التحقق من الشائعات على شبكات التواصل الاجتماعي فى الصين، واعتمدت تلك الدراسة على دراسة الحالة لشبكة Weibo كأحد نماذج شبكات التواصل الصينية حول انفجارات تيانجين 2015، وكيف كان للمواطنين دوراً فعالاً فى دحض الشائعات المتعلقة بالانفجارات، والتحقق من الشائعات الرسمية باستخدام صحافة المواطن

وقد توصل البحث إلى مجموعة من النتائج، أهمها:

- أثبتت الدراسة مصداقية الشائعات الغير رسمية على الشائعات الصادرة من مصادر رسمية، وعلى صعيد آخر فتم الطعن فى مصداقية الأنباء الرسمية حول انفجارات تيانجين

الباحث/حسام محمد عبد اللطيف أبو العلا

- أثبتت الدراسة إلى ضعف أداء شبكات التواصل الاجتماعي متمثلة في تطبيق Weibo في التحقق من صحة الأخبار الزائفة والشائعات المنشورة عليه.

■ **المحور الثاني : دراسات تناولت دور القنوات التلفزيونية في نشر المعرفة للجمهور**

**(1) دراسة جيهان سيد يحيي (2021) (5) بعنوان التأثيرات النفسية والسلوكية لمحتوى الإعلام**

**المرئي المقدم عن كورونا وعلاقته بمصادقية المصدر**

هدف البحث إلى التعرف على التأثيرات النفسية والسلوكية لجائحة كورونا من خلال تعرض طلاب الجامعات لمحتوى الإعلام المرئي، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، واعتمدت الدراسة على منهج المسح، وتمثلت عينة الدراسة في عينة قوامها (500) مفردة من الشباب الجامعي المصري من الجامعات (القاهرة-الأزهر-طنطا-6 أكتوبر-الجامعة الأمريكية)، واستخدمت استمارة الاستقصاء كأداة أساسية لجمع البيانات حول موضوع الدراسة.

تم التوصل إلى العدد من النتائج من أهمها: -

- جاءت "المواقع الرسمية الحكومية" من أهم مصادر متابعة طلاب الجامعات لجائحة كورونا عبر محتوى الإعلام المرئي، يليها "موقع منظمة الصحة العالمية"، ثم "صفحة وزارة الصحة الرسمية على مواقع التواصل الاجتماعي"، وأخيراً جاءت "مواقع التواصل الاجتماعي".
- تمثلت أهم العوامل المؤثرة على مصداقية المصدر في محتوى الإعلام المرئي لجائحة كورونا "الاستناد إلى الأرقام والنسب بدلاً من القليل والكثير"، ثم "الاعتماد على مصادر متنوعة ومعلومة"، يليها "الاستشهاد بما يقع فعلاً من الأحداث"، وأخيراً "إسناد الأخبار إلى مصادرها".
- توجد علاقة ارتباطية إيجابية بين مصداقية الإعلام المرئي المرتبطة بجائحة كورونا وبين تأثيراته النفسية والسلوكية.

**(2) دراسة حسين خليفة، محمد شكري أحمد (2020) (6)، المسئولية الاجتماعية للبرامج**

**الحوارية في التلفزيون البحريني في تناول أداء السلطة التشريعية.**

" دور القنوات التليفزيونية فى التصدي للشائعات ونشر المعلومات الصحيحة " هدف هذه الدراسة إلى رصد وتحليل أبعاد المسؤولية الاجتماعية للبرامج الحوارية فى التليفزيون البحريني فى تناول أداء السلطة التشريعية، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التفسيرية التي تستهدف وصف وتفسير ظاهرة معينة كما هي فى الواقع الحالي من حيث الخصائص العامة والتفصيلية للموضوع بما فيه من عناصر ومؤثرات، وذلك باستخدام المنهج العلمي فى جافة إجراءات البحث، واعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامى بغية تحليل بنية الموضوع وتوضيح سماته ومكوناته ووصف أبعاده المختلفة كما هي فى الواقع، كما وظفت أيضًا التحليل الكيفي من خلال التحليل المتعمق لمحتوى البرامج الحوارية عينة الدراسة بما يوضح الأطروحات الرئيسة والمقولات التفصيلية، وهو ما يتيح الوصف والتفسير والاستنتاج والاستدلال على أسس موضوعية، وتكونت عينة الدراسة من (٢٤) حلقة، واستخدم الباحثان استمارة تحليل المضمون، وتحليل الأطروحات، ومسار البرهنة، والكلمات الرئيسة كأدوات لجمع بيانات الدراسة.

**وتوصلت نتائج الدراسة إلى مجموعة من النتائج، أبرزها:**

- أن البرامج الحوارية كان لديها التزام كبير بمسؤولياتها الاجتماعية عند تناول الأداء التشريعي على كافة أبعاد مقياس المسؤولية الاجتماعية.
- أشارت النتائج أيضًا إلى النهضة التشريعية التي تعيشها مملكة البحرين عبر سلسلة القوانين التي أدت إلى النهوض فى كافة المجالات، ورسمت مفهوم دولة المؤسسات واحترام سيادة القانون واستقلال القضاء بجانب الحفاظ على سيادة المملكة وحماية منجزاتها ومكتسباتها الوطنية، وعززت من المشاركة السياسية، وفعلت دور المجتمع المدني وتمكين المرأة، وساهمت فى حماية الحقوق والحريات والتعايش السلمى، ودعمت بيئة العمل فى البحرين بما يضمن تسوية المنازعات وحماية المنافسة والمستهلك، بالإضافة إلى تشريعات حماية البيئة والحفاظ عليها بما يضمن استدامتها.

**(3) دراسة سناء خديم (2017) (7) دور البرامج العلمية فى نشر الثقافة المعلوماتية:**

سعت هذه الدراسة إلى التعرف على البرامج ودورها فى نوعية ونشر الثقافة المعلوماتية من خلال ما تقدمه من محتويات علمية تكنولوجية تعمل على بث روح الإبداع

الباحث/حسام محمد عبد اللطيف أبو العلا

والابتكار بالإضافة إلى دعم التفكير العلمي وبناء مجتمع معرفة والتواصل بين منتج المعرفة وملقيها والتعرف على خصائص المضامين المعلوماتية، وردد أهم سمات الفاعلين القائمين على تقديم برنامج Jill Tech والتعرف على الأهداف التي يسعى البرنامج لتحقيقها والقوالب الفنية التي أبرز فيها البرنامج واستخدمت أسلوب تحليل المضمون وبلغت العينة 6 حلقات لمدة شهرين.

وتوصلت الدراسة إلى:

- أهمية دور القنوات التلفزيونية في محو الأمية المعلوماتية وستر الوعي وتشجيع الإبداع والابتكار
- كما أوصت الدراسة بضرورة القيام بقنوات متخصصة في الإعلام العلمي

#### (4) دراسة (NSF) National Science Foundation (2015)<sup>(8)</sup> حول دور التلفزيون

في الحصول على المعلومات حول العلوم التكنولوجية

سعت هذه الدراسة إلى التعرف على دور التلفزيون في الحصول على المعلومات حول العلوم التكنولوجية تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية وتم تطبيقها على عينة قوامها 200 مفردة.

وتوصلت إلى عدد من النتائج من أهمها

- أن المبحوثون يعتمدون بشكل رئيسي على التلفزيون في الحصول على المعلومات حول العلوم.
- أن المبحوثون يعتمدون على التكنولوجيا الحديثة وذلك بنسبة 39% ويليه الانترنت بنسبة 23% ويليه الصحف بنسبة 11% ثم المجالات العلمية 10%.

#### التعليق على الدراسات السابقة :

(1) لاحظ الباحث أثناء استعراضه للتراث الأجنبي والمصري حول الشائعات أن أدبيات البحث الخاصة بالشائعات كان الهدف بينهم متقارب وهو دراسة الشائعات بشكل عام وسرعة انتشارها وارتباطها بالأزمات وقد استخدمت مناهج متقاربة وهو منهج المسح.



- " دور القنوات التليفزيونية فى التصدي للشائعات ونشر المعلومات الصحيحة "
- (2) تبين للباحث أن معظم الدراسات الحديثة تناولت الشائعات الإلكترونية فى وسائل التواصل الاجتماعي تليها الشائعات فى الصحافة ووسائل الإعلام الأخرى.
  - (3) اتفقت معظم الدراسات السابقة على أن حجم المعلومات التى يمتلكها الفرد عن موضوع الشائعة يعد عاملاً رئيساً فى قبول أو رفض الشائعة فكلما زادت المعلومات كتان الميل أكثر لرفض الشائعة وهنا برز أهمية الدراسة فى إلغاء الضوء على دور التلفزيون فى إعداد الفرد بالمعلومات حول الشائعة وتطوير البرامج من أجل التصدي لتلك الشائعة.
  - (4) اتفق بعض الباحثين فى أدبيات البحث العلمي أن الأفراد أو أكثر مثلاً للشائعات التى تتفق مع ميولهم ومعتقداتهم حتى لو كانت خاطئة إذا توافقت الشائعة مع الميول والمعتقدات يفتح المجال لتأثير كرة الثلج ويتداخل أفكار قديمة مع الأفكار الحديثة ويتوقف تأثير كرة الثلج على حسب قدرته فى تحليل الشائعة.

#### **أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة**

- (1) تحديد وبلورة وصياغة مشكلة الدراسة.
- (2) تحديد النظريات التى اعتمدت عليها الدراسة وتحديد نوع العينة المناسبة والمنهج المناسب للدراسة
- (3) تحديد طبيعة بعض الأسئلة فى صحيفة الاستقصاء وتحليل المضمون
- (4) محاولة تحرى الأسئلة والاتجاهات التى لم تغطيها الدراسات السابقة.
- (5) الوقوف على أهم المعايير التى تستند إليها الدراسة فى محاولة الوصول إلى الحكم على الوسيلة الإعلامية من حيث الموضوعية - الدقة - التوازن - الفورية.
- (6) تعميق مشكلة البحث وصياغة الفروض العلمية.
- (7) كيفية وضع فروض وتساؤلات الدراسة.
- (8) التعرف على كيفية تحديد حجم العينة واختيار منهج البحث المناسب والتعرف على الأدوات البحثية وكيفية الاستفادة منها وتوظيفها لخدمة هذه الدراسة.
- (9) معرفة الأساليب الإحصائية المناسبة لصياغة نتائج الدراسة الميدانية

## مشكلة الدراسة

في ظل ما أبرزته الدراسات السابقة من دور مهم للتلفزيون كوسيلة تحظى بمتابعة الجمهور، وما تؤديه من وظائف في المجتمع، وكذلك ما تعانيه المجتمعات في العصر الحالي من الشائعات، وانتشار الهواتف الذكية، وزيادة رواد مواقع التواصل، وتطور وسائل الاتصال، التي جعلت من الشائعات إحدى أدوات حروب الجيل الرابع، وبجانب الأمية الثقافية التي يتميز معظم أفراد المجتمع، وخاصة الجامعيين التي تعد نتيجة طبيعية من نتائج التعليم التقليدي في المؤسسات التعليمية وضعف الدور التربوي لمؤسسات التنشئة الاجتماعية والناج عن تأخر الاستجابة لعجلة التكنولوجيا السريعة والمتطورة يوماً تلو الآخر ومع الشخصية المصرية التي تتميز بانتصار العاطفة في معظم الأحوال على العقلانية والمنطق، تتبلور مشكلة الدراسة في سعيها للتعرف على دور القنوات التلفزيونية في التصدي للشائعات ونشر المعلومات الصحيحة.

## أهمية الدراسة:

- (1) تستمد هذه الدراسة أهميتها من عدم غزارة الدراسات السابقة التي أجريت حول البرامج التلفزيونية المصرية التي تصدت الشائعات مواقع التواصل الاجتماعي نظر لحداثة هذه النوعية من البرامج وبذلك لم تتل حظها من الدراسة والبحث والتحليل العلمي المتعمق الذي يضع أيدينا على طبيعة الدور الفعلي التي تقوم به تلك البرامج في التصدي للشائعات وسط الضغوط التي يتعرض لها القائم بالاتصال.
- (2) أهمية دراسة الشائعات بسبب التأثير الكبير التي تحدثه على المجتمعات فمن خلالها تتبدل آراء الأفراد وتتغير مواقفهم وعلاقتهم وتفاعلاتهم وانتمائهم لأوطانهم مما يؤثر على استقرار المجتمعات.
- (3) أهمية دراسة الكيفية التي تصدت بها القنوات التلفزيونية محل الدراسة في التصدي للشائعات.
- (4) أهمية المرحلة التي تمر بها المجتمع المصر والتي تتضمن تغيرات اجتماعية شاملة وتحولات سياسية ليس على المستوى المحلي فقط بل على المستوى الدولي وتوابعها

" دور القنوات التليفزيونية فى التصدي للشائعات ونشر المعلومات الصحيحة " **تحديدات من مجموعات الضغوط الدينية الأمر الذي جعل للشائعات مناخاً خصباً للانتشار والتأثير**

(5) إن دراسة الشائعات وفهمها والتعرف على أشكالها ومصادرها وأساليب تفاعل الجمهور - معها بعد التعرض للبرامج التي تعمل على تنفيذ ودحض الشائعات يعتبر بمثابة جانب تشخيص يساهم فى الدور الأكبر من الجانب العلاجي وتكثيف الجهود أو تغيير الاستراتيجيات أو معرفة نتائج استراتيجيات الإعلام المصرى فى مواجهة خطر انتشار الشائعات فى المجتمع المصرى.

### **أهداف الدراسة:**

تهدف الدراسة إلى تحقيق هدف رئيس يتمثل في محاولة التعرف على دور القنوات التليفزيونية فى التصدي للشائعات ونشر المعلومات الصحيحة، وينبثق عنه الأهداف الفرعية الآتية:

- (1) التعرف على القوالب الفنية المستخدمة فى عرض القضايا المتعلقة بالشائعات بالبرامج التليفزيونية محل الدراسة.
- (2) تحديد عناصر الإبراز المستخدمة فى التصدي للشائعات، والأطر المستخدمة فى القضايا المتعلقة بالشائعات بالبرامج محل الدراسة.
- (3) رصد استراتيجيات تعامل البرامج الحوارية محل الدراسة مع الشائعات التي تتصدي لها.
- (4) الكشف عن اتجاه المعالجة فى عرض القضايا المتعلقة بالشائعات التي تناولتها البرامج الحوارية محل الدراسة.
- (5) التعرف على الاستمالات المستخدمة فى عرض البرامج الحوارية للقضايا المتعلقة بالتصدي للشائعات ونشر المعلومات الصحيحة لدى الجمهور المصرى.

### **الإطار النظري للدراسة**

#### **نظرية انتقال الشائعات:**

تعد نظرية انتقال الشائعات ( rumor transmission theory ) إحدى أهم النظريات التي تفسر حركة انتقال الشائعات بين الأفراد وكيفية استقبالهم لها حيث اعتمد

تايلور باكنر ( 1965 ) Taylor Buckner على مفهوم ( القدرات النقدية Critical ability ) فى تصنيف الأفراد إلى ثلاث مجموعات فى علاقتهم مع الشائعات ( المجموعة الناقدة ) و ( المجموعة غير الناقدة ) و ( المجموعة الناقلة )<sup>(9)</sup>

اعتمد باكنر فى بناء نظريته على الأساس النظري الذي وضعه كوراس Chorus (1953) الذي يتبنى مفهوم الحس النقدي حيث استخدمه كوراس لوصف مدى استعداد الفرد لقبول ونشر الشائعات<sup>(10)</sup> حيث أكد أن ارتفاع أو انخفاض مستوى الحس النقدي لدى الفرد هو الذى يحدد موقفه من الشائعة فإذا ارتفع مستوى الحس النقدي لدى الفرد قل احتمال قبول ونقل الشائعات والعكس إذا انخفض الحس النقدي لدى الفرد زاد احتمال قبول ونقل الشائعات .<sup>(11)</sup>

أن النقد فى جوهره هو مجموعة من العمليات الذهنية التى تستهدف تقييم بعض الحقائق ومعلومات والأفكار والظواهر ، فالنقاد يستخدمون ما لديهم من قيم ومعايير وأفكار ومعلومات وهذا الاستخدام كثيراً ما يكون عبارة عن تطبيق وتوظيف للمعارف والأفكار الجديدة فى فهم الواقع وتحديد المشكلات الاجتماعية وفهم التناقضات .<sup>(12)</sup>

التفكير الناقد بأنه " نشاط عقلي هادف يقوم على مهارات معرفية خاصة بالاستدلال والذي يؤدي بدوره نتائج جيدة فى التفسير وإخضاع المعلومات والبيانات العلمية للإفراز والتحليل وإدراك معاني المعلومات وإصدار أحكام متميزة على هذه المعلومات من خلال التقويم، فضلاً عن الدقة فى فحص الحقائق وإدراك إطار العلاقة الصحيح دون تطرف فى الرأي أو التأثر بالنواحي العاطفية أو الآراء التقليدية الشائعة.<sup>(13)</sup>

#### **تصنيف باكنر وفقاً للقدرات النقدية:**

ووفقاً لنظرية انتقال الشائعات حدد باكنر ثلاث مجموعات لانقال الشائعات ، المجموعة الأولى المجموعة الناقدة ، وهى مجموعة تمتلك معرفة جيدة عن موضوع الشائعة ولديها خبرة شخصية مباشرة وخلفية فكرية وإيضاً مجموعة من الخبرات التى تمكنها من وضع إطار معرفي خاص بموضوع الشائعة الأمر الذى يجعلها قادرة على التفريق بين الحقيقي والمزيف وأفراد هذه المجموعة ينقلون فقط الجزء الحقيقي من الشائعة ، أما

" دور القنوات التليفزيونية في التصدي للشائعات ونشر المعلومات الصحيحة " المجموعة غير الناقدة فتضم من ليس لهم معلومات كافية أو أدلة عن موضوع الشائعة وقدراتهم النقدية ضعيفة وقد يرجع ذلك إلى انخفاض مستوى التعليم والثقافة ويميل أفراد هذه المجموعة عند نقل الشائعة إلى تعديلها وتشويهها في ضوء أفكارهم ومعتقداتهم وليس وفقاً للتفكير الناقد ، أما المجموعة الثالثة وهي المجموعة الناقلة فالشائعة بالنسبة لأفراد هذه المجموعة أمراً مبهماً لا يمت بصله لإطارهم المعرفي ولكنهم يستمتعون بنقلها حتى وإن كانت كذب ، وعند نقل الشائعة قد يحذفون الجزء غير القادرين على فهمه ، وهم المجموعة التي يمكن أن تستجيب لنقل الشائعة وفقاً للتعليمات (14)

### فروض النظرية:

(1) وجود علاقة عكسية بين ارتفاع المستوى المعرفي والخبرات المرتبطة بموضوع الشائعة وقبولها ونقلهم للشائعة.

(2) وجود علاقة عكسية بين ارتفاع مستوى التفكير الناقد وقبول الشائعة ونقلها.

ويوظف الباحث هذه النظرية في تحديد الفروق بين أساليب عرض القضايا المتعلقة بالشائعات بالبرامج الحوارية محل الدراسة والأطر المستخدمة بها، والكشف عن اتجاهات التغطية الخيرية للشائعات واستراتيجيات تعامل البرامج الحوارية محل الدراسة مع الشائعة، وتحديد أنواع الشائعات التي تتصدي لها البرامج محل الدراسة، والاستمالات المستخدمة في عرضها للقضايا المتعلقة بالتصدي للشائعات.

### تساؤلات الدراسة

(1) ما القوالب الفنية المستخدمة في عرض القضايا المتعلقة بالشائعة بالبرامج التلفزيونية محل الدراسة؟

(2) ما عناصر الإبراز المستخدمة في التصدي للشائعات، والأطر المستخدمة في القضايا المتعلقة بالشائعات بالبرامج محل الدراسة؟

(3) ما استراتيجيات تعامل البرامج الحوارية محل الدراسة مع الشائعات التي تتصدي لها؟

(4) ما اتجاه المعالجة في عرض القضايا المتعلقة بالشائعات التي تناولتها البرامج الحوارية محل الدراسة؟

5) ما الاستمالات المستخدمة في عرض البرامج الحوارية للقضايا المتعلقة بالتصدي للشائعات ونشر المعلومات الصحيحة لدى الجمهور المصري؟

### فروض الدراسة

- **الفرض الأول:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أساليب عرض القضايا المتعلقة بالشائعات بالبرامج الحوارية محل الدراسة والأطر المستخدمة بها.
- **الفرض الثاني:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات التغطية الخبرية للشائعات واستراتيجيات تعامل البرامج الحوارية محل الدراسة مع الشائعات.
- **الفرض الثالث:** توجد اختلافات دالة في أنواع الشائعات التي تتصدي لها البرامج محل الدراسة (همزة وصل-شائعات وحقائق) والاستمالات المستخدمة في عرضها للقضايا المتعلقة بالتصدي للشائعات.

### نوع الدراسة

تعد هذه الدراسة من الدراسات والبحوث الوصفية التي تستهدف وصف المواقف أو الظواهر أو الأحداث وجمع الحقائق الدقيقة عنها بهدف تحديد الظاهرة أو الموقف أو الحدث تحديداً دقيقاً ورسم صورة متكاملة له تتسم بالواقعية أو الدقة<sup>(15)</sup>، حيث تقوم هذه الدراسة بوصف وتحليل دور القنوات التلفزيونية في التصدي للشائعات ونشر المعلومات الصحيحة لدى الجمهور المصري

### منهج الدراسة

تستخدم هذه الدراسة المنهج الكمي في دراسات تحليل المضمون Content Analysis . ويعد التحليل الكمي من أبرز سمات تحليل المضمون حيث يتيح هذا المنهج للباحث استخدام الطرق والأساليب الإحصائية التي تهيئ إلى وجود تبويب وتصنيف للفئات وجدولة للوحدات وقياسها والتعبير عن نتائجها بقيم عددية، تهدف إلى التحقق من الموضوعية والتقليل من أخطاء التحيز. وقد اعتمد التحليل الكمي لهذه الدراسة على أسلوب تحليل المضمون المتبع في الدراسات الإعلامية المعنية بمضامين المادة الإعلامية ويعد هذا المنهج من أهم الأساليب المستخدمة في بحوث ودراسات الاتصال والإعلام. ويعرف برلسون<sup>(16)</sup>، تحليل المضمون

" دور القنوات التليفزيونية فى التصدي للشائعات ونشر المعلومات الصحيحة " على انه أسلوب البحث الذي يهدف إلى الوصف الكمي والموضوعي والمنهجي للمحتوى الظاهر في العملية الاتصالية والإعلامية، وتوظف الدراسة هذا المنهج لعرض العناصر المتعلقة بالشائعات واستراتيجيات التصدي لها في القنوات التليفزيونية، وتحديد القوالب الفنية والاستمالات والأطر بشكل كمي، ثم التعليق عليها.

### **مجتمع الدراسة التحليلية**

يتكون مجتمع الدراسة الحالية من جميع البرامج الحوارية المصرية التي تتناول الشائعات

### **عينة الدراسة التحليلية**

تتكون عينة الدراسة الحالية من: -

- برنامج شائعات وحقائق على قناة اكستر نيوز
  - برنامج همزة وصل على قناة النيل للأخبار
- وقد تم اختيار هذه البرامج والتي تعتبر من أكثر البرامج تناولاً للشائعات وتم اختيار المدة من 1 يوليو 2020 حتى 1 سبتمبر 2020.

### **أسلوب جمع بيانات الدراسة التحليلية**

#### **أداة تحليل المضمون**

استخدمت هذه الدراسة أداة تحليل المضمون وهي طريقة لتحليل الرسائل العلمية باستخدام طريقة علمية قائمة على الموضوعية وعدم التحيز فيما يتعلق بالمضمون أو الشكل ما يحقق الثقة في نتائج الدراسة، واستعانت الدراسة بأداة تحليل المضمون للكشف عن دور القنوات التليفزيونية في التصدي للشائعات ونشر المعلومات الصحيحة لدى الجمهور المصري، وذلك من خلال عدة فئات تمثل القوالب الفنية المستخدمة في عرض القضايا المتعلقة بالشائعات، وعناصر الإبراز المستخدمة في التصدي للشائعات، والأطر المستخدمة في القضايا المتعلقة بالشائعات، واستراتيجيات تعامل البرامج الحوارية محل الدراسة مع الشائعات، وأنواع الشائعات التي تتصدي لها، واتجاه المعالجة في عرض القضايا المتعلقة بالشائعات التي تناولتها البرامج الحوارية محل الدراسة، والاستمالات المستخدمة.

الباحث/حسام محمد عبد اللطيف أبو العلا

### المعالجة الإحصائية للبيانات:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة، تم إدخالها- بعد ترميزها- إلى الحاسب الآلي، ثم جرت معالجتها وتحليلها، واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام البرنامج الإحصائي (SPSS Statistical Package for the Social Sciences) "الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية" وذلك باللجوء إلى المعاملات والاختبارات والمعالجات الإحصائية التالية:

- (1) التكرارات والنسب المئوية
- (2) معامل ارتباط بيرسون
- (3) اختبار (ت) (T Test)
- (4) اختبار نسبة ف (Anova)

### أولاً النتائج العامة للدراسة التحليلية:-

■ عدد الحلقات التي تم تحليلها في فترة الدراسة وذات صلة للتصدي للشائعات

#### جدول رقم(1)

عدد الحلقات التي تم تحليلها في فترة الدراسة وذات صلة للتصدي للشائعات

عدد الحلقات		البرامج
%	ك	
85.8%	91	برنامج همزة وصل
14.2%	15	برنامج شائعات وحقائق
100%	106	المجموع

تشير معطيات الجدول السابق إلى عدد الحلقات التي تم تحليلها في فترة الدراسة

وذات صلة للتصدي للشائعات:-

تشير نتائج الجدول السابق إلى أن عدد حلقات برنامج "همزة وصل" 91 حلقة والتي تم تحليلها في فترة الدراسة وذات صلة بالموضوعات المتعلقة للتصدي للشائعات، بينما عدد حلقات برنامج "شائعات وحقائق" 15 حلقة خلال فترة التحليل التي قام بها الباحث أثناء دراسته.



" دور القنوات التليفزيونية في التصدي للشائعات ونشر المعلومات الصحيحة " ويرجع الفارق في أعداد برنامجي التحليل أن برنامج همزة وصل هو برنامج يومي للتواصل الاجتماعي عن طريق طرح قضية مجتمعية للمناقشة عن طريق التواصل الاجتماعي والمدخلات الهاتفية مع الخبراء والمحللين، بينما برنامج شائعات وحقائق هو برنامج يذاع أسبوعياً والبرنامج يهتم برصد الشائعات التي يتم تسويقها على وسائل التواصل الاجتماعي والمواقع الإخبارية والقنوات التليفزيونية، في جميع المجالات، حيث يفندها ويرد عليها بكل مهنية عبر محللين ومتخصصين في جذور الشائعات وكيفية مواجهتها، بالإضافة إلى تتبع الشائعات ومصدر إطلاقها ويركز البرنامج على الشائعات التي تشغل بال قطاع كبير من الرأي العام، وأيضاً الشائعات المتعلقة بالشخصيات العامة والمؤثرة وصناع القرار في الدولة.

#### ■ عدد المواد ذات صلة للتصدي للشائعات بحلقات البرامج محل الدراسة

##### جدول رقم (2)

عدد المواد ذات صلة بالشائعات التي تم تحليلها في فترة الدراسة

المواد ذات صلة للتصدي للشائعات		البرامج
%	ك	
55	220	برنامج همزة وصل
45	180	برنامج شائعات وحقائق
%100	400	المجموع

تشير معطيات الجدول السابق إلى عدد المواد ذات صلة بالشائعات التي تم

تحليلها في فترة الدراسة:-

جاءت عدد المواد ذات صلة بالشائعات التي تم تحليلها في فترة الدراسة " ببرنامج همزة وصل " 220 إشاعة تم تناولها بنسبة 55% من إجمالي عدد الشائعات التي تم تحليلها بفترة الدراسة، بينما جاء عدد المواد ذات صلة بالشائعات التي تم تحليلها في فترة الدراسة " ببرنامج شائعات وحقائق " 180 شائعة بنسبة 45% من إجمالي عدد الشائعات التي تم تحليلها بفترة الدراسة.

الباحث/حسام محمد عبد اللطيف أبو العلا

وتشير النتائج السابقة إلى اهتمام برامج التلفزيون بقطاعيه الخاص والحكومي بالرد على الشائعات فالانتصار في معركة الوعي الجمهوري كان وما زال الإطار الحاكم للرسالة الإعلامية المقدمة من مختلف إصداراتها الصحفية والتلفزيونية والإذاعية وكذلك فيما يقدم من محتوى تلفزيوني على مدار العام، بهدف التثقيف والترفيه ودحض الأكاذيب ونشر المعلومات الصحيحة، لخلق وعي حقيقي لدى المجتمع المصري وذلك في ضوء توجيهات الرئيس عبد الفتاح السيسي بأهمية دور الإعلام في بناء وعي حقيقي

### جدول (3)

يوضح القوالب الفنية المستخدمة في عرض القضايا المتعلقة بالشائعات بالبرامج التلفزيونية محل الدراسة

الإجمالي		برنامج شائعات وحقائق		برنامج همزة وصل		البرامج	القوالب
%	ك	%	ك	%	ك		
32.5	130	33.3	60	31.8	70	حديث مباشر	
16.8	67	16.1	29	17.3	38	حوار هاتفي	حوار
13.8	55	14.4	26	13.2	29	حوار داخلي في الاستديو	
13.5	54	13.9	25	13.2	29	حوار خارجي	
14.8	59	15	27	14.5	32	مناظرة	
8.8	35	7.2	13	10.0	22	التقارير الإخبارية الخارجية	
%100	400	100%	180	%100	220	الإجمالي	

تشير نتائج الجدول السابق إلى القوالب الفنية المستخدمة في عرض القضايا المتعلقة

بالشائعات بالبرامج التلفزيونية محل الدراسة: -

جاء في الترتيب الأول للقوالب الفنية المستخدمة في عرض القضايا المتعلقة بالشائعات بالبرامج التلفزيونية محل الدراسة قالب (حديث مباشر) بنسبة 32.5%، يليه في الترتيب الثاني (حوار هاتفي) بنسبة 16.8%، بينما جاء في الترتيب الثالث قالب (مناظرة) بنسبة

" دور القنوات التلفزيونية في التصدي للشائعات ونشر المعلومات الصحيحة " 14.8%، يليه في الترتيب الرابع قالب (حوار داخلي في الاستديو) بنسبة 13.8%، بينما جاء في الترتيب الخامس قالب (حوار خارجي) بنسبة 13.5%، وجاء في الترتيب السادس والأخير (التقارير الإخبارية الخارجية) بنسبة 8.8%.

وتعكس نتيجة الجدول السابق لأهمية الحديث المباشر كقالب مستخدم عرض القضايا المتعلقة بالشائعات بالبرامج التلفزيونية محل الدراسة وقالب الحوار الهاتفي وضعف استخدام القوالب الأخرى، فقالب الحديث المباشر يسهم في دعم دور الإعلام الرئيسي في تصحيح الأخبار الكاذبة عن طريق إجراء حوار مباشر مع أحد الخبراء والمتخصصين للرد علي المغرضين للشائعات.

#### جدول (4)

يوضح عناصر الإبراز المستخدمة في التصدي للشائعات بالبرامج التلفزيونية محل الدراسة

الإجمالي		برنامج شائعات وحقائق		برنامج همزة وصل		البرامج عناصر الإبراز
%	ك	%	ك	%	ك	
30.8	123	26.7	48	34.1	75	لا يوجد
27.8	111	42.8	77	15.5	34	انفوجرافيك
12.8	51	11.7	21	13.6	30	تقرير خارجي
17.5	70	8.9	16	24.5	54	صورة ثابتة
6.3	25	7.2	13	5.5	12	رسوم بيانية
2.5	10	1.7	3	3.2	7	مادة فلمية
2.0	8	1.1	2	2.7	6	جرافيك
0.5	2	--	--	0.9	2	خرائط
%100	400	100%	180	%100	220	الإجمالي

تشير نتائج الجدول السابق إلي عناصر الإبراز المستخدمة في التصدي للشائعات بالبرامج التلفزيونية محل الدراسة: -

الباحث/حسام محمد عبد اللطيف أبو العلا

أشارت النتائج أنه (لا يوجد) عناصر إبراز مستخدمة في التصدي للشائعات بالبرامج التلفزيونية محل الدراسة بنسبة 30.8%، يليه في الترتيب الثاني (انفوجرافيك) بنسبة 27.8%، بينما جاء في الترتيب الثالث (صورة ثابتة) بنسبة 17.5%، وجاء في الترتيب الرابع (تقرير خارجي) بنسبة 12.8%، يليه في الترتيب الخامس (رسوم بيانية) بنسبة 6.3%، وجاء في الترتيب الخامس (مادة فلمية) بنسبة 2.5%، بينما جاء في الترتيب السادس لعناصر الإبراز المستخدمة في التصدي للشائعات بالبرامج التلفزيونية محل الدراسة (جرافيك) بنسبة 2%، وجاء في الترتيب السابع والأخير عنصر الإبراز (خرائط) بنسبة 0.5%.

تعكس نتيجة الجدول استخدام البرامج محل الدراسة إلي استخدام الإنفوجرافيك للرد علي الشائعات وتبرز أهمية الانفوجرافيك في كونه أحد أهم أساليب المحتوى القوية التي تستخدمها الكثير من البرامج مؤخراً في عرض محتواها فالانفوجرافيك كونه تصميم يضم كتابة وصورة مدمجان معا وبالألوان فإنه يجذب اهتمام الجمهور وهو ما ينظر له الجمهور ويهتم به ويقراه بسرعة وفيما يلي أهم الإنفوجرافيك الذي تم عرضه بالبرامج للرد على الشائعات بفترة الدراسة.



شكل (1) من برنامج شائعات وحقائق  
يوضح ترتيب السنوات طبقاً لمعدل انتشار الشائعات

" دور القنوات التليفزيونية فى التصدي للشائعات ونشر المعلومات الصحيحة "



شكل (2) من برنامج همزة وصل يوضح جهود الدولة لفتح الأسواق أمام الصادرات الزراعية والرد على الشائعات المتعلقة بتوفير الأراضي الزراعية



شكل (3) من برنامج شائعات وحقائق يوضح حصاد مواجهة الشائعات خلال عام 2020

جدول (5)

يوضح نوع الموضوعات التي تتناولها البرامج الخاصة بالتصدي للشائعات ونشر المعلومات الصحيحة لدى الجمهور المصري

الإجمالي		برنامج شائعات وحقائق		برنامج همزة وصل		البرامج نوع الموضوعات
%	ك	%	ك	%	ك	
15.0	60	15	27	15	33	صحية
12.5	50	13.3	24	11.8	26	تعليمية
12.0	48	10.0	18	13.6	30	مرافق وخدمات
11.5	46	12.8	23	10.5	23	اقتصادية
11.0	44	12.2	22	10.0	22	اجتماعية
9.8	39	11.1	20	8.6	19	سياسية
8.0	32	5.6	10	10.0	22	دينية
7.0	28	5.6	10	8.2	18	قضائية
4.8	19	3.9	7	5.5	12	إعلامية
5.3	21	7.8	14	3.2	7	ثقافية
3.3	13	2.8	5	3.6	8	بيئية
%100	400	%100	180	%100	220	الإجمالي

تشير نتائج الجدول السابق إلى نوع الموضوعات التي تتناولها البرامج الخاصة

بالتصدي للشائعات ونشر المعلومات الصحيحة لدى الجمهور المصري:-

جاء في الترتيب الأول لنوع الموضوعات التي تتناولها البرامج الخاصة بالتصدي للشائعات ونشر المعلومات الصحيحة لدى الجمهور المصري موضوعات (صحية) بنسبة 15%، يليه في الترتيب الثاني (تعليمية) بنسبة 12.5%، وجاء في الترتيب الثالث (مرافق

" دور القنوات التليفزيونية في التصدي للشائعات ونشر المعلومات الصحيحة " وخدمات) بنسبة 12.0%، ويليه في الترتيب الرابع موضوعات (اقتصادية) بنسبة 11.5%، بينما جاء في الترتيب الخامس القضايا (اجتماعية) بنسبة 11.0%، يليه في الترتيب السادس قضايا (سياسية) بنسبة 9.8%، بينما جاء في الترتيب السابع قضايا (دينية) بنسبة 8.0%، وجاء في الترتيب الثامن قضايا(قضائية) بنسبة 7.0%، بينما جاء في الترتيب التاسع قضايا (إعلامية) بنسبة 4.8%، وجاء في الترتيب الأخير قضايا (بيئية) بنسبة 3.3%.

وتعكس نتائج الجدول السابق إلي اهتمام برنامجي الدراسة (همزة وصل - حقائق وشائعات) بالرد علي الشائعات المتعلقة بالصحة أولاً نظراً لهذه الفترة وما كانت تحتويه من شائعات حول فيروس كورونا وآليات الدولة في التصدي له وتلقي اللقاحات وتعامل المستشفيات مع المرضي وغيرها من الشائعات التي كانت تثير الرأي العام.



شكل رقم (4) من برنامج شائعات وحقائق يشير لترتيب القطاعات وفقاً لنسبة استهدافها بشائعة كورونا

جدول (6)

يوضح استراتيجيات تعامل البرامج الحوارية محل الدراسة مع الشائعة

الإجمالي		برنامج شائعات وحقائق		برنامج همزة وصل		البرامج الاستراتيجية
%	ك	%	ك	%	ك	
25.8	103	22.2	40	28.6	63	استضافة متخصصين لشرح الخبر وتكذيبه
21.8	87	20.0	36	23.2	51	شرح وتفنيد الشائعة
20.5	82	27.8	50	14.5	32	يجمع بين أكثر من استراتيجية
9.3	37	9.4	17	9.1	20	نشر حقائق تثبت كذب الشائعة
9.0	36	12.2	22	6.4	14	نفي الشائعة فقط
6.5	26	2.8	5	9.5	21	إطلاق خبر جديد ينفي الشائعة
4.8	19	4.4	8	5.0	11	نشر مصدر الشائعة
2.5	10	1.1	2	3.6	8	الكشف عن معاقبة مستغلي الشائعات
100 %	400	100 %	180	100%	220	الإجمالي

تشير نتائج الجدول السابق إلى استراتيجيات تعامل البرامج الحوارية محل الدراسة

مع الشائعة: -

جاء في الترتيب الأول استراتيجية (استضافة متخصصين لشرح الخبر وتكذيبه) بنسبة 25.8%، يليه في الترتيب الثاني استراتيجية (شرح وتفنيد الشائعة) بنسبة 21.8%، يليه في الترتيب الثالث لاستراتيجيات تعامل البرامج الحوارية محل الدراسة مع الشائعة استراتيجية (يجمع بين أكثر من استراتيجية) بنسبة 20.5%، يليه في الترتيب الرابع استراتيجية (نشر حقائق تثبت كذب الشائعة) بنسبة 9.3%، وجاء في الترتيب الخامس استراتيجية (نفي الشائعة فقط) بنسبة 9%، يليه في الترتيب السادس لاستراتيجيات تعامل البرامج الحوارية



" دور القنوات التليفزيونية في التصدي للشائعات ونشر المعلومات الصحيحة " محل الدراسة مع الشائعة الاستراتيجية (إطلاق خبر جديد ينفي الشائعة) بنسبة 6.5%، وجاء في الترتيب السابع استراتيجية (نشر مصدر الشائعة) بنسبة 4.8%، وجاء في الترتيب الثامن والأخير (الكشف عن معاقبة مستغلي الشائعات) بنسبة 2.5%.

وتعكس نتائج الجدول السابق إلي أن اهم استراتيجية تتعامل بها البرامج الحوارية محل الدراسة مع الشائعة هي استضافة متخصصين لشرح الخبر وتكذيبه فإسناد الأمور لأهل العلم والخبرة من بين أسباب التصدي للشائعات وقبرها ولربما يثار سؤال هل يمكن معالجة الشائعات نعم فللحكومة والمتخصصين تقديم حلول لمواجهة خطر الشائعة النفسية والحسية ومن بين المعالجات التعامل بمنطقية مع الأخبار والتأكد من المصدر خصوصا مع الأخبار الحساسة والمهمة بالإضافة إلى الإكثار من التوعية لمحاربة الشائعات.

#### جدول (7)

يوضح أنواع الشائعات التي تصدي لها البرامج محل الدراسة

الإجمالي		برنامج شائعات وحقائق		برنامج همزة وصل		البرامج أنواع الشائعات
%	ك	%	ك	%	ك	
34.5	138	33.3	60	35.5	78	الشائعة الزاحفة
17.5	70	30.0	54	7.3	16	الشائعة السريعة
13.3	53	7.2	13	18.2	40	شائعة الخوف/الرعب
13.0	52	10.6	19	15.0	33	شائعة الحقد والكراهية
12.8	51	12.8	23	12.7	28	شائعة الأمل
9.0	36	6.1	11	11.4	25	الشائعة الغائصة
%100	400	%100	180	%100	220	الإجمالي

تشير نتائج الجدول السابق إلي أنواع الشائعات التي تصدي لها البرامج محل الدراسة:-  
 جاء في الترتيب الأول (الشائعة الزاحفة) بنسبة 34.5%، يليه في الترتيب الثاني (الشائعة السريعة) بنسبة 17.5%، وجاء في الترتيب الثالث (شائعة الخوف/الرعب) بنسبة 13.3%، يليه في الترتيب الرابع (شائعة الحقد والكراهية) بنسبة 13%، وجاء في الترتيب

الخامس (شائعة الأمل) بنسبة 12.8%، وجاء في الترتيب السادس والأخير (الشائعة الغائصة) بنسبة 9%.

وتعكس نتائج الجدول السابق إلى اهتمام برامج الدراسة بالتصدي للشائعات من النوع الزاحفة وهي تلك الشائعات التي تنمو وتنتشر ببطء حتى تصل في النهاية إلى مرحلة بحيث يعرفها الناس وغالباً ما تتناول هذه الشائعات مواضيع توجه ضد مسؤولي الحكومي والغرض منها تشويه سمعتهم والنيل منهم وكذلك تستهدف عرقلة التطور والنمو الاجتماعي والاقتصادي للبلاد، ومن ثم التصدي للشائعات السريعة وهي الشائعات التي تنتشر بسرعة مذهلة حتى تغطي المجتمع المستهدف أو الفئة المطلوبة من وراء الترويج لتلك الشائعة في وقت قياسي، ويعتمد هذا النوع من الشائعات على أهميه وغموض الموضوع التي تتناوله

**ومن أمثلة الشائعات الزاحفة التي تناولتها برنامجي الدراسة كشائعة وقف معاش تكافل وكرامه** حيث أثير في بعض المواقع الإلكترونية وصفحات التواصل الاجتماعي، من أبناء عن وقف وزارة التضامن الاجتماعي معاش تكافل وكرامة وحرمان مئات الأسر الفقيرة منه، أمر غير صحيح فأعلن المركز الإعلامي لمجلس الوزراء في تقرير كشف الحقائق والرد على الشائعات، ، أنه تواصل مع وزارة التضامن الاجتماعي، والتي نفت تلك الأنباء، وأكدت على عدم توقف برنامج تكافل وكرامة الذي يمثل محوراً رئيسياً لشبكات الأمان الاجتماعي التي تشمل الأسر تحت خط الفقر والفئات الأولى بالرعاية وهي فئات تشملها الدولة بإجراءات الحماية الاجتماعية خاصة مع إجراءات الإصلاح الاقتصادي. وأوضحت الوزارة، أن كل ما يتردد حول هذا الشأن معلومات غير صحيحة وأن الدعم النقدي يستمر صرفه للأسر المستحقة والتي تنطبق عليها شروط البرنامج وأوضحت الوزارة، أنها تجري عملية مراجعة دقيقة وزيارات ميدانية بشكل دوري للتأكد من عدم حدوث أخطاء تؤدي لاستبعاد أسر مستحقة أو إدراج أسر غير مستحقة، ويأتي ذلك في إطار حرص الدولة على ضمان وصول الدعم لمستحقيه وترشيد أي موارد مهددة لصالح عملية التنمية الاقتصادية.

بينما من أبرز الشائعات السريعة التي تناولهما برنامجي الدراسة بالرد عليهم ونفيهم شائعات تخفيض رواتب موظفي الجهاز الإداري للدولة غير المنتقلين للعاصمة الإدارية

" دور القنوات التليفزيونية في التصدي للشائعات ونشر المعلومات الصحيحة " الجديدة، وزيادة فئات ضريبة الدخل على المواطنين في إطار التعديلات الجديدة لقانون "الضريبة على الدخل"، وتأجيل موعد بدء الدراسة بالمدارس تحسباً للموجة الثانية لفيروس كورونا، وبيع المقرات القديمة للوزارات عقب الانتقال للعاصمة الإدارية الجديدة لصالح جهات أجنبية.

### جدول (8)

يوضح اتجاه المعالجة في عرض القضايا المتعلقة بالشائعات التي تناولتها البرامج الحوارية محل الدراسة

الإجمالي		برنامج شائعات وحقائق		برنامج همزة وصل		الاتجاه
%	ك	%	ك	%	ك	
67	268	60.0	108	72.7	160	سلبي
19	76	24.4	44	14.5	32	لا يحمل اتجاه
7.5	30	6.7	12	8.2	18	محايد
6.5	26	8.9	16	4.5	10	إيجابي
100%	400	45	180	55	220	الإجمالي

تشير نتائج الجدول السابق إلى اتجاه المعالجة في عرض القضايا المتعلقة بالشائعات التي تناولتها البرامج الحوارية محل الدراسة: -

جاء في الترتيب الأول لاتجاه المعالجة في عرض القضايا المتعلقة بالشائعات التي تناولتها البرامج الحوارية محل الدراسة الاتجاه (السلبي) بنسبة 67%، بينما جاء في الترتيب الثاني (لا يحمل اتجاه) بنسبة 19%، وجاء في الترتيب الثالث لاتجاه المعالجة في عرض القضايا المتعلقة بالشائعات التي تناولتها البرامج الحوارية محل الدراسة الاتجاه (المحايد) بنسبة 7.5%، وجاء في الترتيب الرابع والأخير الاتجاه (الإيجابي) بنسبة 6.5%.

وتعكس نتائج الجدول السابق إلى اتجاه المعالجة السلبية في عرض القضايا المتعلقة بالشائعات التي تناولتها البرامج الحوارية محل الدراسة نظراً لما تحمله الشائعة من مخاطر

الباحث/حسام محمد عبد اللطيف أبو العلا

على المجتمع وتظهر الشائعات في أشكال متعددة كالتوقعات والدعابة والثرثرة، وتمس أحداثاً كالحروب والكوارث والأزمات الأمنية، وارتفاع الأسعار، وعلاقات سياسية أو اقتصادية، وتمس أشخاصاً أو جماعات، حامله الحقد والكراهية كل هذا يؤثر سلباً على المجتمع.

### جدول (9)

يوضح الأطر المستخدمة في القضايا المتعلقة بالشائعات بالبرامج الحوارية محل الدراسة،

(متعدد الاختيارات، ن=400)

الإجمالي		برنامج شائعات وحقائق		برنامج همزة وصل		البرامج الأطر
%	ك	%	ك	%	ك	
39.3	157	41.7	75	37.3	82	أطر القضايا العامة
28.8	115	33.3	60	25.0	55	إطار المسؤولية
22.3	89	15.6	28	27.7	61	إطار سياسي
21.8	87	14.4	26	27.7	61	إطار الاهتمامات الإنسانية
19.0	76	19.4	35	18.6	41	إطار الصراع
6.5	26	3.9	7	8.6	19	إطار قانوني
6.3	25	1.1	2	10.5	23	إطار ديني
5.0	20	7.2	13	3.2	7	إطار عسكري
2	8	2.8	5	1.4	3	إطار تاريخي

تشير نتائج الجدول السابق إلى الأطر المستخدمة في القضايا المتعلقة بالشائعات

بالبرامج الحوارية محل الدراسة: -

جاء في الترتيب الأول (أطر القضايا العامة) بنسبة 39.3%، يليه في الترتيب الثاني (إطار المسؤولية) بنسبة 22.3%، يليه في الترتيب الثاني (إطار المسؤولية) بنسبة 22.3%، بينما جاء في الترتيب الثالث (إطار سياسي) بنسبة 22.3%، بينما جاء في الترتيب الرابع (إطار الاهتمامات الإنسانية) بنسبة 21.8%، وجاء في الترتيب الخامس (إطار الصراع) بنسبة 19.0%، وجاء في الترتيب السادس للأطر المستخدمة في القضايا المتعلقة بالشائعات بالبرامج الحوارية محل الدراسة (إطار قانوني) بنسبة 6.5%، يليه في الترتيب السابع (إطار ديني) بنسبة 6.3%، وجاء في الترتيب الثامن (إطار عسكري) بنسبة

" دور القنوات التليفزيونية فى التصدي للشائعات ونشر المعلومات الصحيحة " 5%، وجاء في الترتيب التاسع والأخير للأطر المستخدمة فى القضايا المتعلقة بالشائعات بالبرامج الحوارية محل الدراسة (الإطار التاريخي) بنسبة 2%.

وتعكس نتائج الجدول السابق إلي تعدد الأطر المستخدمة فى القضايا المتعلقة بالشائعات بالبرامج الحوارية محل الدراسة وأن أكثر الأطر توظيفاً إطار القضايا العامة وذلك نظراً لوجود العديد من الشائعات المتعلقة بالهيئات العامة والقضايا العامة.

### جدول (10)

يوضح الاستمالات المستخدمة في عرض البرامج الحوارية للقضايا المتعلقة بالتصدي للشائعات ونشر المعلومات الصحيحة لدى الجمهور المصري

الإجمالي		برنامج همزة وصل		برنامج شائعات وحقائق		البرامج الاستمالات
%	ك	%	ك	%	ك	
12.8	51	13.3	24	12.3	27	الاستمالات العاطفية
10	40	10.0	18	10.0	22	
8	32	6.7	12	9.1	20	
6.5	26	3.9	7	8.6	19	
6	24	3.3	6	8.2	18	
2.8	11	1.7	3	3.6	8	التركيز على النواحي العاطفية
14.5	58	18.3	33	11.4	25	الاستمالات العقلانية
13	52	12.2	22	13.6	30	
8.8	35	7.2	13	10.0	22	
7.8	31	10.0	18	5.9	13	
7	28	5.0	9	8.6	19	
20.5	82	15.6	28	24.5	54	استمالات التخويف
14.5	58	20.0	36	10.0	22	
11.5	46	16.7	30	7.3	16	

تشير نتائج الجدول السابق إلى الاستمالات المستخدمة في عرض البرامج الحوارية للقضايا المتعلقة بالتصدي للشائعات ونشر المعلومات الصحيحة لدى الجمهور المصري:  
■ أولاً فيما يتعلق بالاستمالات العاطفية: -

جاء في الترتيب الأول (المبالغة في عرض الخبر) بنسبة 12.8%، يليه في الترتيب الثاني استمالة (التكرار) بنسبة 10%، وجاء في الترتيب الثالث للاستمالات العاطفية المستخدمة في عرض البرامج الحوارية للقضايا المتعلقة بالتصدي للشائعات ونشر المعلومات الصحيحة لدى الجمهور المصري (استخدام الشعارات والرموز) بنسبة 6.5%، وجاء في الترتيب الرابع (التعميم) بنسبة 6.5%، يليه في الترتيب الخامس (التحيز) بنسبة 6%، وجاء في الترتيب السادس والأخير (التركيز على النواحي العاطفية) بنسبة 2.8%.

■ ثانياً: - فيما يتعلق بالاستمالات العقلانية

جاء في الترتيب الأول (تقديم أرقام وإحصائيات) بنسبة 14.5%، يليه في الترتيب الثاني استمالة (الاستشهاد بالأحداث الجارية) بنسبة 13%، يليه في الترتيب الثالث للاستمالات العقلانية المستخدمة في عرض البرامج الحوارية للقضايا المتعلقة بالتصدي للشائعات ونشر المعلومات الصحيحة لدى الجمهور المصري (الربط بين الأسباب والنتائج) بنسبة 8.8%، يليه في الترتيب الرابع استمالة (تقديم أدلة وبراهين) بنسبة 7.8%، يليه في الترتيب الخامس استمالة (عرض وجهتي النظر) بنسبة 7%.

■ ثالثاً: - فيما يتعلق باستمالات التخويف

جاء في الترتيب الأول (تصوير خطورة المشكلة) بنسبة 20.5%، يليه في الترتيب الثاني (استخدام دلالات الألفاظ) بنسبة 14.5%، وجاء في الترتيب الثالث والأخير (استخدام أسلوب التحذير) بنسبة 11.5%.

تعكس نتيجة الجدول السابق أهمية الاستمالات العقلانية التي تعتمد على مخاطبة عقل المتلقي وتقديم الحجج المنطقية والمعلومات والإحصاءات، ويظهر هذا النوع بكثرة في الرسائل التي تبثها البرامج محل الدراسة أثناء معالجتها للشائعات وهناك «استمالات

" دور القنوات التليفزيونية فى التصدي للشائعات ونشر المعلومات الصحيحة " التخويف» التي تعمل على تنشيط الإثارة العاطفية لدى المتلقي، كإثارة خوفه من أضرار انتشار الشائعات علي المجتمع.

### ثانياً :- نتائج اختبار الفروض

■ **الفرض الأول:-** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أساليب عرض القضايا المتعلقة بالشائعات بالبرامج الحوارية محل الدراسة والأطر المستخدمة بها.

#### جدول رقم (11)

يوضح تحليل التباين لدلالة الفروق بين

أساليب عرض القضايا المتعلقة بالشائعات بالبرامج الحوارية محل الدراسة والأطر المستخدمة بها

البرامج	المتغيرات	البيان	مجموع الدرجات	د.ح	المتوسط	ف	الدلالة
همزة وصل	أساليب عرض القضايا المتعلقة بالشائعات بالبرامج الحوارية	بين المجموعات	147.151	10	24.525	44.255	دالة 0.000
		داخل المجموعات	1275.172	209	0.554		
		مجموع	1422.323	219			
شائعات وحقائق	أساليب عرض القضايا المتعلقة بالشائعات بالبرامج الحوارية	بين المجموعات	112.087	10	18.681	49.674	دالة 0.000
		داخل المجموعات	153.440	169	0.376		
		مجموع	265.527	179			

تشير نتائج تطبيق اختبار "ANOVA-Test" بالجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أساليب عرض القضايا المتعلقة بالشائعات بالبرامج الحوارية وتأثيرها للقضايا المتعلقة بالشائعات (همزة وصل - شائعات وحقائق) حيث تشير نتائج تطبيق اختبار "ANOVA-Test" بالجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أساليب عرض القضايا المتعلقة بالشائعات ببرامج همزة

الباحث/حسام محمد عبد اللطيف أبو العلا

وصل وتأثيره للقضايا المتعلقة بالشائعات، حيث تبين أن قيمة "F" بلغت 44.255، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية 0.000.

● كما أظهرت نتائج تطبيق اختبار "ANOVA-Test" بالجدول السابق أساليب عرض القضايا المتعلقة بالشائعات ببرنامج شائعات وحقائق وتأثيره للقضايا المتعلقة بالشائعات، حيث تبين أن قيمة "F" بلغت 49.674، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية 0.000.

وعلى هذا يمكن القول بثبوت صحة الفرض الأول بوجود فروق ذات دلالة إحصائية أساليب عرض القضايا المتعلقة بالشائعات بالبرامج الحوارية محل الدراسة والأطر المستخدمة بها.

الفرض الثاني :- توحد فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات التغطية الخيرية للشائعات واستراتيجيات تعامل البرامج الحوارية محل الدراسة مع الشائعة

#### جدول رقم (12)

يوضح تحليل التباين لدلالة الفروق بين

اتجاهات التغطية الخيرية للشائعات واستراتيجيات تعامل البرامج الحوارية محل الدراسة

مع الشائعة

البرامج	المتغيرات	البيان	مجموع الدرجات	د.ح	المتوسط	ف	الدلالة
همزة وصل	اتجاهات التغطية الخيرية للشائعات	بين المجموعات	1189.631	7	198.272	456.410	دالة 0.000
		داخل المجموعات	999.590	212	0.434		
		مجموع	2189.221	219			
شائعات وحقائق	اتجاهات التغطية الخيرية للشائعات	بين المجموعات	285.709	7	47.618	190.856	دالة 0.000
		داخل المجموعات	101.795	172	0.249		
		مجموع	387.504	179			



" دور القنوات التليفزيونية فى التصدي للشائعات ونشر المعلومات الصحيحة " تشير نتائج تطبيق اختبار " ANOVA-Test " بالجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات التغطية الخبرية للشائعات واستراتيجيات تعامل البرامج الحوارية محل الدراسة مع الشائعة المتمثلة في برنامجي (همزة وصل -شائعات وحقائق).

• حيث تشير نتائج تطبيق اختبار " ANOVA-Test " بالجدول السابق لبرنامج همزة وصل إلي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات التغطية الخبرية للشائعات واستراتيجيات تعامل البرنامج محل الدراسة مع الشائعة، حيث تبين أن قيمة "F" بلغت 456.410، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية 0.000.

• كما أظهرت نتائج تطبيق اختبار " ANOVA-Test " بالجدول السابق لبرنامج شائعات وحقائق إلي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات التغطية الخبرية للشائعات واستراتيجيات تعامل البرنامج محل الدراسة مع الشائعة، حيث تبين أن قيمة "F" بلغت 190.856، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية 0.000.

وعلى هذا يمكن القول بثبوت صحة الفرض الثاني بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات التغطية الخبرية للشائعات واستراتيجيات تعامل البرامج الحوارية محل الدراسة (همزة وصل -شائعات وحقائق) مع الشائعة

الفرض الثالث -: توجد اختلافات دالة فى أنواع الشائعات التي تتصدي لها البرامج محل الدراسة (همزة وصل -شائعات وحقائق) و الاستمالات المستخدمة في عرضها للقضايا المتعلقة بالتصدي للشائعات

جدول رقم (13)

يوضح اختبار "T-Test"

لوجود اختلافات في أنواع الشائعات التي تتصدي لها البرامج محل الدراسة (همزة وصل-شائعات وحقائق) و الاستمالات المستخدمة في عرضها للقضايا المتعلقة بالتصدي للشائعات

مستوى الدلالة	قيمة ت	درجة الحرية	الانحراف المعياري	المتوسط	المتغيرات	البرامج
دالة 0.002	88.650	219	1.57274	3.6114	الاستمالات المستخدمة	أنواع الشائعات التي تتصدي لها البرامج
			2.27429	4.1967		
دالة 0.001	36.678	179	1.56624	3.2048	الاستمالات المستخدمة	شائعات وحقائق
			1.99417	3.5904		

تشير نتائج تطبيق اختبار "T-Test" بالجدول السابق إلي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أنواع الشائعات التي تتصدي لها البرامج محل الدراسة (همزة وصل-شائعات وحقائق) و الاستمالات المستخدمة في عرضها للقضايا المتعلقة بالتصدي للشائعات

حيث تشير نتائج تطبيق اختبار "T-Test" بالجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أنواع الشائعات التي تتصدي لها برنامج همزة وصل والاستمالات المستخدمة في عرضها للقضايا المتعلقة بالتصدي للشائعات، حيث تبين أن قيمة ت =88.650، وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.002.

كما أظهرت نتائج تطبيق اختبار "T-Test" بالجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أنواع الشائعات التي تتصدي لها برنامج شائعات وحقائق والاستمالات

" دور القنوات التليفزيونية في التصدي للشائعات ونشر المعلومات الصحيحة " المستخدمة في عرضه للقضايا المتعلقة بالتصدي للشائعات، حيث تبين أن قيمة ت = 36.678، وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.000.

وعلى هذا يمكن القول بثبوت صحة الفرض الثالث بوجود اختلافات دالة في أنواع الشائعات التي تصدي لها البرامج محل الدراسة (همزة وصل-شائعات وحقائق) والاستمالات المستخدمة في عرضها للقضايا المتعلقة بالتصدي للشائعات.

### **توصيات الدراسة :**

- انتهت الدراسة إلى عدد من التوصيات يمكن توضيحها في التوصيات التالية:
  - على الحكومة الرد على الشائعات في أكثر من وسيلة من وسائل الإعلام لتوعية المواطنين، بمعنى ألا تكفي بالرد من خلال المركز الإعلامي لمركز معلومات ودعم اتخاذ القرار بمجلس الوزراء ولكن لا بد أن يتم على الصفحة الرسمية الخاصة به، إذاعة ونشر هذا الرد من خلال التليفزيون والراديو حيث أن التليفزيون والراديو يصل إلى عدد كبير من المواطنين خاصة كبار السن والفئات الغير متعلمة.
  - على الحكومة أن تقوم بوسائل مختلفة لزيادة الوعي بين المواطنين كعمل إعلانات أو دورات تدريبية وغيرها من وسائل حتى نقل من ظهور الشائعات وهو ما يؤدي إلى التنمية والاستقرار السياسي في المجتمع.
  - على قطاع التليفزيون أن يعتمد علي مبدأ الشفافية في الأجهزة المختلفة كونه هو الوحيد القادر على إنقاذها من فخ الشائعات التي تطالها وأن تصارح المجتمع دائماً بحقيقة الأمور حتى وإن كانت صادمة لأن ذلك من شأنه أن يجعل المجتمع أكثر ثقة في نفسه وفي الحكومة.
  - ضرورة اهتمام مراكز البحوث والدراسات الأمنية والاجتماعية بموضوع الشائعات باعتباره علماً له قوانينه ونظرياته ودراساته ونتائجه التجريبية والواقعي بحيث يمكن توجيهها لتحقيق أهداف يعينها في إطار المفهوم الشامل للحرب النفسية، ووضعه ضمن الأولويات البحثية وإجراء المزيد من الدراسات العلمية لرصد أنواع الشائعات وتصنيفها وتحليل أسبابها وعوامل انتشارها.

**مصادر ومراجع الدراسة**

- (1) استقلال محمد العازمي (2021) مخاطر "الفبركة الرقمية" في الإعلام الجديد جائحة كورونا عبر وسائل التواصل الاجتماعي "نموذجًا"، مجلة البحوث الاعلامية ، المقالة 5، المجلد 56، 56- ج3، الشتاء 2021، ص ص 1201-1250.
- (2) أميرة ززع، داليا أحمد عبدالوهاب (2020) بعنوان فاعلية العلاقات العامة في التصدي للشائعات بالمؤسسات الحكومية المصرية وعلاقتها بتحسين الصورة الذهنية، دراسة تجريبية، بحث مقدم في مؤتمر كلية الآداب جامعة المنوفية، ص20.
- (3) منال عبده منصور (2020) سمات الصورة الإعلامية للدولة المصرية كما تعكسها الشائعات بالقنوات المعادية لمصر (دراسة تحليلية)، مجلة البحوث الاعلامية، المقالة 8 /، المجلد 55، ج2، ص ص 1143-1180.
- 4) Jing Zeng, Jean Burgess, Axel Bruns, Is citizen journalism better than professional journalism for fact-checking rumours in China? How Weibo users verified information following the 2015 Tianjin blasts, **Global Media and China**, vol. 4, 1: pp. 13-35. , First Published March 25, 2019
- (5) جيهان سيد يحيي (2021) التأثيرات النفسية والسلوكية لمحتوى الإعلام المرئي المقدم عن كورونا وعلاقته بمصادقية المصدر، مجلة البحوث الاعلامية، المقالة 2، المجلد 56، ج4، ص ص 1400-1351.
- (6) حسين خليفة ، محمد شكري أحمد (2020)، المسؤولية الاجتماعية للبرامج الحوارية في التلفزيون البحريني في تناول أداء السلطة التشريعية/ مجلة البحوث الاعلامية، المقالة 8، المجلد 54، ص ص 4035، 4090..
- (7) سناء خديم ، دور البرامج العلمية فى نشر الثقافة المعلوماتية ، رسالة ماجستير بجامعة قاصر مرباح ورقلة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم العلوم والاتصال، 2017م متاح على <http://dspace.untrpui/handle/12356789/14480> .
- 8) Debora Llinebarger, Jessice taylor strveture and rategies in children's educational television , the roles of program type and

" دور القنوات التليفزيونية في التصدي للشائعات ونشر المعلومات الصحيحة "

learning strategies in children's learning in child development journal of children and media , vlume lssve 12015 .

- 9) Science Engineering indicators 2008 Available at <http://www.nsf.gov/statistics/siend08/retrived> at: 25/11/2018
- 10) J.E. Rockelein (2006) Elsevier's Dictionary of Psychological Theories . Amsterdam : Boston : Elseviet Science . P 532 .
- 11) Allan J. Kimmel (2004) . Rumors and Rumor Contril : A manager's Guide to understanding and combatting Routledge , USA , P 122 .
- 12) Greg Dalziel (2013 ) Rumor and Communication in Asia in the internet Age . Routledge USA , P. 146
- 13) عبد الكريم بكار . تكوين المفكر ... خطوات علمية ( القاهرة : دار السلامة للطباعة والنشر والتوزيع والترجمة ، 2010 ) ص 77 .
- 14) محمد أنور إبراهيم ، التفكير الناقد وقضايا المجتمع المعاصر ( القاهرة : مكتبة الأنجلو المصرية ، 2006 ) ص 73 .
- 15) Taylor Buckner (1965) , A Theory of Rumor Transmission ( published in the public opinion quarerly , vol. 29 , No. 1 Pp. 54-70 .
- 16) سمير محمد حسين ، بحوث الإعلام - الأسس والمبادئ ، ( القاهرة : عالم الكتب ، 1991 ) ص 97.
- 17) Berlson, Bernard, **Content analysis in Communication Research**, New York: The Free Press, 1952