ISSN: 2706-6495

إدراك الشباب السعودي للتأثيرات الاجتماعية والنفسية للشائعات الإلكترونية على المجتمع

Saudi Youth's Awareness of the Social and Psychological Effects of Electronic Rumors on Society

إعداد الباحثة/ بيان حسن القرشي

ماجستير الإعلام في العلاقات العامة، قسم الإعلام، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة أم القرى، المملكة العربية السعودية

Email: Bayan_alqurashi@hotmail.com

إشراف الدكتورة/ د. رشا عبد الرحيم مزروع

أستاذ مساعد، قسم الإعلام، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة أم القرى، المملكة العربية السعودية

Email: ramazroa@uqu.edu.sa

الملخص:

هدف هذا البحث إلى التعرف على مدى إدراك الشباب السعودي لخطورة الشائعات على المجتمع، وكذلك التعرف على الآثار النفسية للشائعات الإلكترونية على المجتمع السعودي، يعد هذا البحث من البحوث الوصفية وقد تم الاعتماد على المنهج الوصفي باستخدام أسلوب المسح بالعينة، وتمثل مجتمع البحث في الشباب السعودي بشكل عام من تتراوح أعمارهم من 25 سنة فما فوق، وقد اعتمدت الباحثة على استمارة الاستبيان كأداة رئيسية لجمع بيانات الدراسة تم تطبيقها على عينة قوامها (200) مفردة من منطقة مكة المكرمة، تم اختيارها بأسلوب العينة العشوائية البسيطة. وتوصلت الدراسة إلى أن دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي النفعية شغلت الترتيب الأول حيث جاءت فئة (تساعدني في معرفة أهم الموضوعات والأحداث والأخبار) في المقدمة بنسبة 96.3٪، وشغل مجال الشائعات الاجتماعية الإلكترونية التي يتم ترويجها عبر مواقع التواصل الاجتماعي الترتيب الأول حيث جاءت فئة (شائعات اجتماعية) في المقدمة بنسبة 94.5٪، وتصدرت التأثيرات الاجتماعية والنفسية للشائعات الترتيب الأول حيث جاءت فئة (اشعر بالأمان لقدرة بلدي على مواجهة الشائعات) في المقدمة بنسبة 89.5٪.

وفي ضوء ما توصل له الدراسة من نتائج توصي الباحثة بالعمل على نشر الوعي من قبل المؤسسات التعليمية والإعلامية لتخريج جيل واعي قادر التعامل مع الشائعات الإلكترونية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، والاستفادة من تجارب كثير من الدول من حولنا في مجال سلامة وأمن مواقع التواصل الاجتماعي، من خلال الإجراءات التقنية والفنية المتبعة، وأن تلتزم الجهات الحكومية والمؤسسات الإعلامية الرسمية بتوضيح الأخبار بجميع تفاصيلها، حتى لا تسمح للجمهور بالتوجه لمواقع التواصل الاجتماعي في حال وقوع حدث أو قضية ما.

الكلمات المفتاحية: الشائعات الإلكترونية، الشباب السعودي، التأثيرات النفسية، التأثيرات الاجتماعية، مواقع التواصل الاجتماعي.

ISSN: 2706-6495

Saudi Youth's Awareness of the Social and Psychological Effects of Electronic Rumors on Society

Researcher's name: Bayan Hassan Saad Al-Qurashi

Master of Media in Public Relations, Department of Media, Faculty of Social Sciences, Umm Al-Qura University, Kingdom of Saudi Arabia

Abstract:

The research aimed to identify the extent to which Saudi youth are aware of the danger of rumors to society, as well as to identify the psychological effects of electronic rumors on the Saudi society.

This research is descriptive research. The descriptive approach has been relied upon using the sample survey method. The research community is represented in Saudi youth in general, aged 25 years and over, and the researcher relied on the questionnaire as a tool. A main method for collecting study data was applied to a sample of (200) individuals from Makkah Al-Mukarramah region, which was selected by the simple random sampling method.

The study concluded The motives for using utilitarian social networking sites occupied the first place, where the category (helping me know the most important topics, events, and news) came in the forefront with 96.3%, The field of electronic social rumors that are promoted through social networking sites occupied the first place, where the category (social rumors) came to the fore with 94.5%, The social and psychological effects of rumors ranked first, with the category (I feel safe in my country's ability to face rumors) with a rate of 89.5%.

In light of the study's findings, the researcher recommends work to spread awareness by educational and media institutions to graduate a conscious generation capable of dealing with electronic rumors through social networking sites, benefiting from the experiences of many countries around us in the field of safety and security of social networking sites, through the technical and technical procedures followed. That government agencies and official media institutions be obligated to clarify the news in all its details, so as not to allow the public to go to social networking sites in the event of an event or issue.

Keywords: Electronic rumors, Saudi youth, psychological effects, social effects, social media

ISSN: 2706-6495

1. المقدمة:

مع التطور التكنولوجي المتسارع ظهر ما يسمى بالإعلام الجديد والتي حظيت بانتشار كبير على الصعيد العالمي، بل باتت بعض مواقع التواصل الاجتماعي من أكثر المواقع استخداماً في العالم، ولقد كسرت هذه المواقع القيود والحدود الجغرافية وعملت على تقارب الأفكار والأخبار ونمت العلاقات بين الناس على اختلاف ثقافاتهم ولغاتهم وبيئاتهم ليصبح الاتصال السريع محركاً أساسياً وقوياً بين الناشطين السياسيين والاجتماعيين والاقتصاديين وغيرهم.

وتعد مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة ناجحة في نقل الأخبار والمعلومات والوثائق والصور والأبحاث والأزمات والاحتفالات والأحداث بأسرع وقت وأقل تكلفة ولقد نجحت مواقع التواصل الاجتماعي في التعبير عما يكنه الشباب بداخلهم متأثرين بثقافة العصر والانفتاح على الثقافات العالمية، ولكنها في نفس الوقت تعتبر أداة خطيرة عندما تستخدم في تزوير الوقائع والحقائق وفبركة الأحداث ونشر الشائعات لأن ذلك ينعكس سلباً على الفرد والمجتمع. (الدليمي، 2020، ص.23)

وتمثل الشائعات ظاهرة اجتماعية وعنصر مهم في نسيج كل ثقافة من الثقافات البشرية فهي وليد مجتمعها وتعبر تعبيراً عميقاً عن ظروفه النفسية والاجتماعية والسياسية والاقتصادية والثقافية وفي الآونة الاخيرة تواجه مجتمعاتنا العديد من المخاطر من خلال انتشار الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي بصورة غير مسبوقة، ولقد ساعدت شبكات التواصل الاجتماعي وأسهمت إسهاماً كبيراً في نشر هذه الإشاعات. (الرياض، https://www.alriyadh.com)

وحيث إن الشائعات تغير الحقائق وتؤدي إلى نتائج سلبية لا تقتصر على مجال معين أو نشاط محدد من مجالات وأنشطة المجتمع المختلفة، لذا تعد الشائعات من أخطر الظواهر الاجتماعية والنفسية وأشد فتكاً بالواقع الاجتماعي، ولعل السبب الرئيسي الذي يقف وراء خطورتها على البناء الاجتماعي فقدانها المصداقية مما يؤدي إلى اتخاذ قرارات وإجراءات خاطئة تعطيل آلية اتخاذ القرار السليم.

1.1. مشكلة البحث:

لوحظ في الآونة الأخيرة انتشار الشائعات الإلكترونية وسرعة تداولها بين أفراد المجتمع، فلم تعد الشائعات الإلكترونية مجرد أخبار كاذبة أو معلومات مزيفة يلقيها شخص فقط وإنما أصبح واضحاً أن انتشار الشائعات الإلكترونية بصورة واسعة في المجتمعات هو إحدى سمات عصر الثورة التكنولوجية والتقنيات 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 من خلال جهة معينة أو شخص محدد يمتهن 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، هذا من ناحية ومن ناحية أخري درجة التأثير الذي تلعبه الشائعة على مستويات عدة منها الاجتماعي والنفسي والأمني والاقتصادي، الأمر الذي يؤدى في النهاية إلى انقسام المجتمع والتأثير عليه سلباً، حيث تصدت هيئة مُكافَحة الإشاعات في المملكة لـ296 من الشائعات والفتن خلال عام 2020، رصدت على مواقع التواصل الاجتماعي وجاءت مصنفة إلى 7 أنواع من الإشاعات «احتيال - دينية - اجتماعية - سياسية - كورونا وأخرى» واستحوذت الإشاعات الاجتماعية على النسبة الأعلى منها بـ 128 بنسبة 43% . (الوطن،2020، https://www.alwatan.com.sa).

ومن هنا تكمن مشكلة البحث في التساؤل الرئيسي التالي: ما التأثيرات الاجتماعية والنفسية للشائعات الإلكترونية على المجتمع السعودي؟

ISSN: 2706-6495

2.1. تساؤلات البحث وفروضه:

1.2.1. تساؤلات البحث:

- ما مدى إدراك الشباب لخطورة الشائعات على المجتمع السعودي؟
- ما أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي تفضل العينة متابعتها؟
- ما دوافع التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر العينة؟
- ما مجالات الشائعات الأكثر انتشاراً من وجهة نظر العينة؟
- ما أهداف الشائعات التي يتم نشرها من وجهة نظر العينة؟
- ما الآثار النفسية للشائعات الإلكترونية على المجتمع السعودي؟
- ما الآثار الاجتماعية للشائعات الإلكترونية على المجتمع السعودي؟

2.2.1. فروض البحث:

يفترض البحث فرضين رئيسين هما:

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين معدل التعرض للشائعات الإلكترونية الاجتماعي والتأثيرات النفسية والاجتماعية لدى العينة

الفرض الثاني: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات استجابات أفراد العينة على مقياس التأثيرات الاجتماعية والنفسية للشائعات باختلاف المتغيرات الديموغرافية (النوع- العمر- المستوى التعليمي- الوظيفة).

3.1. أهمية البحث:

- تتمثل أهمية البحث في معرفة الشائعات ودراستها والتصدي لها وبيان مدى خطورتها وتأثيراتها الاجتماعية والنفسية على المجتمع السعودي.
- يعتبر هذا البحث من البحوث القليلة -في حدود علم الباحثة- التي قاست مدى إدراك الشباب السعودي للتأثيرات الاجتماعية والنفسية للشائعات الإلكترونية.
- تتمثل الأهمية العلمية للبحث في أنه يساعد في الإضافة للمكتبة العلمية حيث تساعد المجتمع السعودي على التعرف على تأثيرات الشائعات الاجتماعية والنفسية في مواقع التواصل الاجتماعي.
- تقدم حلول لمشكلة البحث وذلك من خلال تقديم مادة بحثية علمية مزودة بنتائج وتوصيات في مجال الشائعات الإلكترونية وتأثيراتها الاجتماعية والنفسية على المجمع السعودي.
- تتمثل أهمية البحث في معرفة آثار خطورة الشائعات الإلكترونية في الجوانب الاجتماعية أو النفسية أو الاقتصادية أو الفكرية أو الأمنية.
- تتمثل أهمية البحث في معرفة أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي يتعرض لها العديد من الأفراد والتأثيرات التي تحدثها الشائعات.

4.1. أهداف البحث:

يسعى البحث إلى تحقيق الأهداف التالية:

- التعرف على مدى إدراك الشباب لخطورة الشائعات على المجتمع السعودي.
- التعرف على أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي تفضل العينة متابعتها.

- التعرف على دوافع التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر العينة.
- التعرف على مجالات الشائعات الأكثر انتشاراً من وجهة نظر العينة.
- التعرف على أهداف الشائعات التي يتم نشرها من وجهة نظر العينة.
- التعرف على الآثار النفسية للشائعات الإلكترونية على المجتمع السعودي.
- التعرف على الآثار الاجتماعية للشائعات الإلكترونية على المجتمع السعودي.

5.1. مصطلحات البحث:

- **التأثيرات الاجتماعية اصطلاحاً:** وتعني "التأثيرات التي تعرضت لها البنية الاجتماعية بكل ما تتضمنه من عناصر ومكونات تتمثل في أنساق العلاقات الاجتماعية والأسرية، وكذلك الضوابط الاجتماعية، وأنماط السلوك المختلفة سواء على مستوى الأسرة، أم على المستوى المجتمعي بصورة عامة". (سعيد،2018، ص.14)
- **التعريف الاجرائي للتأثيرات الاجتماعية تقصد بها الباحثة:** نتائج ممارسة الشائعات الإلكترونية على الفرد وعلى المجتمع وما لها من آثار وتغييرات تطرأ على المجتمع بشكل ملحوظ.
- **التأثيرات النفسية اصطلاحاً:** يقصد بها "التأثيرات التي تتمثل في الجانب العاطفي مثل مشاعر الحب أو الكراهية والخوف والقلق ومشاعر الثقة بالنفس أو غيرها من التأثيرات النفسية الناتجة عن التعرض لموقف معين والتي تختلف من فرد لآخر حسب طبيعة كل فرد ومدى تأثيره فيه". (يحيى،2021، ص.18)
- **التعريف الاجرائي للتأثيرات النفسية تقصد بها الباحثة:** كافة التأثيرات النفسية التي تحدث للفرد سواءً كانت سلبية أو إيجابية جراء استخدام الشائعات الإلكترونية.
- **الشائعات الإلكترونية اصطلاحاً:** وتعني "الخبر، أو الموضوع، أو القضية الذي يتم تداولها من خلال الإنترنت، أو شبكات التواصل الاجتماعي، والهاتف الجوال، وتنتقي مادتها وأدواتها من مصادر متنوعة حيث يعبر عنها بالنص المكتوب، والمنطوق، والصور المرفقة، والصوت، والرسوم المتحركة، والفيديو". (فارح،2021، ص.89)
- **التعريف الاجرائي الشائعات الإلكترونية تقصد بها الباحثة:** مجموعة الأخبار والأحداث غير الصحيحة حول عدة اخبار كاذبة يمكن نشرها وترويجها عبر وسائل التواصل الاجتماعي باستخدام النص المكتوب، والصور، والفيديو، والتسجيل الصوتي، ويتم تناقلها بين الأفراد في المجتمع دون التأكد من صحتها.

2. الدراسات السابقة:

هناك العديد من الدراسات السابقة التي تطرقت لموضوع الشائعات الإلكترونية وتناولته من زوايا مختلفة، وقد تنوعت هذه الدراسات بين العربية والأجنبية. وسوف يستعرض هذا البحث جملة من الدراسات التي تم الاستفادة منها مع الإشارة إلى أبرز ملامحها. مع تقديم تعليقا عليها يتضمن جوانب الاتفاق والاختلاف وبيان الفجوة العلمية التي يعالجها البحث الحالي. ويود الباحث أن نشير إلى أن الدراسات التي سوف يتم استعراضها جاءت في الفترة الزمنية بين 2016و 2021، هذا وقد تم تصنيف هذه الدراسات كونها دراسات عربية وأجنبية وفيما يلي نقدم عرضاً لهذه الدراسات، ثم نبين جوانب الاتفاق والاختلاف بينها، ثم نوضح الفجوة العلمية من خلال التعرف على اختلاف البحث الحالي عن الدراسات السابقة، وأخيراً جوانب الاستفادة من الدراسات السابقة في البحث الحالي.

1.2. الدراسات العربية:

- **دراسة: فارح (2021) بعنوان "الشائعات الإلكترونية عبر مواقع التواصل الاجتماعي أثناء جائحة فيروس كورونا المستجد"**

هدفت الدراسة إلى التعرف على محتوى الشائعات التي انتشرت عبر مواقع التواصل الاجتماعي بسبب جائحة فيروس كورونا المستجد،

وتعد من الدراسات الوصفية، وتم حصر ومراجعة كمية لجميع الشائعات التي تم تتبعها، والتأكد من صحتها أو عدمه في حساب الهيئة على موقع تويتر خلال الفترة الزمنية التي حددتها الدراسة، وبلغ عدد الشائعات التي تم حصرها من خلال حساب هيئة مكافحة الإشاعات خلال الفترة من بداية شهر مارس، حتى نهاية يوليو 2020 (61) شائعة، تم تصنيفها حسب مضمونها إلى خمسة أنواع هي شائعات التخويف وبث الذعر بين الناس، الشائعات الاتهامية والهجومية تجاه الأفراد والجماعات، الشائعات الوردية الحالمة، شائعات الكراهية والعنصرية، والشائعات الدينية، وقد توصلت هذه الدراسة إلى عدة نتائج جاءت من أهمها الشائعات الهجومية تجاه الأفراد والجماعات في المرتبة الثانية بنسبة (19.6 ٪) وهي تهدف بالدرجة الأولى للنيل من السمعة وبث الكراهية والعداوة تجاه الأفراد، وبالتحديد من ذوي الشخصيات القيادية، والجماعات أو المؤسسات الرسمية في المجتمع.

- **دراسة الذيابي (2021) بعنوان "الشائعات الإلكترونية عن فيروس كورونا وتعامل الجهات الحكومية السعودية معها من وجهة نظر المتحدثين الرسميين"**

هدفت الدراسة إلى معرفة مدى تعامل الجهات الحكومية والهيئات الحكومية والمستقلة مع الشائعات الإلكترونية المصاحبة لفيروس كورونا من وجهة نظر المتحدثين الرسميين، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي المسحي، وتمثلت عينتها في (35) مفردة، وتم استخدام الاستبيان كأداة لجمع المعلومات، وقد توصلت هذه الدراسة إلى عدة نتائج منها، أن المتحدثين الرسميين (أفراد عينة الدراسة)، لديهم دراية كبيرة لمفهوم الشائعات الإلكترونية المصاحبة لوباء كورونا، من حيث المفهوم والأهداف والمخاطر وبلغ المتوسط الحسابي لها (4.44) وهي درجة مرتفعة، وجدت علاقة دالة إحصائياً للشائعات الإلكترونية من وجهة نظر المتحدثين الرسميين بالمملكة العربية السعودية من خلال درجة تعاملهم مع الشائعات المصاحبة لفيروس كورونا، وبلغ المتوسط الحسابي لهذا المحور (4.32) وهذه درجة مرتفعة.

- **دراسة محمد (2021) بعنوان "الآثار النفسية والاجتماعية لترويج الشائعات عبر مواقع فيسبوك: دراسة وصفية على عينة من طلبة جامعة زيان عاشور بالجلفة"**

هدفت الدراسة إلى التعرض للتأثيرات النفسية والاجتماعية لظاهرة ترويج الشائعات عبر موقع فيسبوك، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، وتمثلت عينتها في 544 مفردة من طلبة جامعة زيان عاشور بالجلفة، واستخدمت الاستبيان كأداة لجمع البيانات، وقد توصلت هذه الدراسة إلى عدة نتائج منها هناك اعتراف بالشائعات من طرف أفراد العينة كظاهرة مستشرية في فيسبوك، الارتباك والقلق مخلفات نفسية ترافق أفراد العينة حين التعرض للشائعات.

- **دراسة مشهور (2020) بعنوان "أثر شائعات وسائل التواصل الاجتماعي وكيفية علاجها: (WhatsApp أنموذجاً)"**

هدفت الدراسة إلى التعرف على معاملات مقياس أثر شائعات وسائل التواصل الاجتماعي الواتساب أنموذجاً، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وتمثلت عينتها في 210 مفردة، وتم استخدام الاستبانة كأداة لجمع المعلومات، وقد توصلت هذه الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها الآثار المترتبة على شائعات وسائل التواصل الاجتماعي تؤثر على المجتمعات بشكل كبير إذ بلغ متوسطها (4.10)، كما أظهرت النتائج أن أكثر الآثار المترتبة على شائعات وسائل التواصل الاجتماعي حسب آراء العينة تتمثل في تأثيرها السلبي على العلاقات الاجتماعية، قلبها للحقائق، ونشر الأفكار الخاطئة والانحراف، وتفكك المجتمع، وتشويه السمعة للخصوم، وتساعد على الفوضى والاضطرابات والتمرد.

- **دراسة عبد الحافظ (2020) بعنوان "الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بمستوى القلق السياسي لدى الشباب المصري"**

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات وعلاقتها بمستوى القلق السياسي لدى الشباب

المصري، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي المسحي، وتمثلت عينتها في 400 مفردة من الشباب المصري، وتم استخدام الاستبانة كأداة لجمع المعلومات، وقد توصلت هذه الدراسة الى عدة نتائج منها أن نسبة 75% من أفراد العينة يروا أن من أهداف الشائعات التي تنشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي هي إثارة البلبلة والفوضى، يليها إثارة القلاقل والفتن داخل المجتمع، وايضاً إثارة القلق والاضطرابات النفسية.

- **دراسة الشربيني (2020) بعنوان " العلاقة بين الشائعات الإلكترونية واستقرار الأمن الفكري للشباب من منظور العلاج العقلاني الانفعالي السلوكي في خدمة الفرد"**

هدفت الدراسة إلى تحديد العلاقة بين الشائعات الإلكترونية واستقرار الأمن الفكري لدي الشباب، واعتمدت الدراسة على منهج المسح الاجتماعي الشامل، وتمثلت عينتها في 320 مفردة، وتم استخدام الاستبانة كأداة لجمع المعلومات، وقد توصلت هذه الدراسة إلى عدة نتائج منها، يعاني الشباب من تدني مستوي الاعتدال والوسطية نتيجة التأثر بالشائعات الإلكترونية مما أدى إلى انحراف الأمن الفكري لديهم، والتي تمثلت في التمسك بالأفكار المغلوطة والدفاع عنها، وانتشار الأفكار الهدامة التي تشكك الشباب في الكثير من معتقداتهم، بالإضافة إلى تدني ثقافة الحوار وقبول الآخر بين الشباب، والتشدد والغلو بين الشباب، التعصب والخلاف الديني بين الشباب.

- **دراسة الخمشي (2020) بعنوان "العوامل المؤدية الى الشائعات وآثارها الاجتماعية والأمنية"**

هدفت الدراسة إلى التعرف على العوامل المؤدية لانتشار الشائعات وأكثر أنواعها انتشاراً ومعرفة اثارها الاجتماعية والأمنية وأساليب مواجهتها للوصول إلى نتائج تسهم في الحد من انتشار ظاهرة الشائعات، واعتمدت الدراسة على المنهج الكمي والكيفي، وتمثلت عينتها في 372 مفردة من طلاب وطالبات جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، كما استخدمت الاستبيان كأداة لجمع البيانات، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها أن الشائعات الاجتماعية هي الأكثر انتشاراً في المجتمع السعودي، وأن الشائعات تتسبب بآثار اجتماعية أهمها إثارة القلق لدى أفراد المجتمع وظهور التفرقة والعنصرية.

- **دراسة: الرويس (2020) بعنوان "الشائعات الإلكترونية وتأثيراتها المجتمعية في ظل تداعيات انتشار فيروس كورونا المستجد كوفيد-19 دراسة سوسيولوجية "**

هدفت الدراسة إلى التعرف على أنماط الشائعات الإلكترونية في وسائل التواصل الاجتماعي (تويتر نموذجاً)، وإلى التعرف على التأثيرات المجتمعية لانتشار الشائعات لدى أفراد المجتمع من وجهة نظر المبحوثين، واعتمدت الدراسة على المنهج الكيفي، وتمثلت عينتها في 78 تغريدة و50 مفردة، كما استخدمت أسلوب تحليل المضمون والمقابلة كأداة لجمع البيانات، وقد توصلت هذه الدراسة إلى عدة نتائج منها بالنسبة لأنماط الشائعات الأكثر انتشاراً في وسائل التواصل الاجتماعي، وقد كشفت الدراسة أن أعلى نسبة هي (39.7 %) للشائعات ذات الطابع الصحي، بالنسبة للغرض من انتشار الشائعات في وسائل التواصل الاجتماعي، وقد كشفت الدراسة أن أعلى نسبة هي (44.9 %) للشائعات التي كان الغرض منها بث الخوف والرعب.

- **دراسة بدوي (2019) بعنوان "شائعات مواقع التواصل الاجتماعي وآثارها السلبية على طلاب جامعة الملك سعود"**

هدفت الدراسة إلى التعرض لشائعات مواقع التواصل الاجتماعي وبيان أثارها السلبية على طلاب جامعة الملك سعود، واعتمدت الدراسة على منهج المسح الاجتماعي باستخدام أسلوب العينة العشوائية البسيطة، وتمثلت عينتها في 100 مفردة، كما استخدمت الاستبيان كأداة لجمع البيانات، وقد توصلت هذه الدراسة إلى عدة نتائج منها أكثر شبكات التواصل الاجتماعي استخداماً بالنسبة للطلاب جاءت بالترتيب التالي (واتس أب، تويتر، اليوتيوب، الانستجرام، الفيس بوك، المدونات، الإيميلات)، أن هناك استجابة بدرجة كبيرة جدا على جميع العبارات التي تصف أثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في اتجاهات الشباب الجامعي نحو الشائعات،

وقد جاءت العبارة رقم (6) المتضمنة (لا ألجأ إلى التحقق من المعلومات الواردة إلى عبر رسائل Whats App حول قضية ما) بالمرتبة الأولى بين العبارات التي تصف اتجاهات الشباب الجامعي نحو الشائعات، بمتوسط حسابي (3.96) وانحراف معياري(0.64).

- **دراسة دعاك (2018) بعنوان "الشائعات الإلكترونية وتأثيرها على الرأي العام: دراسة ميدانية على عينة من الجمهور السعودي بمنطقة جازان"**

هدفت الدراسة إلى التعرف على تأثير الشائعات الإلكترونية على الرأي العام من خلال التعرف على مدى نشر مواقع التواصل الاجتماعي للشائعات وأكثر مواقع التواصل الاجتماعي التي تساهم في نشر الشائعات، واعتمدت الدراسة على منهج المسح لعينة من المجتمع الجيزاني، وتمثلت عينتها في 400 مفردة من المجتمع الجيزاني، كما استخدمت الاستبيان كأداة لجمع البيانات وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها مدى نشر مواقع التواصل الاجتماعي للشائعات وتداولها بشكل كبير جداً، كما اتضحت من النتائج أن نوع الشائعات التي تتداول على مواقع التواصل الاجتماعي كانت اغلبها شائعات اجتماعية، كما جاءت في المركز الثاني عدم تداول الأخبار غير الموثوقة بنسبة 24%، وبالنسبة الى مدى إعادة ارسال الرسائل التي تصل وحتى ولم تكن متأكد من صحتها، جاء ابداً في المركز الأول بنسبة 37%، وبالنسبة للهدف من نشر الشائعات جاء في المركز الأول جميع ما سبق (نشر الفتن وزعزعة أمن المجتمع، لفت الانتباه، إيذاء الأخرين) بنسبة 52.5%.

2.2. الدراسات الأجنبية:

- **دراسة الزمان وآخرون (Al-Zaman et al, 2020) بعنوان" شائعات وسائل التواصل الاجتماعي في بنغلاديش"**

هدفت الدراسة إلى تحليل الشائعات على وسائل التواصل الاجتماعي، اعتمدت الدراسة على طريقة تحليل المحتوى، وتظهر نتيجة الدراسة أن شائعات وسائل التواصل الاجتماعي لها سبع فئات، السياسية (34.3٪) هي الفئة الأبرز، تليها الصحة والتعليم (16.0٪)، والجريمة وحقوق الإنسان (11.0٪)، والدينية (11.0٪)، ترتبط الشائعات السياسية بشكل أساسي بالانتخابات والأحزاب السياسية والقضايا السياسية الوطنية والدولية والأحداث السياسية المهمة ومبادرات التنمية والشخصيات السياسية، وترتبط شائعات الصحة والتعليم بشكل أساسي بنظام الرعاية الصحية، والحوادث والوفيات، والأمراض، والتعليم الابتدائي والعالي، والفساد الأكاديمي وخيانة الأمانة، جرائم القتل والاغتصاب والاختطاف والتطهير العرقي والعنف هي نقاط التركيز المهمة للشائعات المتعلقة بالجريمة. تشمل الشائعات الدينية بشكل أساسي الأحاديث الدينية، وأهمية الدين، والقوانين والأنظمة الدينية، والحوادث الدينية التاريخية، وتجدر الإشارة إلى أن الشائعات الدينية والدينية السياسية مجتمعة تشكل 20.99٪ من الحصة الإجمالية، والتي يمكن أن تكون ثاني أعلى نسبة بعد الشائعات السياسية، ويشير هذا إلى أن الدين موضوع مناسب لنشر الشائعات في بنغلاديش.

- **دراسة العنزي (Al-Enezi,2020) بعنوان "توظيف مواقع التواصل الاجتماعي في التصدي للشائعات"**

هدفت الدراسة إلى التعرف على كيفية التعامل مع الشائعات الإلكترونية التي تنتشر على موقع فيسبوك ومعرفة أنواع الشائعات المنتشرة وكل ما يتعلق بصفحة التقنية من أجل السلام (Tech. for Peace)، حيث تمثل صفحة (Tech. for Peace) مجتمع البحث، واتبعت الباحثة المنهج الوصفي باستخدام أدوات الملاحظة وتحليل المحتوى، وتتكون العينة من 236 إشاعة تم تحليلها ومن ثم مواجهتها من قبل مدير الصفحة، بالإضافة إلى إيضاح انتشار الشائعات وأنواعها وما يحدث فيها، وتظهر نتيجة الدراسة أن للصفحة دور مهم في توعية الجمهور ومواجهة أنواع الشائعات المختلفة، وتتركز معظم هذه الشائعات حول قضايا سياسية تسعى لتحقيق هدف إثارة الخوف والكراهية، هذه الشائعات تم نشرها في صفحات عامة من قبل مصادر مجهولة، ووجهت إلى كافة قطاعات المجتمع دون استثناء لتأثيرها على الأمن والاستقرار مع نشر الفوضى.

- **دراسة زونججن وآخرون (Zhonggen et al, 2020) بعنوان "العوامل المؤثرة على انتشار الشائعات أثناء الأزمات الصحية من قبل كبار السن والبالغين منتصف العمر"**

هدفت الدراسة إلى التعرف على أسباب انتشار الشائعات أثناء فترة جائحة كوفيد 19 خلال الموجة الأولى 2020، من قبل كبار السن والبالغين منتصف العمر، مما يؤثر بشكل سلبي على بقية أفراد المجتمع وعلى حالتهم الصحية، وطبقت الدراسة على عينة من الجمهور بلغت (556) مفردة من الصينيين، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها أن من أسباب نشر الجمهور للشائعات يرجع بشكل كبير وإيجابي إلى مدى درجة تصديقهم للشائعة، ومؤشراً أيضاً إلى ارتفاع نسبة مستوى القلق لديهم من هذه الجائحة، كما توصلت الدراسة أيضاً إلى أن الأفراد الذين لديهم مستوى قلق مرتفع ينشرون الشائعة حتى مع عدم إيمانهم بصحتها، كما أثبتت الدراسة أن تواصل الأفراد يؤدي إلى زيادة انتشار الشائعات أكثر من وسائل الاتصال الجماهيري.

- **دراسة: أوليفيا وآخرون (Olivia et al,2017) بعنوان" استكشاف كيفية تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الشباب الذين يعانون من القلق: دراسة نوعية لضغوط Facebook بين المراهقين المصابين باضطراب القلق"**

هدفت الدراسة إلى التعرف على كيفية تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على مستويات القلق لدى الشباب، وطبقت على عينة من جمهور الشباب الذين يعانون من التوتر والقلق الاجتماعي والنفسي، واعتمدت على أداة المقابلة المتعمقة، وتوصلت إلى عدة نتائج، منها أن مجموعة من أفراد العينة أكدوا أنهم يشعرون بقدر كبير من الراحة النفسية والثقة عندما يحصلون على عدد من الإعجاب (like) على المنشور "البوست" الخاص بهم على صفحتهم الشخصية، بينما عبر الآخرون أنهم تعرضوا لأساليب مختلفة من التنمر على صفحاتهم الشخصية، مما أثر على صحتهم النفسية بشكل كبير، بينما اتفقت غالبية العينة بوصف صفحة الفيس بوك بأنها ساحة نزاع وخلاف يصطدم فيها كثير من المشاركين، بينما أكد بعضهم أن الفيس بوك كثيراً ما يجبر الأفراد على الكشف عن بعض أسرارهم الشخصية وحالتهم الاجتماعية، في حين أن هؤلاء الأشخاص رأوا أنه مجرد أداة للتواصل مع الأصدقاء فلا داعي للإفصاح عن الأخبار الشخصية.

- **دراسة بوراك وآخرون (Kaynar et al, 2016) بعنوان "شائعات في وسائل التواصل الاجتماعي: دور التأثيرات خلال الحركات الاجتماعية"**

هدفت الدراسة إلى التعرف على ماهية الشائعات في المواقع الاجتماعية وكيفية وآليات التغلب عليها بوصفها أرضية خصبة مؤثرة على الأفراد حتى في النشرات الأخبارية، ودرجة تأثيرها على الأفراد، من خلال استبانة تم تطبيقها على (343) مفردة من مستخدمي المواقع الاجتماعية، وتم اختيار العينة بطريقة عشوائية طبقية، وقد توصلت الدراسة إلى أن الشائعة ظاهرة سلبية انتشرت بدرجة كبيرة في المجتمع وأثرت على اتجاهات الأفراد وأفكارهم تجاه القضايا المختلفة، وأن الشائعة هي معلومات وأخبار غير صحيحة لم يتم التأكد منها، كما توصلت الدراسة إلى أنه لا بد من وضع آليات للسيطرة والتغلب على الشائعات من خلال التحكم في المواقع التي تقوم على نشرها وإذاعتها، وكذلك توعية الأفراد بمدى خطورتها.

- **دراسة فيليب وآخرون (Philip et al, 2016) بعنوان" الشائعات الصحية المتداولة في "العالم العربي" تحليل محتوى لمدة 12 شهرا للقصص الأخبارية وتعليقات القراء حول متلازمة الشرق الأوسط التنفسية"**

هدفت الدراسة إلى التعرف على تأثير الإشاعات والأخبار الزائفة على مواقع الصحف الإلكترونية، وحلل الباحث مجموعة من الأطر للأخبار الطبية على موقعي الجزيرة والعربية، وذلك على مدار سنة كاملة، من يونيو 2013 إلى يونيو 2014م، وتوصلت الدراسة إلى أن كثيراً من القراء والجمهور يتأثرون ويتداولون الأخبار، ويتجاوبون معها من خلال هذه المواقع، مما يؤدي إلى انتشار الإشاعات بين الجمهور بشكل كبير، وتصديقها، والتعامل معها على أنها أخبار حقيقية.

ISSN: 2706-6495

3.2. التعليق على الدراسات السابقة:

- **أوجه الاتفاق بين الدراسات السابقة:**

- اتفقت الدراسات السابقة على هدف مشترك وهو تأثير الشائعات الإلكترونية على المجتمع باستثناء دراسة فارح (2021) ودراسة الذيابي (2021) ودراسة العنزي (2020) التي هدفت إلى التعرف على محتوى الشائعات وكيفية التعامل مع الشائعات الإلكترونية.
- اتفقت الدراسات السابقة في عينتها حيث تطبيق الدراسة على عينة من الشباب والبالغين منتصف العمر باستثناء دراسة الرويس (2020) ودراسة العنزي (2020) التي طبقت على مجموعة من التغريدات والاشاعات في مواقع التواصل الاجتماعي.
- اتفقت الدراسات السابقة على استخدام أداة الاستبيان لجمع البيانات باستثناء دراسة الرويس (2020) ودراسة الزمان (2020) ودراسة العنزي (2020) ودراسة اوليفيا (2017) حيث استخدمت أداة تحليل المضمون والمقابلة.
- وظفت الدراسات السابقة المنهج الوصفي باستثناء دراسة الخمشي (2020) ودراسة الرويس (2020) التي استخدمت المنهج الكمي.

- **أوجه الاختلاف بين الدراسات السابقة:**

- اختلفت الدراسة الحالية مع دراسة الزمان (2020) ودراسة العنزي (2020) ودراسة اوليفيا (2017) في اعتمادها على أداة تحليل المحتوى.

- **أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:**

- استفاد البحث الحالي من جميع الدراسات السابقة في الوصول إلى صياغة دقيقة للعنوان البحثي الموسوم بادراك الشباب السعودي للتأثيرات الاجتماعية والنفسية للشائعات الإلكترونية على المجتمع.
- استفاد البحث الحالي من جميع الدراسات السابقة في وضع التساؤلات الملائمة لهذا البحث.
- استفاد البحث الحالي من دراسة الذيابي (2021) ودراسة دعاك (2018) في صياغة أدوات البحث.
- استفاد البحث الحالي من دراسة محمد (2021) ودراسة دعاك (2018) في إثراء الإطار النظري.

- **موقع البحث الحالي من الدراسات العلمية:**

- تضمن هذه البحث ربط للمشكلة البحثية بالمتغيرات النفسية والاجتماعية.
- استخدم هذه البحث (المدخل الكمي) وذلك لتكوين فكرة دقيقة عن مشكلة البحث. كما تضمن التركيز على المنهج الوصفي.
- اقتصر هذا البحث على عينة من الجمهور السعودي لضمان تشخيص الواقع بدقة.
- اعتمد هذا البحث على أداة الاستبيان وذلك من أجل جمع البيانات بدقة أكبر.

ومن العرض السابق يتضح أن هذا البحث عالج فجوة علمية متعددة الجوانب بتطرقه لموضوع إدراك الشباب السعودي للتأثيرات الاجتماعية والنفسية للشائعات الإلكترونية على المجتمع وشمول عينته لجمهور من المجتمع السعودي واعتمد على أداة الاستبيان واستخدامه لمنهج الوصفي.

3. المدخل النظري: الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيراتها الاجتماعية والنفسية

1.3. الشائعات الإلكترونية:

تمهيد:

تعد الشائعة من الظواهر التي عرفتها المجتمعات البشرية منذ القدم، وتعتبر من أقدم وسائل الإعلام في التاريخ، حيث كانت وسيلة لنشر الأخبار، وبناء السمعة أو تقويضها، وتأجيج الفتنة أو الحروب، ومرت الإشاعة بعدة مراحل، وتطورت مع تطور العصور وتنوع

ISSN: 2706-6495

وسائل الإعلام، وبدأ العصر الذهبي للشائعات بالتطور التقني وازدهار وسائل الحرب النفسية وتطور أساليبها خلال الحرب العالمية الأولى (1914-1918م) والحرب العالمية الثانية (1939-1945م) حتى وصلت إلى عصرنا الحالي وذلك من خلال الثورة التكنولوجية وتطور وسائل الإعلام والاتصالات الحديثة، والتي تزداد تنوعاً واتساعاً يوماً بعد يوم، وتكمن أهمية الشائعات في كونها تتدخل في كافة النواحي السياسية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية والعسكرية على المستوى المحلي والعالمي، وتنتشر بسرعة خاصة في أوقات الأزمات بأنواعها، سواء كانت أزمات على الصعيد السياسي، المستوى الاقتصادي أو الاجتماعي فهي عامل في تشكيل وتوجيه الرأي العام. (اكحيل، 2015، ص.14)

كما تمثل الشائعة كظاهرة اجتماعية عنصراً مهماً في نسيج كل ثقافة بشرية، كما إنه نتاج مجتمعه ويعبر عن تعبير عميق عن الظروف النفسية والسياسية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية، في الآونة الأخيرة، تواجه مجتمعاتنا العديد من المخاطر نتيجة الانتشار غير المسبوق للشائعات على وسائل التواصل الاجتماعي رغم أن هذه الشبكات ساهمت في إطلاق ما يعرف بالمواطن الإعلامي أو "المواطن الصحفي، حيث ساهمت التكنولوجيا بشكل فعال في توثيق الأحداث ثم نشرها على تلك الشبكات، كما ساهمت في ظهور ما يعرف بـ "الإعلام البديل"، لكن عدم دقة الأخبار وصعوبة التحقق من مصداقية وسلامة مصادرها ساهمت في أن تصبح شبكات التواصل الاجتماعي أداة فعالة لمن يريد نشر الشائعات في ظل كثرة الأخبار، وسرعة تدفق المعلومات، وسهولة تداولها، وتكوين أفكار ورؤى مبنية عليها. (حربي، 2019، ص.744)

وفي وقتنا الحالي ومع تطور وسائل الإعلام الحديثة وظهور وسائط التواصل الاجتماعي، فالشائعة لم تعد فقط منطوقة، بل مكتوبة وتنشر عبر الصحف والمجلات والمواقع الأخبارية، وبالتالي فإنها تفوق أهمية الشائعة المنطوقة من حيث سرعة الانتقال والقابلية للتصديق والانتشار، فالشائعة تصل اليوم إلى الملايين خلال دقائق معدودة.

- **مفهوم الشائعات الإلكترونية:**

عرفت الشائعات الإلكترونية على أنها "يقصد بها الأخبار والروايات والواقع الكاذبة المختلفة التي يتم نشرها بين أفراد المجتمع عبر شبكات التواصل الاجتماعي لزعزعة الأمن والاستقرار وإحداث أزمات مصطنعة لا أساس لها من الصحة". (بلال، 2018، ص.16)

كما عرف التوم الشائعات على أنها "الأخبار التي يتناقلها الناس دون إمكانية التحقق من صحتها، ويقوم مصدر الشائعة ببنائها وتشكيلها ونشرها، كما يوجد متلقي للشائعة، وناشرها، ويشترط لانتشار الشائعات رغبة المتلقي في المعرفة ووجود دافع وفائدة لصاحب الشائعة لنشرها".(التوم، 2018، ص.139)

بينما رآها الشربيني الشائعات الإلكترونية على أنها الخبر أو الموضوع أو القضية الذي يتم تداولها من خلال الإنترنت أو شبكات التواصل الاجتماعي والهاتف الجوال، وتنتقي مادتها وأدواتها من مصادر متنوعة، وتختلف عن الشائعة التقليدية من حيث المحتوى والبناء حيث يعبر عنها بالنص المكتوب والمنطوق والصورة المرفقة والصوت والرسوم المتحركة والفيديو".(الشربيني، 2020، ص.366)

وعرفت ريالة وسراي الشائعات الإلكترونية على أنها هي "كل شكل من أشكال النشر والتداول الإلكتروني عبر وسائط الإعلام الجديد وتطبيقاته، والتي تحوي المعلومات والأخبار والمنشورات الغير مؤكدة والغير موثوق فيها، والتي بدورها تنتشر وتتداول بين جمهور المستخدمين من جهات وصفحات معروفة أو غير ذلك، حيث تهدف إلى نشر البلبلة وضرب استقرار الأفراد والجماعات محلياً أو دولياً. (ريالة وسراي، 2020، ص.277)

ISSN: 2706-6495

- **أنواع الشائعات:**

تم تصنيف الشائعات إلى عدة تصنيفات وهي كالتالي:

- **الشائعات من حيث المعيار الزمني: وتقسم الى ثلاثة أنواع:**

- الشائعة البطيئة (الزاحفة)، التي تنتقل ببطء وبطريقة سرية إلى أن تصل إلى أكبر عدد من الأفراد حتى تصبح في نهاية الأمر معلومة للجميع.
- الشائعات السريعة (العنيفة) التي تنتشر بسرعة فائقة بين أفراد المجتمع، كما يحدث في الأزمات أو الكوارث السياسية أو الاقتصادية أو الاجتماعية.
- الشائعات الغائصة (الغاطسة) التي يرتبط رواجها بظروف خاصة، بحيث تنتشر مع هذه الظروف وتختفي باختفائها، كبعض الشائعات التي تظهر أثناء الحملات الانتخابية. (إسحاق، 2021، ص.1852)

- **الشائعات من حيث المعيار المكاني، وينقسم إلى:**

- الشائعات المحلية التي لا تتجاوز الإطار المحلي ويغلب عليها سرعة الانطفاء.
- الشائعات القومية التي تتجاوز الإطار المحلي إلى قضايا ذات أهمية للمجتمع بأسره.
- الشائعات العالمية التي تتجاوز الإطارين المحلي والقومي إلى الصعيد الدولي. (ريالة وسراي، 2020، ص.276)

- **الشائعات من حيث الغايات، وينقسم إلى:**

- شائعات الأماني: ما يتمناه الأفراد ويتطابق مع آمالهم وأحلامهم ورغباتهم، وتنتشر بينهم بشكل سريع كشائعات زيادة الرواتب.
- شائعات الخوف: وهي التي تعبر عن الخوف وتهدف إلى بث الرعب في الناس وتحطيم معنوياتهم وثقتهم بأنفسهم؛ الأمر الذي ينتج عنه عدم شعورهم بالأمان. (الرواس والحايس، 2016، ص.408)

- **الشائعات من حيث الجهة المستهدفة، وينقسم إلى:**

- الشائعات الفردية التي تطلق على فرد معين، وتزداد أهميتها إذا ما أطلقت على ما له مكانة مرموقة في المجتمع.
- الشائعات الجماعية التي تستهدف مجموعة أو فئة من المجتمع، وذلك لتفتيت الروابط بين الجماعات.
- الشائعات المجتمعية التي تستند على وسائل النشر الخارجية للتأثير على المجتمع ككل.

- **الشائعات من حيث الموضوع: تقسم الى:**

- الشائعات السياسية المتعلقة بالجانب السياسي.
- الشائعات الاجتماعية التي تركز على الأمور والمسائل الاجتماعية.
- الشائعات الاقتصادية التي تهاجم مجالا معينا من الاقتصاد أو جميع مجالاته.
- الشائعات الأمنية التي تستخدم في المجالات العسكرية أو الأمنية أو الإرهابية. (حربي، 2019، ص.723)

- **سمات وخصائص الشائعات الإلكترونية:**

تتمثل الشائعة الإلكترونية في الخبر أو الموضوع أو القضية الذي يتم تداولها من خلال الأنترنت أو شبكات التواصل الاجتماعي والهاتف الجوال، وتنتقي مادتها وأدواتها من مصادر متنوعة وتختلف عن الشائعة التقليدية من حيث المحتوى والبناء حيث يعبر عنها بالنص المكتوب والمنطوق والصورة المرفقة والصوت والرسوم المتحركة والفيديو، لهذا تأخذ الشائعة الإلكترونية شكلاً يختلف نوعاً ما عن الشائعة التقليدية، هذا الشكل تكون نتيجة لما للشبكات الاجتماعية من سمات وخصائص، ومن أبرز سمات الشائعة الإلكترونية كما ذكرتها الشريف:

- **السرعة:** يجد وقتاً قصيراً للانتقال من مصدره إلى موقع الويب أو عنوان البريد الإلكتروني ذي الصلة ويمكن أيضا أن يشاهده العديد من الأشخاص بمجرد تمريره على جدار مصدره في (Facebook) أو إعادة تغريده على (Twitter).
- **الانتشار:** تعتبر هذه الخاصية من الخصائص المهمة في انتشار الشائعات، وبما أن الشائعات تعتمد إلى حد كبير على الانتشار، فإن الإنترنت والشبكات الاجتماعية والهاتف المحمول توفر هذه الميزة لأنها تعبر الحدود الوطنية ولا تتوقف عند الفضاء الوطني بل يتحول جمهورها إلى الفضاء العالمي، مما يزيد من خطورتها وآثارها السلبية.
- **النوع:** إن الإشاعة الإلكترونية تتكون من مزيج تفاعلي من الصوت والصورة والكلمة والحركة، وإضافة مثل هذه الميزات تجعلها مادة جذابة للغاية.
- **التكلفة:** لا تحتاج الشائعات لأية مصاريف لتوزيعها حيث أن تكلفة الشائعات منخفضة للغاية.
- **التأثير:** تؤدي الخصائص السابقة إلى تأثير أقوى للإشاعة على الجمهور المستهدف، بحيث يطلب تأثيرها من حيث جودتها وخصائصها وأهميتها وطريقة وصولها ومزامنتها مع الأحداث ودعمها بالمؤثرات الصوتية
- **العالمية:** حيث يمكن نشر الشائعة على مستوى العالم، وعلى الرغم من أنها قد تكون موجهة لشريحة معينة أو جمهور معين أو دولة معينة إلا أن جمهورها يتناقلها غير محدد ببقعة جغرافية ولا نظام سياسي معين.
- **قابلة للتعديل والتغيير**: نظرا لما تتميز به الشائعة الإلكترونية من أشكال تختلف عن الشائعة التقليدية التي تنتشر عبر الكلمة المنطوقة فقط، فإنه يمكن من خلال الشائعة الإلكترونية نشر الأخبار وتعديلها وتغييرها حسب الأحداث أو الأهداف سواء بإعادة إنتاج مقطع الفيديو أو وضع صورة والتعليق عليها، وما إلى ذلك مما يمكن عمله من خلال برامج الإخراج والتحرير. (الشريف، 2015، ص.97)

- **أسباب انتشار الشائعات في المجتمع:**

من الملاحظ أن هناك مجموعة من الأسباب التي تدفع ببعض الأفراد إلى نشر الشائعات في المجتمع، ومن تلك الأسباب ما يلي:

- يتوق الناس إلى معرفة تفاصيل بعض الأحداث بدافع الفضول والتسرع دون التحقيق أو التحقق من صدق الأخبار.
- الحسد والحقد تجاه الخصوم أو المنافسين في بعض المؤسسات الإدارية لما حصلوا عليه من مزايا أو حوافز.
- طبيعة الذاكرة البشرية، التي يوجد فيها اختزال أو تشويه لبعض الأحداث والمواقف وعدم القدرة على الاحتفاظ بها لفترة طويلة من الزمن.
- الفراغ عند أفراد المجتمع مما يؤدي بهم إلى الثرثرة الاجتماعية في بعض المجالس وأماكن التجمعات، والتي قد تساعد في انتشار الشائعات بدون قيود.
- طبيعة النفس البشرية التي تلجأ غالباً إلى التخيل لشرح ما يحدث في المجتمع بتفسيرات مقنعة ومقبولة، ويكمل الخيال البشري بعض سمات الواقع وصورته لتقديمها لنفسه وللآخرين. (أحمد، 2012، ص.52)

- **آليات تفادي انتشار الشائعات الإلكترونية:**

وضع قناوي عدة خطوات تعمل على التقليل من خطر الشائعات الإلكترونية وقد ذكرها كما يلي:

- إنشاء هيئة أو مركز أو لجنة يكون اختصاصها الأساسي التوعية ومواجهة الشائعات، بحيث تتكون اللجنة من متخصصين في علم النفس وعلم الاجتماع والإعلام والسياسة والاقتصاد والتاريخ والجغرافيا البشرية والقانون وممثلي الهيئات الدينية والمستشارين المتميزين والمتطوعين من الناس.
- جمع الشائعات وتحليلها وتحديد مصدرها داخلياً أو خارجياً وتنظيم الحملات المضادة.

ISSN: 2706-6495

- التوعية أو المواجهة من خلال وسائل الإعلام والمؤسسات الدينية والمنظمات غير الحكومية.
- تنظيم دورات تدريبية لقادة الرأي والإعلاميين المحليين ووضع ميثاق شرف لمهنة الإعلام لبناء رسائل إعلامية جادة وجذابة وذات مصداقية.
- استخدام قنوات الإعلام الحكومي لتوضيح مخاطر الشائعات وتحليلها والرد عليها، خاصة تلك الشائعات التي تروجها بعض القنوات الخاصة لتنفيذ أجندة الدولة الممولة.
- فرض عقوبات رادعة على من ينشر معلومات كاذبة وزيادة عدد المراكز الأخبارية المدعومة من الدولة لنشر أخبار صحيحة وموثوقة توحد الصفوف وتوحد.
- تنظيم حملات ضد الإشاعات من قبل الشباب عبر وسائل الاتصال ومواقع التواصل.
- عقد الندوات والمؤتمرات وورش العمل للتوعية بخطورة الشائعات وسبل الحد منها كتابة وإلكترونياً، وإجراء دراسات ميدانية حول موضوع الشائعات على مستوى الدولة.
- على الجهات الرسمية التي تحارب الشائعات أن توجه رجال الفكر والأدب وقادة الرأي والمكالمات الجماهيرية للاتصال بالجماهير مباشرة من خلال الندوات، من أجل شرح وتوضيح الأمور المهمة التي تم إخفاؤها عن هذه الجماهير لتمكينها من محاربة الجماهير، الإشاعة وعدم التسرع وراءها.
- ضرورة مواجهة الشائعات التي تطال أجهزة ومؤسسات الدولة المهمة بالمعلومات الصحيحة، لأن غياب المعلومات هو البيئة الخصبة لانتشار الشائعات وإخفاء الدولة للمعلومات يؤدي إلى ظهور الشائعات، ويجب مرافقة متخذي القرار، وبعض المواقع التي تنشر الشائعات.
- وضع قوانين ملزمة للقنوات الإعلامية ووكالات الأنباء تراعي أخلاقيات المهنة ومساءلة كل وسيلة إعلامية تثير الفن والشائعات بنصوص قانونية واضحة. (قناوي، 2016، ص.42)

- **الآثار المترتبة على الشائعات الإلكترونية:**

تلعب الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي دوراً مهماً، ومن تلك الأدوار التي تقوم بها نشر التأثيرات السلبية على البناء الاجتماعي للمجتمع، ولعل السبب في ذلك هو ما تتميز به وسائل التواصل الاجتماعي من سهولة الاستخدام والتواصل اللامحدود بين الأفراد من خارج المجتمع، كما أنها تتيح للأفراد عديمي الضمير فرص نشر الشائعات عن طريقها واستغلالها لتحقيق أهدافهم وغاياتهم من هذه الشائعات، ومن تلك الآثار ما يلي:

- **أثر الشائعات الإلكترونية على الأفراد:**

يتجاوز تأثير الشائعات المؤسسات الاجتماعية التي يتكون منها المجتمع إلى بعض الأفراد الناجحين في المجتمع حيث يتأثرون ببعض الاتهامات الكاذبة أو المعلومات التي تسيء إليهم أو بنشر بعض الصور الفاضحة التي قد تدمر حياتهم، كما يمكن للشائعات أن تدمر الأسرة وتمزق أواصر العلاقات الاجتماعية التي تقوم على الاحترام المتبادل والثقة بين الأفراد، ومن مخاطر هذه الشائعات على الأفراد في أوقات الأزمات أن قدرة الفرد على تصديقها أكثر من التحقق منها، خاصة عندما تؤثر هذه الإشاعة على حياة الإنسان واحتياجاته. (الرويس، 2020، ص.92)

- **الآثار الاجتماعية والنفسية للشائعات الإلكترونية:**

تستند الإشاعة على استراتيجية وتكتيك معينين، وليست عملاً ارتجالياً او عملاً فوضوياً يقوم به فرد أو جماعة لتحقيق مقاصد قريبة أو بعيدة، وتستخدم الإشاعة في المجال الاستراتيجي ضمن مفهوم عام يكون بمثابة الدليل لاستخدامها، كما تستخدم الإشاعة في

المجال التكتيكي وذلك كما تقتضي ظروف الوضع الراهن والمعطيات الوقائع في زمان ومكان محددين، وذلك لتصيب وتبلغ الأهداف المرسومة لها بدقة. (اكحيل، 2015، ص.21)

إن المجتمع الذي تنتشر فيه الشائعات من شأنه أن يكون حاضنة لنشر المعنويات المتدنية، حيث يضع حواجز تحجب الحقائق، مما يتسبب في غموض وتشويش يمنع الاعتراف بحقيقة وصدق الإشاعة والأخبار التي تنقلها وسائل الإعلام مما يجعلها صادقة، مما يخلق أجواء مربكة للناس وتؤثر على مصداقية الرأي العام، وتفسح المجال لنشر الرأي العام للأكاذيب والأخبار المبنية على نوايا سيئة وتنشر طاقات سلبية في المجتمع، وأن انتشار الشائعات على هذا المستوى الخطير يجب أن يقود المجتمع إلى ذروة الاهتزاز والاضطراب، وشل حركته وفعاليته وإنتاجه، ونشر الأمراض الاجتماعية فيه، وتفشي الفساد والفوضى تعم الفوضى وتنتشر الجريمة مما يؤثر سلباً على البلد ككل وتشكل خطراً كبيراً على أسسها الاقتصادية والأمنية والاجتماعية وحتى حركتها السياسية الداخلية والخارجية، وهي الوسيلة الرئيسية لتعطيل العلاقات الاجتماعية وهدم الأسر وزرع سموم الفتنة بين الجماعات، وبالتالي فهي سبب رئيسي لانتشار مجموعة من الاضطرابات النفسية التي تعاني من أعداد هائلة في المجتمعات ومن بين هذه الاضطرابات أو الأمراض العقلية الإجهاد، القلق، الإرهاق، الشرود. (الرويس، 2020، ص.101)

- **تأثير الشائعات على الأمن القومي:**

قد يتعرض الأمن القومي في أي من المجتمعات لبعض الإشاعات عبر بعض وسائل التواصل الاجتماعي في المجتمع بدافع زعزعة الأمن والاستقرار والثقة به وفي مؤسساته، والتي قد تكون مثل هذه الإشاعات عن مصدر خارجي، تحاول بكل أدواتها التشكيك في تماسك وتماسك هذا البلد، من خلال التحريض على التظاهر والشغب داخل الدولة، خاصة إذا كانت الشائعات متعلقة ببعض الفئات والطوائف المظلومة وكذلك ارتباك الرأي العام وانعدام الثقة في الحكومة وأجهزتها، والتأثير على قرارات الدولة ومحاولة التشويش، فعلى متخذي القرار سواء بإمكانية الإسراع في اتخاذ القرار أو التباطؤ في بعض القضايا المهمة أو سوء الحكم على الأمور المهمة وطمس الحقائق التي تشغل المسؤولين والمواطنين بمصالحهم الجوهرية والاهتمام بقضايا موضوعاتهم، وهنا يظل تأثير الشائعات قائماً ومستمراً لفترة خاصة في زمن الاتصال السريع والتواصل عبر شبكات التواصل الاجتماعي والمعلومات الآنية التي تنتشر بسرعة عبر مواقع التواصل الاجتماعي. (الشمري والصديق، 2017، ص.51)

- **أثر الشائعات على الاقتصاد:**

يتجلى هذا النوع من الشائعات بشكل واضح في القطاع الاقتصادي، فعند انتشار شائعة بين الأفراد دون التحقق من صحتها، قد يكون الدافع وراء هذه الشائعات المنافسة المؤسسات المالية في المجتمع، مما قد يؤدي إلى حدوث إفلاس بعض الشركات، أو سحب المودعين أرصدتهم من تلك المؤسسة المالية، أو قد يؤدي ذلك إلى تراجع أسهمها، بالإضافة إلى الإساءة إلى سمعة الشركة ومكانتها في المجتمع وفقدان الثقة بها، حيث تتعرض اقتصاديات العديد من الدول للذبذبات من حين لآخر، وذلك بسبب المنافسة الشرسة التي تتعرض لها أسواقها من الأسواق الخارجية وغالبا ما تقوم المنافسة بينها على إشاعات كاذبة وخبيثة، ومن أهم الجوانب التي تحظى باهتمام كبير بين جميع فئات المجتمع وبما أن الشائعات غالباً ما تهدف إلى تحقيق الأهداف الاقتصادية التي تنتج عن انتشار الإشاعة التي تتخذ أشكالاً متعددة تختلف باختلاف طبيعة المجال الذي تهدف إلى التأثير فيه سلباً أو إيجاباً، ويمكن لهذه الإشاعة أن تستهدف نشاطاً معيناً من أنشطة الاقتصاد الجزئي، وتتركز آثارها في الغالب في إطار المتعاملين في هذا القطاع دون التأثير على بقية المجتمع، ومن ناحية أخرى، يمكن للإشاعة الإلكترونية أن تستهدف أحد متغيرات الاقتصاد الكلي التي تؤثر على الاقتصاد الوطني، مثل سعر الفائدة، والعملة المحلية، وغيرها مما يؤدي إلى اتساع دائرة المتأثرين بها وتوسيع نطاقها، ودائرة انتشارها بين أفراد المجتمع. (العليمي، 2019، ص.24)

ISSN: 2706-6495

2.3. الشائعات عبر التواصل الاجتماعي:

تمهيد:

تعتبر شبكات التواصل الاجتماعي أحد أهم نتاجات شبكة المعلومات العالمية ومن أهمها تطبيقاً في حياتنا فأصبحت أهم تقنيات المعلومات والاتصالات حيث امتد تأثيرها إلى جوانب هامة جداً على النشاط السياسي والتجاري والإعلامي والاجتماعي والتعليمي والترفيهي والثقافي، حيث توفر هذه الشبكات مساحات ومجتمعات افتراضية للمستخدمين لتبادل المعلومات والبيانات وتساهم في توليد مجتمع معرفي متطور، وعليه فإن شبكات التواصل الاجتماعي قد تؤثر بشكل مباشر أو غير مباشر على الإبداع للفرد أو المؤسسة والذي يمكن أن يمتد ليشمل المجتمع أو البيئة المحيطة. (ثابت وشاكر، 2019، ص.15)

وقد فُرض ذلك على القطاع الحكومي والخاص بمختلف مؤسساتهم، ونوعية أنشطتهم، التوجه إلى شبكات التواصل الاجتماعي، وذلك للتعريف بها، وبما تقدمه من خدمات أو منتجات لترسيخ علامتها التجارية، وإدارة العلاقة مع الفئة التي تستهدفها هذه المؤسسات، وزيادة انتاجيتها حيث وفرت شبكات التواصل الاجتماعي منصة للمؤسسات لتحقيق التواصل مع المجتمعات والأفراد، حيث جمعت ما بين وسائل الإعلام التقليدية والحديثة. (المزاهرة، 2018، ص.34)

ومع التأثير الواضح لمواقع التواصل الاجتماعي على المؤسسات المختلفة، فإنه باتت شبكات التواصل الاجتماعي ذو تأثير واضح وجلي على أداء الموظف، ومن محاور عدة، ولم يعد تأثيرها مقتصراً فقط على الجانب الإيجابي، بل بات لها آثاراً سلبية واضحة، منها مدى استغلال الوقت أو إهداره، وكذلك تأثيرها على مدى التزام الموظف، أو تحقيق للأهداف المطلوبة منه.

وتعد شبكة الإنترنت إحدى أهم التكنولوجيا المعاصرة، بل ربما هي أكثرها قوة، فأصبح بإمكان أي شخص استخدام الأنترنت، كما تعد حالياً شريان التواصل بين مختلف الشعوب والدول، وكذلك مركزاً ثقافياً شاملاً لكل الأعمار والمستويات، ولمختلف التخصصات العلمية والأدبية، وذلك بفضل ما تحويه من معلومات جمة في مختلف المجالات، كما وتعد شبكات التواصل الاجتماعي من أكثر وأوسع المواقع انتشاراً واستمراراً على شبكة الإنترنت، لتقديمها إمكانية التواصل بين الأفراد والمستخدمين لها، حيث تمكنهم من التواصل وتبادل الأفكار والآراء والمعلومات، ورغم ما تقدمه من إيجابيات إلا أن لها سلبيات أخرى. (البيومي، 2019، ص.71)

- **التطور التاريخي لشبكات مواقع التواصل الاجتماعي:**

لقد ظهرت شبكات التواصل الاجتماعي في نهاية القرن الماضي وتطورت بشكل كبير في بداية القرن الحالي مما جعلها أحد أهم مجالات البحوث الأكاديمية والمنصات الإعلامية وأساس مهم للتجارة الإلكترونية، ويرجع ذلك للنمو الهائل في عدد المستخدمين وتنوع فئاتهم بالإضافة لدور WEB 2.0 والتي أصبحت أساس جميع الأجيال القادمة من أجيال شبكة المعلومات العالمية، كما أصبحت شبكات التواصل الاجتماعي عاملا مؤثرا على سلوكيات وحياة الأفراد من مختلف الفئات الاجتماعية حول العالم. (Thabit And Jasim, 2017,p.34)

وفي عام 1994 تم إنشاء أول مدونة Blog من قبل طالب كمشروع بحثي، وفي عام 1995 تم تدشين موقع Classmates.com والذي يجمع زملاء الدراسة الذين فرقتهم ظروف الحياة والعمل، وفي عام 1997 تم إطلاق أول شبكة تواصل اجتماعية ضمن المفهوم الحديث حيث تم إطلاق موقع Sixdegrees.com والذي سمح بإنشاء ملفات تعريفية خاصة بالمستخدمين وإنشاء صداقات مع مستخدمين آخرين، أما في عام 1999 فلقد تم إطلاق منصات للمدونات تسمح للمستخدمين بنشر رسائلهم ومقاطع فيديو قصيرة خاصة بهم.(Schneider, 2015,p.62)

في عام 2001 ظهر الجيل الثاني من شبكات التواصل الاجتماعي من خلال إطلاق موقع Ryze.com المتخصص في رفع الكفاءة الاقتصادية لشبكات أعمال المستخدمين، ولقد تطورت ونمت شبكات التواصل الاجتماعي بشكل كبير منذ عام 2003 فظهرت

مواقع عديدة تركز على مضمون معين لمشاركات المستخدمين كموقع Flickr للصور وموقع YouTube لمقاطع الفيديو. (Dao, 2015, p.81)

وفي عام 2004 انطلق موقع Facebook كشبكة للتواصل الاجتماعي متعدد المزايا والذي كان بادئ الأمر موقع متخصص لتواصل طلبة جامعةHarvard ، ولكن في عام 2006 انتشر هذا الموقع بشكل كبير بعد تعميمه لجميع المستخدمين، كما تم إطلاق موقع SlideShare وموقع Twitter ومع حلول عام 2011 أصبحت شبكات التواصل الاجتماعي بكافة أنواعها أحد أهم المنصات على شبكة المعلومات العالمية وأصبحت تستخدم بشكل كبير في مجال الإعلام والبحث العلمي والأعمال التجارية. (الصفدي، 2015، ص.63)

- **مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي:**

تعرف مواقع التواصل الاجتماعي بأنها خدمات تعتمد على المزايا المقدمة من WEB 2.0من خلال السماح للمستخدمين بإنشاء ملف شخصي عام أو شبه عام وإنشاء قائمة من المستخدمين الذين يشتركون في صفات معينة وتأسيس علاقة ارتباط بينه. (Doleck, 2017,p.45)

كما تعرف بأنها مواقع لشبكة المعلومات العالمية تسمح للمستخدمين بالتفاعل من خلالها بحرية وتبادل المعلومات والنقاش من خلال استخدام مزيج من الوسائط المتعددة كالنصوص والمقاطع الصوتية ومقاطع الفيديو والصور.(Dao, 2015, P.87)

كما تعرف أيضاً بأنها مواقع صممت على التفاعل لخلق مجتمعات افتراضية على شبكة المعلومات العالمية وذلك من خلال الخدمات والأدوات التقنية اللازمة لتقنيات المعلومات والاتصالات. (عدوان، 2018، ص.17)

وتعرف بأنها مجموعة من التقنيات والقنوات التي تهدف الى تشكيل مجموعة كبيرة المستخدمين وتمكينهم من أجل تعاون مثمر. (فورة، 2012، ص.13)

أما هيلين وكابلان فلقد عرفا شبكات التواصل الاجتماعي على أنها "مجموعة من التطبيقات المعتمدة على شبكة المعلومات العالمية والمستندة على المزايا الأيديولوجية والتقنية التي تقدمها WEB 2.0 والتي تسمح بإنشاء وتبادل محتوى معرفي من قبل المستخدم". (Haenlein and, Kaplan, 2010, P.61)

- **خصائص شبكات التواصل الاجتماعي:**

تتصف مواقع التواصل الاجتماعي بالعديد من الخصائص وفقا لـ (Panahi, 2012,p.55)بأنها:

- توليد المحتوى بواسطة المستخدم.
- اتصالات الند للند.
- الشبكات.
- استخدام الوسائط المتعددة.
- سهولة الاستخدام.

أما عدوان فيرى أن مواقع التواصل الاجتماعي تشترك معظمها في الخصائص الأتية:

- المشاركة.
- الانفتاح.
- المحادثة.

- التواصل الاجتماعي.
- الترابط.

- **أنواع شبكات التواصل الاجتماعي:**

تختلف أنواع شبكات مواقع التواصل الاجتماعي باختلاف الغرض من إنشاءها ولذلك فلقد اختلف الباحثين في تصنيف هذه الشبكات، ويمكن إجمال أنواع شبكات التواصل الاجتماعي على النحو التالي:

- **المشاريع التعاونية:** وهي مواقع تسمح للعديد من المستخدمين بالعمل معا على نفس المشروع من خلال السماح لهم بتعديل محتوى المشروع وإبداء الآراء والانتقادات في أي وقت ويمكن اعتبار مواقع Academia Wiki, ResearchGate من أكثر هذه المواقع شيوعاً.
- **المدونات والمدونات الصغيرة:** وهي مواقع تسمح للمستخدمين بالتواصل مع بعضهم البعض من خلال النصوص والوسائط المتعددة الأخرى وإبداء آراء هم حولها وبإشراف من مؤسس هذه المدونات، ويمكن اعتبار مواقع Forums Blogger من أكثر هذه المواقع شيوعاً.
- **مجتمعات المحتوى:** وهي مواقع تسمح لمستخدميها بإنشاء حسابات شخصية ومن ثم مشاركة محتويات محددة بين المستخدمين وإبداء آراءهم، وتعتبر مواقع YouTube لمقاطع الفيديو و Flickrللصور SlideShare للعروض التقديمية من أكثر هذه المواقع شيوعاً.
- **الشبكات الاجتماعية:** وهي مواقع للتواصل الاجتماعي تسمح للمستخدمين بإنشاء ملفات شخصية ودعوة مستخدمين آخرين للانضمام إلى قوائمهم الشخصية وتبادل المعلومات بكافة أنواعها وإرسال الرسائل الفورية والتعليق على منشورات الأخرين وتعتبر مواقعInstagram Facebook من أكثر هذه المواقع شيوعاً.
- **عوالم الألعاب الافتراضية :**وهي منصات على شبكة المعلومات العالمية تمكن مستخدميها بالمشاركة في تخصيص الألعاب في العالم الافتراضي.
- **المجتمعات الافتراضية:** وهي مواقع تسمح لمستخدميها باختيار صور رمزية لشخصياتهم وسلوكياتهم وأعمالهم ضمن العالم الافتراضي ومقابلة بعضهم البعض للقيام ببعض الأعمال كما في الحياة الحقيقية ويعتبر التعليم الإلكتروني أحد أهم التطبيقات للمجتمعات الافتراضية ومن أشهر الأمثلة لهذه المواقع هو موقع Life Second والذي يقدم خدمات علمية افتراضية. (ثابت وشاكر، 2019، ص.18)

- **آثار مواقع التواصل الاجتماعي:**

لمواقع التواصل الاجتماعي مجموعة من الآثار على الأفراد، ويمكن تصنيفها على النحو التالي:

الآثار الإيجابية:

- منحت مواقع التواصل الاجتماعي للمستخدمين إمكانية تبادل الخبرات والاهتمامات والآراء، وإتاحة الفرصة لظهور إبداعاتهم ومواهبهم، حيث أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي نافذة يطل من خلالها الأفراد على العالم الخارجي.
- باتت وسيلة أخبار مهمة.
- باتت وسيلة يمكن من خلالها استطلاع آراء فئات مجتمعية معينة حول موضوع معين.
- التحفيز على التفكير الإبداعي، وتعميق مفهوم المشاركة، والتواصل مع الآخرين

- **الآثار السلبية:**
  - ضياع الوقت، بسبب استغراق وقت طويل في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.
  - انخفاض معدل التواصل الفعلي على أرض الواقع.
  - استخدام البيانات والمعلومات الشخصية بشكل سلبي في بعض الأحيان.
  - انعدام الخصوصية.
  - ضعف قوانين العقاب على انتهاك خصوصية الآخرين. (كاتب وعقون، 2016، ص.78)
- **الآثار الاجتماعية والنفسية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي:**

تعد وسائل التواصل الاجتماعي من أكثر وسائل الإعلام الجديدة تأثيراً في جميع أفراد المجتمع، صغارا وكبارا، وقد حددت طريقة حياة الأطفال بكل تفاصيلها، سواء من حيث اللغة والسلوك والعادات وحتى الطريقة التي يتعاملون بها، في التفكير والتعامل مع مختلف قضايا الحياة؛ لذلك، وجدت الأسرة - كمؤسسة أساسية في عملية التنشئة - نفسها تواجه تحدياً كبيراً وعميقاً في مواجهة الآثار الاجتماعية والنفسية الناتجة عن الانتشار السريع لهذه الوسائل واستخدامها، والتي أصبحت عنصراً مهماً وعاملاً وجزء من التنشئة الاجتماعية، بالنسبة للطفل من خلال المحتوى الإعلامي الذي يتضمنه بعد أن كان الطفل يسير في حياته الاجتماعية وفق القواعد والضوابط الاجتماعية المعترف بها من قبل المجتمع، وجد الطفل نفسه أمام محتوى وعالم افتراضي تجاوز هذه القواعد والضوابط، ولها خلفيات ثقافية واجتماعية متنوعة. (الهاشمي وآخرون، 2020، https://portal.mosd.gov.om)

واتفقت الدراسات بالإجماع على الدور الإيجابي الذي تلعبه وسائل الاتصال في المجال الاجتماعي، وطبيعة العلاقات الاجتماعية من حيث سهولة التواصل والترابط بين الناس والمساهمة في تقوية أواصرهم وتقويتها بين الأهل والأصدقاء كدراسة (Victor & others,2010)، كما ساهمت في ربط الناس ببعضهم البعض وتقصير المسافات بينهم، وتقوية العلاقات القديمة، والبحث عن أصدقاء جدد، وصقل معارفهم وخبراتهم من خلال تبادل الأفكار واكتساب المعرفة والمعلومات، كما أتاحت الفرصة للأشخاص الذين يعانون من الحساسية والخجل للتواصل مع الآخرين بسهولة، ومثلت لهم درعاً وقائياً يساعدهم على التخلص من الخجل والخوف في وجه الآخرين، وكذلك التفاعل معهم بعيداً عن المواجهة المباشرة وتعقيداتها النفسية والاجتماعية.

ولكن من ناحية أخرى، كشفت العديد من الدراسات أيضاً عن أبرز الآثار السلبية التي نتجت عن استخدامها، مثل: كثرة الاستخدام، وعدم التفاعل مع الأسرة، والإغراق في الترفيه، وضعف الإبداع والتحريض على الكراهية والعنف وتشجيع الجريمة والأعمال غير المشروعة، واليوم يعتبر من أسباب التفكك الأسري والإدمان الفردي عليها مما يساهم في الشعور بالخمول والكسل وخطر التعرض لمواد غير لائقة. (بدر، 2015، ص.21)

4. الإجراءات المنهجية للبحث

1.4. نوع ومنهج البحث:

ينتمي هذا البحث إلى البحوث الوصفية التي تسعى إلى وصف ودراسة ظاهرة معينة في ضوء مجموعة من المتغيرات، حيث يمكن دراسة الواقع بشكل دقيق للغاية واكتشاف الحلول لها". (محمد، 2021، ص.54)

وقد تم الاعتماد على المنهج الوصفي وذلك باستخدام أسلوب المسح بالعينة، حيث أنه من أكثر المناهج البحثية ملاءمة للدراسة، وذلك لدراسة إدراك الشباب السعودي للتأثيرات الاجتماعية والنفسية للشائعات الإلكترونية على المجتمع.

ISSN: 2706-6495

2.4. مجتمع وعينة البحث:

يتمثل مجتمع البحث في الشباب السعودي بشكل عام من تتراوح أعمارهم من 25سنة فما فوق، وتم الاعتماد على عينة قوامها (200) مفردة من منطقة مكة المكرمة، تم اختيارها بأسلوب العينة العشوائية البسيطة، والجدول التالي يوضح خصائص أفراد العينة:

جدول (1) خصائص أفراد العينة

الخصائص		التكرار	النسبة المئوية
النوع	ذكور	80	40
	إناث	120	60
الإجمالي		**200**	**100**
العمر	أقل من 20 سنة	6	3
	21 سنة إلى أقل من 30 سنة	98	49
	من 31 سنة إلى 40 سنة	49	24.5
	من 41 سنة فأكثر	47	23.5
الإجمالي		**200**	**100**
المستوى التعليمي	ثانوي	7	3.5
	جامعي	143	71.5
	دراسات عليا	50	25
الإجمالي		**200**	**100**
الوظيفة	طالب/ة	57	28.5
	موظف/ة	93	46.5
	أعمال حرة	4	2
	لا أعمل	46	23
الإجمالي		**200**	**100**

يتضح من الجدول السابق أن 40% من أفراد العينة من الذكور في حين أن 60% من أفراد العينة من الإناث. أما بالنسبة للفئات العمرية للعينة فقد تبين أن 3% من أفراد العينة تتراوح أعمارهم الى أقل من 20 سنة، في حين أن 49% من أفراد العينة تتراوح أعمارهم ما بين 21 سنة الى 30 سنة، في حين أن 24.5% من أفراد العينة تتراوح أعمارهم ما بين 31 سنة الى 40 سنة، كما أن 23.5% من أفراد العينة أعمارهم من 41 سنة فأكثر.

3.4. أداة جمع بيانات البحث:

تم استخدام الاستبيان كأداة رئيسية لجمع بيانات البحث، وقد تم بناؤه استناداً إلى عدد من المصادر العلمية، أبرزها: المسح الأدبي لأدبيات الشائعات الإلكترونية وتأثيراتها الاجتماعية والنفسية، والدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع البحث، بالإضافة لتساؤلات البحث وفروضه.

يحقق الاستبيان في محاوره الإجابة عن جميع تساؤلات الدراسة، إذ يُجيب المحور الأول والثاني عن تساؤل معدل التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي وعدد ساعات الاستخدام، ويُجيب المحور الثالث عن تساؤل دوافع التعرض لهذه المواقع، ويُجيب المحور الرابع عن تساؤل مجالات الشائعات الأكثر انتشاراً، ويُجيب المحور الخامس عن أبرز مصادر المعلومات الموثوقة، فيما يُجيب المحور السادس عن تساؤل أهداف نشر الشائعات، ويُجيب المحور السابع -وهو المحور الرئيسي الذي يمثل مقياس الفرض الثاني- الآثار الاجتماعية والنفسية للشائعات الإلكترونية على المجتمع السعودي، في حين يُجيب المحوران الثامن والتاسع عن نمط التعامل مع الشائعة وطرق الوقاية منها. ملحق رقم (1)

4.4. إجراءات الصدق والثبات

- **صدق الاستمارة**: لتوفير صدق البيانات تم عرض الاستبانة على مجموعة من المحكمين في مجال الدراسات الإعلامية ملحق رقم (2)، وفي ضوء توجيهاتهم تم التعديل في صياغة بعض الأسئلة وإضافة البعض وحذف البعض الآخر، وبهذا تحقق الصدق الظاهري للبيانات.
- **ثبات الاستبانة:** لقياس ثبات الاستبانة تم باستخراج معامل ألفا كرونباخ لمقاييس البحث، يوضحها الجدول التالي:

جدول (2) معامل ألفا كرونباخ لقياس ثبات أداة البحث

عدد العبارات	الثبات
50	0.755

وتوضح بيانات الجدول السابق ارتفاع معامل ثبات عبارات كافة مقاييس البحث.

5.4. حدود البحث:

- **الحدود الموضوعية:** اقتصر البحث الحالي على قياس مدى إدراك الشباب السعودي للتأثيرات الاجتماعية والنفسية للشائعات الإلكترونية على المجتمع.
- **الحدود البشرية:** طبقت هذا البحث على عينة من الشباب السعودي.
- **الحدود الزمنية:** تم إجراء البحث في الفصل الدراسي الثاني من العام الدراسي 1443ه.
- **الحدود المكانية:** تم تطبيق البحث في مدينة مكة المكرمة بالمملكة العربية السعودية.

6.4. أساليب المعالجة الإحصائية:

بعد الانتهاء من جمع بيانات البحث الميدانية، تم ترميز البيانات وإدخالها إلى الحاسب الآلي، ثم معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج " الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية" تم اللجوء إلى المعاملات والاختبارات الإحصائية التالية في تحليل بيانات البحث:

- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.
- اختبار كا2 (Chi Square Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المتغيرات الاسمية (Nominal)
- معامل ألفا كرونباخ لقياس ثبات الأداة.

وقد تم قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة (95%) فأكثر، أي عند مستوى معنوية (0.05) فأقل.

5. عرض نتائج البحث ومناقشتها:

تستعرض الباحثة في هذا الفصل نتائج كل من تساؤلات البحث وفروض البحث

1.5. نتائج تساؤلات البحث الميداني:

1- استجابات أفراد العينة حول درجة التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي:

جدول (3) استجابات أفراد العينة حول درجة التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي

الاستجابة / المواقع		بدرجة ضعيفة	بدرجة متوسطة	بدرجة كبيرة	المتوسط	الانحراف المعياري	الوزن النسبي
سناب شات	ك	42	52	106	2.320	0.801	77.3
	٪	21.0	26.0	53.0			
يوتيوب	ك	51	83	66	2.075	0.763	69.2
	٪	25.5	41.5	33.0			
تويتر	ك	67	55	78	2.055	0.852	68.5
	٪	33.5	27.5	39.0			
انستقرام	ك	59	77	64	2.025	0.786	67.5
	٪	29.5	38.5	32.0			
فيس بوك	ك	187	9	4	1.085	0.344	36.2
	٪	93.5	4.5	2.0			
إجمالي العينة		200					

تشير بيانات الجدول السابق إلى استجابات أفراد العينة حول درجة التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي، حيث جاءت (سناب شات) في المقدمة بوزن نسبي 77.3٪، وجاءت (يوتيوب) في المرتبة الثانية بوزن نسبي 69.2٪، وجاءت (تويتر) في المرتبة الثالثة بوزن نسبي 68.5٪، وجاءت (انستقرام) في المرتبة الرابعة بوزن نسبي 67.5٪، وجاءت (فيس بوك) في المرتبة الخامسة بوزن نسبي 36.2٪، جاء تطبيق سناب شات بالمرتبة الأولى بنسبة 77.3% لأن الشباب يفضلون مشاركة وتصوير حياتهم الاجتماعية والاطلاع على حياة الاخرين، ووجود تفاعل كبير من قبل مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي في تطبيق سناب شات.

- اتفق البحث الحالي مع دراسة بدوي (2019) حيث جاء تطبيق الانستقرام بالمرتبة الرابعة بنسبة 0.40%، وجاء تطبيق الفيس بوك بالمرتبة الخامسة بنسبة 0.33%.

2- عدد ساعات متابعة أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي:

جدول (4) عدد ساعات متابعة أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي وفقاً للنوع

العينة / عدد الساعات	الذكور		الإناث		الإجمالي	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪
أقل من ساعة	6	7.5	11	9.2	17	8.5
من 2 إلى أقل من 4 ساعات	38	47.5	53	44.3	91	45.5

من 4 ساعات فأكثر	36	45	56	46.7	92	46
الإجمالي	**80**	**100**	**120**	**100**	**200**	**100**

قيمة كا^2 =0.303 درجة الحرية = 2 معامل التوافق=0.039 المعنوية= 0.859 الدلالة =غير دالة

تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق أن نسبة من يتابع مواقع التواصل الاجتماعي (من 4 ساعات فأكثر) 46٪ من إجمالي مفردات عينة البحث، وبلغت نسبة من يتعرض لها (من 2 إلى أقل من 4 ساعات) 45.5٪، وبلغت نسبة من يتعرض لها (أقل من ساعة) 8.5٪، وبحساب قيمة كا2 من الجدول السابق عند درجة حرية =2، وجد أنها (0.303) وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة 0.05، وقد بلغت قيمة معامل التوافق (0.039) تقريباً مما يؤكد عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين النوع (ذكور-إناث) وعدد ساعات متابعة أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي.

- وقد ترجع هذه النتيجة من حيث حصول مواقع التواصل الاجتماعي على معدل مشاهدة (من 4 ساعات فأكثر) في المرتبة الأولى نظراً لوجود تطبيقات كثيرة يمكن أن يستخدمها أفراد العينة كالفيس بوك والانستقرام وسناب شات وغيرها من مواقع التواصل.

3- استجابات أفراد العينة حول دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي:

جدول (5) استجابات أفراد العينة حول دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

الدوافع \ الاستجابة		معارض	محايد	موافق	المتوسط	الانحراف المعياري	الوزن النسبي
تساعدني في معرفة أهم الموضوعات والأحداث والأخبار	ك	4	14	182	2.890	0.372	96.3
	٪	2.0	7.0	91.0			
تساعدني في متابعة الأخبار والقضايا	ك	6	27	167	2.805	0.467	93.5
	٪	3.0	13.5	83.5			
تساعدني في اكتساب المعرفة والمعلومات	ك	7	38	155	2.740	0.514	91.3
	٪	3.5	19.0	77.5			
لتمضية وقت الفراغ	ك	13	38	149	2.680	0.591	89.3
	٪	6.5	19.0	74.5			
للتسلية والترفيه	ك	18	30	152	2.670	0.635	89.0
	٪	9.0	15.0	76.0			
تساعدني في تكوين وجهة نظر حول الموضوع	ك	14	74	112	2.490	0.626	83.0
	٪	7.0	37.0	56.0			
تعلمني المشاركة وتبادل الآراء	ك	27	73	100	2.365	0.710	78.8
	٪	13.5	36.5	50.0			
للهروب من المشكلات	ك	77	57	66	1.945	0.846	64.8
	٪	38.5	28.5	33.0			
إجمالي العينة		**200**					

تشير بيانات الجدول السابق إلى استجابات أفراد العينة حول دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، حيث جاءت فئة (تساعدني في معرفة أهم الموضوعات والأحداث والأخبار) في المقدمة بوزن نسبي 96.3٪، وجاءت فئة (تساعدني في متابعة الأخبار والقضايا) في المرتبة الثانية بوزن نسبي 93.5٪، وجاءت فئة (تساعدني في اكتساب المعرفة والمعلومات) في المرتبة الثالثة بوزن نسبي 91.3٪، وجاءت فئة (لتمضية وقت الفراغ) في المرتبة الرابعة بوزن نسبي 89.3٪، وجاءت فئة (للتسلية والترفيه) في المرتبة الخامسة بوزن نسبي 89٪.

- ويمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء أن الهدف الأساسي من هذه التطبيقات هو نشر المعارف والمعلومات والأخبار سواءً كانت أخبار سياسية، أو اقتصادية، أو اجتماعية، أو ترفيهية والتواصل بين الأفراد من مختلف البلاد حيث جاءت فئة (تساعدني في معرفة أهم الموضوعات والأحداث والأخبار) المرتبة الأولى بنسبة 96.3%.

4- أهم مجالات الشائعات الإلكترونية التي يتم ترويجها عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

جدول (6) أهم مجالات الشائعات الإلكترونية التي يتم ترويجها عبر مواقع التواصل الاجتماعي

العبارات / الاستجابة		غير موجودة على الاطلاق	موجودة بشكل محدود	موجودة بدرجة كبيرة	المتوسط	الانحراف المعياري	الوزن النسبي
شائعات اجتماعية	ك	1	31	168	2.835	0.385	94.5
	٪	0.5	15.5	84.0			
شائعات صحية	ك	3	48	149	2.730	0.478	91.0
	٪	1.5	24.0	74.5			
شائعات تعليمية	ك	9	69	122	2.565	0.581	85.5
	٪	4.5	34.5	61.0			
شائعات اقتصادية	ك	11	100	89	2.390	0.591	79.7
	٪	5.5	50.0	44.5			
شائعات أمنية	ك	23	90	87	2.320	0.671	77.3
	٪	11.5	45.0	43.5			
إجمالي العينة		**200**					

تشير بيانات الجدول السابق إلى استجابات أفراد العينة حول أهم مجالات الشائعات الإلكترونية التي يتم ترويجها عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث جاءت فئة (شائعات اجتماعية) في المقدمة بوزن نسبي 94.5٪، وجاءت فئة (شائعات صحية) في المرتبة الثانية بوزن نسبي 91٪، وجاءت فئة (شائعات تعليمية) في المرتبة الثالثة بوزن نسبي 85.5٪، وجاءت فئة (شائعات اقتصادية) في المرتبة الرابعة بوزن نسبي 79.7٪، وجاءت فئة (شائعات امنية) في المرتبة الخامسة بوزن نسبي 77.3٪.

- وقد ترجع هذه النتيجة إلى أن الهدف الرئيسي من الشائعات غالباً ما يستهدف أركان وثوابت المجتمع الذي يستخدم مواقع التواصل الاجتماعي ويوظفها في هذه الناحية مستهدفاً الفئة الأكثر استهلاكاً للإعلام الالكتروني وهم فئة الشباب، مستغلين عدم قدرتهم على التحقق من الأخبار والصور والفيديوهات التي يتم نشرها على هذه المواقع، والتي قد تكون مصادرها مجهولة، ومن الصعب الوصـــول إليها.

5- أهم مصادر المعلومات التي يهتمون بمتابعة الأخبار الصادقة من خلالها:

جدول (7) أهم مصادر المعلومات التي يهتمون بمتابعة الأخبار الصادقة من خلالها

العبارات / الاستجابة		نادرا	أحياناً	دائماً	المتوسط	الانحراف المعياري	الوزن النسبي
وسائل التواصل الاجتماعي	ك	16	71	113	2.485	0.642	82.8
	٪	8.0	35.5	56.5			
وسائل الاعلام التقليدية (الإذاعة والصحافة والتليفزيون)	ك	55	67	78	2.115	0.809	70.5
	٪	27.5	33.5	39.0			
الأصدقاء	ك	47	116	37	1.950	0.648	65.0
	٪	23.5	58.0	18.5			
إجمالي العينة		200					

تشير بيانات الجدول السابق إلى استجابات أفراد العينة حول أهم مصادر المعلومات التي يهتمون بمتابعة الأخبار الصادقة من خلالها، حيث جاءت فئة (وسائل التواصل الاجتماعي) في المقدمة بوزن نسبي 82.8٪، وجاءت فئة (وسائل الاعلام التقليدية (الإذاعة والصحافة والتليفزيون)) في المرتبة الثانية بوزن نسبي 70.5٪، وجاءت فئة (الأصدقاء) في المرتبة الثالثة بوزن نسبي 65٪.

- جاءت (وسائل التواصل الاجتماعي) في مقدمة من يهتمون بمتابعة الأخبار الصادقة من خلالها وترى الباحثة أن السبب يعود في ذلك لسهولة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وسرعة الحصول على المعلومات والأخبار والموضوعات ولسهولة اقتنائها ومدى انتشارها حيث أصبح العالم قرية صغيرة، حيث جمعت بين مميزات الوسائل الإعلامية من الصوت والصورة بالإضافة الى حرية التعرض في الأوقات التي تناسب المتلقي.

6- استجابات أفراد العينة حول الهدف من نشر الشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي:

جدول (8) استجابات أفراد العينة حول الهدف من نشر الشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي

العبارات / الاستجابة		شائعات اجتماعية	شائعات اقتصادية	شائعات امنية	شائعات صحية	قيمة كا2	الدلالة
تساعد الاشاعة على خلق جو من التوتر والقلق	ك	58	14	71	57	37.000	0.001
	٪	29.0	7.0	35.5	28.5		
إعاقة عملية التقدم بالمجتمع	ك	89	79	16	16	93.480	0.001
	٪	44.5	39.5	8.0	8.0		
تسبب الصراعات والنزاعات واثارة المشاكل	ك	127	18	50	5	179.560	0.001
	٪	63.5	9.0	25.0	2.5		
الحروب السياسية والإعلامية	ك	31	47	119	3	146.800	0.001
	٪	15.5	23.5	59.5	1.5		
خفض الروح المعنوية لدى الجمهور	ك	93	45	18	44	58.680	0.001
	٪	46.5	22.5	9.0	22.0		
إجمالي العينة		200					

تشير بيانات الجدول السابق إلى استجابات أفراد العينة حول الهدف من نشر الشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي:

- بالنسبة لفئة (تساعد الاشاعة على خلق جو من التوتر والقلق): جاءت فئة (شائعات امنية) في المقدمة بوزن نسبي 35.5٪، وجاءت فئة (شائعات اجتماعية) في المرتبة الثانية بوزن نسبي 29٪، وجاءت فئة (شائعات صحية) في المرتبة الثالثة بوزن نسبي 28.5٪، وجاءت فئة (شائعات اقتصادية) في المرتبة الرابعة بوزن نسبي 7٪.
- بالنسبة لفئة (إعاقة عملية التقدم بالمجتمع): جاءت فئة (شائعات اجتماعية) في المقدمة بوزن نسبي 44.5٪، وجاءت فئة (شائعات اقتصادية) في المرتبة الثانية بوزن نسبي 39.5٪، وجاءت فئة (شائعات امنية، وشائعات صحية) في المرتبة الثالثة بوزن نسبي 8٪.
- بالنسبة لفئة (تسبب الصراعات والنزاعات واثارة المشاكل): جاءت فئة (شائعات اجتماعية) في المقدمة بوزن نسبي 63.5٪، وجاءت فئة (شائعات امنية) في المرتبة الثانية بوزن نسبي 25٪، وجاءت فئة (شائعات اقتصادية) في المرتبة الثالثة بوزن نسبي 9٪، وجاءت فئة (شائعات صحية) في المرتبة الرابعة بوزن نسبي 2.5٪.
- بالنسبة لفئة (الحروب السياسية والإعلامية): جاءت فئة (شائعات امنية) في المقدمة بوزن نسبي 59.5٪، وجاءت فئة (شائعات اقتصادية) في المرتبة الثانية بوزن نسبي 23.5٪، وجاءت فئة (شائعات اجتماعية) في المرتبة الثالثة بوزن نسبي 15.5٪، وجاءت فئة (شائعات صحية) في المرتبة الرابعة بوزن نسبي 1.5٪.
- بالنسبة لفئة (خفض الروح المعنوية لدى الجمهور): جاءت فئة (شائعات اجتماعية) في المقدمة بوزن نسبي 46.5٪، وجاءت فئة (شائعات اقتصادية) في المرتبة الثانية بوزن نسبي 22.5٪، وجاءت فئة (شائعات صحية) في المرتبة الثالثة بوزن نسبي 22٪، وجاءت فئة (شائعات امنية) في المرتبة الرابعة بوزن نسبي 9٪.
- وبحساب قيمة كا2 من الجدول السابق عند درجة حرية =3، وجد أنها قيماً دالة إحصائياً عند مستوى دلالة 0.001، مما يؤكد وجود علاقة دالة إحصائياً بين نوع الشائعة (شائعات اجتماعية/ شائعات اقتصادية/ شائعات امنية/ شائعات صحية) والهدف من نشر الشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي.
- اختلف البحث الحالي مع دراسة الزمان (2020) التي أظهرت نتائجها أن شائعات وسائل التواصل الاجتماعي لها سبع فئات، السياسية (34.3٪) هي الفئة الأبرز، تليها الصحة والتعليم (16.0٪)، والجريمة وحقوق الإنسان (11.0٪)، والدينية (11.0٪).
- واختلف البحث الحالي مع دراسة الرويس (2020) بالنسبة لأنماط الشائعات الأكثر انتشاراً في وسائل التواصل الاجتماعي (تويتر نموذجاً) التي كشفت الدراسة أن أعلى نسبة هي (39.7 %) للشائعات ذات الطابع الصحي.

7- استجابات أفراد العينة حول التأثيرات الاجتماعية والنفسية للشائعات:

جدول (9) استجابات أفراد العينة حول التأثيرات الاجتماعية والنفسية للشائعات

العبارات / الاستجابة		بدرجة ضعيفة	بدرجة متوسطة	بدرجة كبيرة	المتوسط	الانحراف المعياري	الوزن النسبي
اشعر بالأمان لقدرة بلدي على مواجهة الشائعات	ك	7	49	144	2.685	0.536	89.5
	٪	3.5	24.5	72.0			
تساعد الشائعة على بث روح الفرقة والتنافر بين أفراد المجتمع	ك	7	53	140	2.665	0.542	88.8
	٪	3.5	26.5	70.0			

تؤدى الشائعات الى عدم الثقة بين أفراد المجتمع	ك	10	67	123	2.565	0.590	85.5
	٪	5.0	33.5	61.5			
الاشاعات عامل أساسي في عرقلة الإنجاز والتطور	ك	17	68	115	2.490	0.650	83.0
	٪	8.5	34.0	57.5			
الاشاعات دائما ما تكون سببا في تعثر العمل الجماعي	ك	16	72	112	2.480	0.642	82.7
	٪	8.0	36.0	56.0			
تساعد الشائعة على خلق الكراهية ومشاعر العداء	ك	22	64	114	2.460	0.686	82.0
	٪	11.0	32.0	57.0			
الشائعات تساعد على العزلة بين أفراد المجتمع	ك	21	71	108	2.435	0.677	81.2
	٪	10.5	35.5	54.0			
تؤثر الشائعات بشكل سلبي على حالتي النفسية عند التعرض لها	ك	49	78	73	2.120	0.774	70.7
	٪	24.5	39.0	36.5			
أشعر بالخوف كون بعض الأحداث غير صحيحة ومبالغ فيها	ك	61	85	54	1.965	0.759	65.5
	٪	30.5	42.5	27.0			
أشعر بالقلق والخوف بسبب الشائعات	ك	76	76	48	1.860	0.777	62.0
	٪	38.0	38.0	24.0			
إجمالي العينة		**200**					

تشير بيانات الجدول السابق إلى استجابات أفراد العينة حول التأثيرات الاجتماعية والنفسية للشائعات، حيث جاءت فئة (اشعر بالأمان لقدرة بلدي على مواجهة الشائعات) في المقدمة بوزن نسبي 89.5٪، وجاءت فئة (تساعد الشائعة على بث روح الفرقة والتنافر بين أفراد المجتمع) في المرتبة الثانية بوزن نسبي 88.8٪، وجاءت فئة (تؤدى الشائعات الى عدم الثقة بين أفراد المجتمع) في المرتبة الثالثة بوزن نسبي 85.5٪، وجاءت فئة (الاشاعات عامل أساسي في عرقلة الإنجاز والتطور) في المرتبة الرابعة بوزن نسبي 83٪، وجاءت فئة (الاشاعات دائما ما تكون سبباً في تعثر العمل الجماعي) في المرتبة الخامسة بوزن نسبي 82.7٪.

- اتفق البحث الحالي مع دراسة عبدالحافظ (2020) والتي كشفت أن نسبة 75% من أفراد العينة يروا أن أهداف الشائعات التي تنشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي هي إثارة البلبلة والفوضى، يليها إثارة القلاقل والفتن داخل المجتمع ثم يضيف الثقة بأداء الحكومات، إثارة القلق والاضطرابات النفسية.
- اتفق البحث الحالي أيضاً مع دراسة الخمشي (2020) بأن الشائعات الاجتماعية هي الأكثر انتشاراً في المجتمع السعودي، وأن الشائعات تتسبب بآثار اجتماعية أهمها إثارة القلق لدى أفراد المجتمع، وظهور التفرقة والعنصرية. - - اتفقت البحث الحالي مع دراسة محمد (2021) وهي اعتراف بالشائعات من طرف أفراد العينة كظاهرة مستشرية في فايسبوك، الارتباك والقلق مخلفات نفسية ترافق أفراد العينة حين التعرض للشائعات.
- اتفق البحث الحالي مع دراسة مشهور (2020) والذي أكد أن أكثر الآثار المترتبة على شائعات وسائل التواصل الاجتماعي (الواتساب أنموذجا) حسب آراء العينة تمثلت في تأثيرها السلبي على العلاقات الاجتماعية، قلبها للحقائق، ونشر الأفكار الخاطئة والانحراف، وتفكك المجتمع، وتشويه السمعة للخصوم، وتساعد على الفوضى والاضطرابات والتمرد.

8- استجابات أفراد العينة حول نمط التعامل مع الشائعة عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

جدول (10) استجابات أفراد العينة حول نمط التعامل مع الشائعة عبر مواقع التواصل الاجتماعي

العبارات / الاستجابة		معارض	محايد	موافق	المتوسط	الانحراف المعياري	الوزن النسبي
لا أعيد نشر الخبر قبل التأكد من صحته من مصادر موثوقة	ك	21	32	147	2.630	0.667	87.7
	٪	10.5	16.0	73.5			
حين ارتاب في صحة بعض المعلومات، ابحث وأدقق في مصداقيتها أولاً	ك	21	39	140	2.595	0.673	86.5
	٪	10.5	19.5	70.0			
أغلق المواقع المشوهة التي تروج الشائعات	ك	26	39	135	2.545	0.715	84.8
	٪	13.0	19.5	67.5			
اتخذ موقف من الأخبار التي تصلني عبر وسائل التواصل الاجتماعي	ك	39	81	80	2.205	0.745	73.5
	٪	19.5	40.5	40.0			
أبلغ عن أي إشاعة تنتقد سياسة الدولة	ك	52	66	82	2.150	0.807	71.7
	٪	26.0	33.0	41.0			
أرد على الشائعات التي تؤثر على أمن واستقرار البلد	ك	52	72	76	2.120	0.793	70.7
	٪	26.0	36.0	38.0			
اكتب ردا وتعليقا، يبين زيف الخبر حين أتأكد من ذلك	ك	73	66	61	1.940	0.818	64.7
	٪	36.5	33.0	30.5			
أعيد نشر الأخبار المهمة التي تصلني من مواقع التواصل الاجتماعي مباشرة وقبل التحقق من صحتها	ك	153	34	13	1.300	0.585	43.3
	٪	76.5	17.0	6.5			
اشارك أحيانا بنشر بعض الأخبار، حتى لو كانت غير صحيحة	ك	167	22	11	1.220	0.532	40.7
	٪	83.5	11.0	5.5			
إجمالي العينة				**200**			

تشير بيانات الجدول السابق إلى استجابات أفراد العينة حول نمط التعامل مع الشائعة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث جاءت فئة (لا أعيد نشر الخبر قبل التأكد من صحته من مصادر موثوقة) في المقدمة بوزن نسبي 87.7٪، وجاءت فئة (حين ارتاب في صحة بعض المعلومات، ابحث وأدقق في مصداقيتها أولاً) في المرتبة الثانية بوزن نسبي 86.5٪، وجاءت فئة (أغلق المواقع المشوهة التي تروج الشائعات) في المرتبة الثالثة بوزن نسبي 84.8٪، وجاءت فئة (اتخذ موقف من الأخبار التي تصلني عبر وسائل التواصل الاجتماعي) في المرتبة الرابعة بوزن نسبي 73.5٪، وجاءت فئة (أبلغ عن أي إشاعة تنتقد سياسة الدولة) في المرتبة الخامسة بوزن نسبي 71.7٪.

- اتفق البحث الحالي مع دراسة إبراهيم (2021)، وقد توصلت هذه الدراسة إلى عدة نتائج جاءت من أهمها الشائعات الهجومية تجاه الأفراد والجماعات في المرتبة الثانية بنسبة (19.6%) وهي تهدف بالدرجة الأولى للنيل من السمعة وبث الكراهية والعداوة تجاه الأفراد، وبالتحديد من ذوي الشخصيات القيادية، والجماعات أو المؤسسات الرسمية في المجتمع.

9- استجابات أفراد العينة حول طرق الوقاية من الشائعات:

جدول (11) استجابات أفراد العينة حول طرق الوقاية من الشائعات

العبارات / الاستجابة		معارض	محايد	موافق	المتوسط	الانحراف المعياري	الوزن النسبي
عدم ترديد الشائعات	ك	2	23	175	2.865	0.371	95.5
	٪	1.0	11.5	87.5			
التوعية بأهداف الشائعات وخطورتها وتفعيل العقوبات	ك	1	27	172	2.855	0.367	95.2
	٪	0.5	13.5	86.0			
نشر الحقائق دائما للجمهور	ك	4	25	171	2.835	0.423	94.5
	٪	2.0	12.5	85.5			
زيادة الدور التشريعي لمواجهة الشائعة	ك	2	39	159	2.785	0.436	92.8
	٪	1.0	19.5	79.5			
إجمالي العينة		**200**					

تشير بيانات الجدول السابق إلى استجابات أفراد العينة حول طرق الوقاية من الشائعات، حيث جاءت فئة (عدم ترديد الشائعات) في المقدمة بوزن نسبي 95.5٪، وجاءت فئة (التوعية بأهداف الشائعات وخطورتها وتفعيل العقوبات) في المرتبة الثانية بوزن نسبي 95.2٪، وجاءت فئة (نشر الحقائق دائما للجمهور) في المرتبة الثالثة بوزن نسبي 94.5٪، وجاءت فئة (زيادة الدور التشريعي لمواجهة الشائعة) في المرتبة الرابعة بوزن نسبي 92.8٪.

- اتفق البحث الحالي مع دراسة العنزي (2020) التي هدفت الى التعرف على كيفية التعامل مع الشائعات الإلكترونية التي تنتشر على موقع فيسبوك ومعرفة أنواع الشائعات المنتشرة وكل ما يتعلق بصفحة التقنية من أجل السلام، وأظهرت نتائجها أهمية هذه الصفحة في توعية الجمهور ومواجهة أنواع الشائعات المختلفة.

2.5. فروض البحث:

- الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين معدل التعرض للشائعات الإلكترونية عبر مواقع التواصل الاجتماعي والتأثيرات الاجتماعية والنفسية لدى أفراد العينة.

جدول (12) معامل ارتباط بيرسون لقياس الارتباط بين معدل التعرض للشائعات الإلكترونية عبر مواقع التواصل الاجتماعي والتأثيرات النفسية والاجتماعية لدى أفراد العينة

المتغيرات	التأثيرات النفسية والاجتماعية للشائعة	
	معامل الارتباط	الدلالة
معدل التعرض للشائعات الإلكترونية عبر مواقع التواصل الاجتماعي	*0.189	0.05

يتضح من الجدول السابق إلى: وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل التعرض للشائعات الإلكترونية عبر مواقع التواصل الاجتماعي والتأثيرات النفسية والاجتماعية لدى أفراد العينة، حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون (0.189)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوي دلالة (0.05)، وبالتالي يمكن قبول الفرض حيث ثبتت صحته.

- ويمكن تفسير ذلك في إطار أن تلك المواقع أصبحت إحدى وسائل الانتشار لأي معلومة أو خبر أو حدث أو خبر، وقد تجاوز انتشارها من حيث السرعة المواقع والصحف الرسمية، فأصبحت الشائعات في ظل التطور التقني ووجود الهواتف الذكية لا تحتاج إلى وقت أو عمر زمني طويل، إنما في غضون ثواني أو دقائق نجد هذه الشائعة قد تم تداولها بين الأفراد.

- الفرض الثاني: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات استجابات أفراد العينة على مقياس التأثيرات الاجتماعية والنفسية للشائعات باختلاف المتغيرات الديموغرافية (النوع- العمر- المستوى التعليمي- الوظيفة).

أ. الفروق تبعاً للنوع:

جدول (13) نتائج اختبار (T.test) لدلالة الفروق بين متوسطات استجابات أفراد العينة على مقياس التأثيرات الاجتماعية والنفسية للشائعات تبعاً للنوع

العينة	العدد	م	ع	قيمة (ت)	الدلالة
الذكور	80	23.6750	4.61910	0130	غير دالة
الإناث	120	23.7583	4.33473		

تشير نتائج اختبار "ت" في الجدول السابق إلى: عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات استجابات أفراد العينة على مقياس التأثيرات الاجتماعية والنفسية للشائعات تبعاً للنوع (الذكور/ الإناث)، حيث بلغت قيمة "ت" (0.130) وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة 0.05، ومن ثم لا يمكن قبول الفرض الثاني (أ)

- ويرجع عدم وجود اختلافات بين الذكور والإناث من عينة البحث لأن المعلومة موجهة لكلا الجنسين ويتم التعامل مع المواطن بصرف النظر عن الجنس، ويدل ذلك على أن (الذكور والإناث) لهم نفس الاهتمام والالتزام بعدم نشر الشائعات وعدم اعتمادها والاهتمام بالدقة والمصداقية في نشر الأخبار.

ب. الفروق تبعاً للعمر والمستوى التعليمي والوظيفة:

جدول (14) نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق بين متوسطات استجابات أفراد العينة على مقياس التأثيرات الاجتماعية والنفسية للشائعات تبعاً للعمر والمستوى التعليمي والوظيفة

المتغيرات الديموغرافية	مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	الدلالة
العمر	بين المجموعات	91.414	3	30.471	1.559	غير دالة
	داخل المجموعات	3830.461	196	19.543		
	المجموع	3921.875	199			
المستوى التعليمي	بين المجموعات	26.934	2	13.467	0.681	غير دالة
	داخل المجموعات	3894.941	197	19.771		
	المجموع	3921.875	199			

الوظيفة	بين المجموعات	20.522	3	6.841	0.344	غير دالة
	داخل المجموعات	3901.353	196	19.905		
	المجموع	3921.875	199			

تشير بيانات الجدول السابق إلى الفروق بين متوسطات استجابات أفراد العينة على مقياس التأثيرات الاجتماعية والنفسية للشائعات تبعاً للعمر والمستوى التعليمي والوظيفية ويمكن توضيحا كالتالي:

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات استجابات أفراد العينة على مقياس التأثيرات الاجتماعية والنفسية للشائعات تبعاً للعمر (أقل من 20 سنة، 21 سنة إلى أقل من 30 سنة، من 31 سنة إلى 40 سنة، من 41 سنة فأكثر)، حيث بلغت قيمة ف (1.559)، وهذه القيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = 0.05.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات استجابات أفراد العينة على مقياس التأثيرات الاجتماعية والنفسية للشائعات تبعاً للمستوى التعليمي (ثانوي، وجامعي، دراسات عليا)، حيث بلغت قيمة ف (0.681)، وهذه القيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = 0.05.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات استجابات أفراد العينة على مقياس التأثيرات الاجتماعية والنفسية للشائعات تبعاً للوظيفة (طالب/ة، وموظف/ة، وأعمال حرة، ولا أعمل)، حيث بلغت قيمة ف (0.344) وهذه القيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = 0.05. ومن ثم لا يمكن قبول صحة الفرض الثاني

6. خاتمة البحث:

سعى البحث الحالي الى رصد إدراك الشباب السعودي للتأثيرات الاجتماعية والنفسية للشائعات الإلكترونية على المجتمع، وقد طبق البحث على عينة من الشباب السعودي بالمملكة العربية السعودية بأسلوب العينة العمدية وتم استخدام الاستبيان لجمع البيانات وقد طرحت الباحثة تساؤلات وفروض وتوصلت الى مجموعة من النتائج يمكن حصر أهمها فيما يلي:

1.6. نتائج التساؤلات:

- حصل (سناب شات) على مقدمة مواقع التواصل بنسبة 77.3٪ من استجابات أفراد العينة حول درجة التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي.
- جاء نسبة من يتابع مواقع التواصل الاجتماعي (من 4 ساعات فأكثر) في المقدمة حيث بلغت 46٪ من إجمالي مفردات عينة البحث.
- جاءت دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي النفعية في الترتيب الأول حيث جاءت فئة (تساعدني في معرفة أهم الموضوعات والأحداث والأخبار) في المقدمة بنسبة 96.3٪.
- شغلت مجال الشائعات الاجتماعية التي يتم ترويجها عبر مواقع التواصل الاجتماعي في المقدمة بنسبة 94.5٪.
- اعتبرت العينة مواقع التواصل الاجتماعي كأهم مصادر المعلومات التي يهتمون بمتابعة الأخبار الصادقة من خلالها، حيث جاءت في المقدمة بنسبة 82.8٪.
- شغلت التأثيرات الاجتماعية والنفسية للشائعات في المقدمة بنسبة 89.5٪ حيث جاءت فئة (اشعر بالأمان لقدرة بلدي على مواجهة الشائعات).
- شغل نمط التعامل مع الشائعة عبر مواقع التواصل الاجتماعي في المقدمة بنسبة 87.7٪حيث جاءت فئة (لا أعيد نشر الخبر قبل

ISSN: 2706-6495

التأكد من صحته من مصادر موثوقة).

- تصدرت فئة (عدم ترديد الشائعات) في المقدمة بنسبة 95.5٪ كأهم طرق الوقاية من الشائعات.

2.6. نتائج الفروض:

- وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل التعرض للشائعات الإلكترونية عبر مواقع التواصل الاجتماعي والتأثيرات النفسية والاجتماعية لدى أفراد العينة.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات استجابات أفراد العينة على مقياس التأثيرات الاجتماعية والنفسية للشائعات تبعاً للنوع (الذكور/ الإناث).
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات استجابات أفراد العينة على مقياس التأثيرات الاجتماعية والنفسية للشائعات تبعاً للعمر.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات استجابات أفراد العينة على مقياس التأثيرات الاجتماعية والنفسية للشائعات تبعاً للمستوى التعليمي.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات استجابات أفراد العينة على مقياس التأثيرات الاجتماعية والنفسية للشائعات تبعاً للوظيفة.

7. التوصيات:

وفي ضوء النتائج التي توصلت إليه هذا البحث فإن الباحثة توصي بما يلي:

1. العمل على نشر الوعي من قبل المؤسسات التعليمية والاعلامية لتخريج جيل واعي قادر التعامل مع الشائعات الإلكترونية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
2. قيام الجهات الحكومية المختصة بإنشاء صفحات إلكترونية على شبكات التواصل الاجتماعي تقوم بالكشف عن الشائعات التي تنشر في مواقع التواصل الاجتماعي ومحاصرتها ومن ثم القضاء عليها بنشر الحقائق وإيصالها للجمهور.
3. القيام بحملات إعلامية عبر وسائل الإعلام المختلفة بغرض تحصين الجمهور من الشائعات وتوعيتهم للتصدي لها، وإقامة الندوات حول هذه الظاهرة.
4. أن تلتزم الجهات الحكومية والمؤسسات الإعلامية الرسمية بتوضيح الأخبار بجميع تفاصيلها، حتى لا تسمح للجمهور بالتوجه لمواقع التواصل الاجتماعي في حال وقوع حدث أو قضية ما.
5. نظراً لأن الفيس بوك من أكثر الشبكات التي ينشر من خلالها الشائعات، فان الجهات الرسمية والمؤسسات الاعلامية مدعوة لان تعرض الحقائق والمعلومات من أجل التقليل من اقبال المواطنين على الشائعات.
6. التوظيف الأمثل لمواقع التواصل الاجتماعي، وما تملكه من إمكانيات وقدرات فاعلة وحيوية وتأثير من أجل العمل على خدمة القضايا المجتمعية.
7. الاستفادة من تجارب كثير من الدول من حولنا في مجال سلامة وأمن مواقع التواصل الاجتماعي، من خلال الإجراءات التقنية والفنية المتبعة.

ISSN: 2706-6495

8. المراجع:

1.8. المراجع العربية:

أحمد، عباس بله محمد. (2012). الشائعات نظرة تأصيلية تربوية. *مجلة المنبر، (15)، 20-41.*

إسحاق، خالد إبراهيم عبد العزيز. (2021). اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو انتشار الشائعات في وسائل التواصل الاجتماعي: دراسة مسحية على طلبة كلية الاتصال بجامعة الشارقة. *مجلة البحوث الإعلامية، (57)*، 1841-1874.

اكحيل، رضا عبد حمودة. (2015). *الشائعات في المواقع الأخبارية الأردنية وتأثيرها في نشر الأخبار من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين* [أطروحة ماجستير غير منشورة].جامعة الشرق الأوسط.

بدر، امل محمد. (2015). الآثار الثقافية والاجتماعية والنفسية لاستخدام الشباب الخليجي لشبكات التواصل الاجتماعي. *مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، (28)*، 10-41.

بدوي، عبدالرحمن عبدالله علي. (2019). شائعات مواقع التواصل الاجتماعي وآثارها السلبية على طلاب جامعة الملك سعود. *العلوم التربوية، (97)*، 4-136.

بلال، وكال. (2018). *الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي ومدى تأثيرها على المجتمع الجزائري، دراسة ميدانية مجتمع المسيلة* [أطروحة ماجستير غير منشورة]. جامعة محمد بوضياف.

البيومي، رضا إبراهيم. (2019، أبريل 22-23). *المواجهة القانونية للإشاعات في ضوء تفشي فيروس الكورونا المستجد* [بحث مقدم]. *المؤتمر العلمي السادس: بعنوان القانون والشائعات*، مصر.

التوم، محمد بن عائض. (2019). الشائعات في وسائل التواصل الاجتماعي: تويتر نموذجاً. *مجلة الشمال للعلوم الإنسانية، (4)*، 1.

ثابت، ثابت، شاكر، أنس. (2019، أبريل 27). تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على توليد المعرفة وتعزيز الإبداع الوظيفي [بحث مقدم]. *المؤتمر العلمي الأول للدراسات الإنسانية والإدارية والقانونية، بغداد.*

حربي، نصر رمضان سعدالله. (2019). الشائعات ونشرها عبر مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي، (آثارها - المسئولية المترتبة عليها - سبل التصدي له) دراسة مقارنة. *مجلة كلية الدراسات الإسلامية والعربية للبنات بالإسكندرية، (6)*، 713-780.

حمدي، محمد بن حسن مشهور. (2020). أثر شائعات وسائل التواصل الاجتماعي وكيفية علاجها: (WhatsApp أنموذجا). *مجلة الجامعة الإسلامية للعلوم التربوية والاجتماعية، (3)*، 529-577.

الخمشي، جواهر بنت صالح بن عيادة. (2020). العوامل المؤدية الى الشائعات وآثارها الاجتماعية والأمنية. *مجلة جامعة أم القرى للعلوم الاجتماعية، (1)*، 518-584.

دعاك، انتصار موسى. (2018). الشائعات الإلكترونية وتأثيرها على الرأي العام: دراسة ميدانية على عينة من الجمهور السعودي بمنطقة جازان. *مجلة البحث العلمي في الآداب، (19)*، 35-77.

الدليمي، عبد الرزاق محمد أحمد. (2020). دوافع استخدام طلبة الجامعات الأردنية لموقعي فيسبوك وتويتر واشباعاتهم المتحققة منها. *المجلة العلمية للتكنولوجيا وعلوم الإعاقة، (3)*، 21-59.

الذيباني، شاكر بن علي. (2021). الشائعات الإلكترونية عن فيروس كورونا وتعامل الجهات الحكومية السعودية معها من وجهة نظر المتحدثين الرسميين. *المجلة العربية للإعلام والاتصال، (25)*، 63-112.

الرواس، أنور بن محمد. (2016). وسائل التواصل الاجتماعي وعلاقتها بانتشار الشائعات في المجتمع العماني دراسة استطلاعية للأنماط وعوامل الانتشار. *حوليات آداب عين شمس، (44)*، 401-443.

الرويس، فيصل بن عبدالله. (2020). الشائعات الإلكترونية وتأثيراتها المجتمعية في ظل تداعيات انتشار فيروس كورونا المستجد "كوفيد-19": دراسة سوسيولوجية. *شؤون اجتماعية، (148)*، 97-156.

بن ريالة، سارة، وسعادة، سراي. (2020). الشائعات الإلكترونية حول "وباء كورونا " في الجزائر وأثارها النفسية على الجمهور قراءة في آليات التصدي والمواجهة. *مجلة التمكين الاجتماعي، (2)*، 2.

سعيد، أمين ناصف. (2018). التأثيرات الاجتماعية الناتجة عن استخدام وسائل الاتصال الإلكتروني. مجلة بحوث الشرق الأوسط، *(44)*، 3-56.

الشربيني، سامي محمد الديداموني. (2020). العلاقة بين الشائعات الإلكترونية واستقرار الأمن الفكري للشباب من منظور العلاج العقلاني الانفعالي السلوكي في خدمة الفرد. *مجلة دراسات في الخدمة الاجتماعية، (50)*،396،2-355.

الشريف، رانيا عبدالله. (2015). دور وسائل التواصل الاجتماعي في انتشار الشائعات. *مجلة العلاقات العامة والاعلان، (3)*، 92، 88-99

الشمري، إسماعيل، والصديق، مختار. (2017). *الإشاعة في الصحافة الإلكترونية العربية وتأثيراتها على المجتمع* [رسالة دكتوراة غير منشورة]. جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا.

الصفدي، فلاح. (2015). *استخدامات القائم بالاتصال في الصحافة الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباعات المتحققة دراسة ميدانية في محافظات غزة* [أطروحة ماجستير غير منشورة]. الجامعة الإسلامية.

عبدالحافظ، نادية محمد. (2020). الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بمستوى القلق السياسي لدي الشباب المصري. *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، (1)*، 67-137.

عدوان، إياد (2018). *دور شبكات التواصل الاجتماعي في عملية توليد المعرفة وأثرها على الإبداع الوظيفي في مؤسسات التعليم العالي الفلسطيني في غزة* [أطروحة ماجستير غير منشورة]. الجامعة الإسلامية.

العليمي، عصام رمضان محمد. (2019، أبريل 22-23). *آثار الشائعات الإلكترونية والجرائم المعلوماتية وآليات مواجهتها* [بحث مقدم]. المؤتمر العلمي السادس: بعنوان القانون والشائعات، مصر.

فارح، منى إبراهيم. (2021). الشائعات الإلكترونية عبر مواقع التواصل الاجتماعي أثناء جائحة فيروس كورونا المستجد. *مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، (62)*، 13-70.

فارس، كاتب، دنيا، عقون. (2016). *أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على سلوك الشباب الجزائري دراسة وصفية مسحية على عينة من شباب أم البواقي* [أطروحة ماجستير غير منشورة]. جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي.

فورة، تهاني. (2012). *فاعلية إثراء منهاج تكنولوجيا التعليم باستخدام الشبكة الاجتماعية Facebook في تنمية مهارات استخدام الحاسوب والانترنت لدى الطالبات المعلمات في الجامعة الإسلامية بغزة* [أطروحة ماجستير غير منشورة]. الجامعة الإسلامية.

قناوي، فوزية حسين علي. (2016). دور وسائل الاتصال وشبكات التواصل الاجتماعي في الترويج للشائعات: دراسة استطلاعية تحليلية. *مجلة جامعة سرت العلمية - العلوم الإنسانية، (6)*، 1.

محمد، رقاب. (2021). الاثار النفسية والاجتماعية لترويج الشائعات عبر موقع فايسبوك: دراسة وصفية على عينة من طلبة جامعة زيان عاشور بالجلفة. *المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، (2)*، 96-109.

الهاشمي، سلطان، والسعدية، عالية، والكيومية، وضحاء. (2020). أثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على تنشئة الطفل في المجتمع العماني *[دراسة مقدمة]*. *جمعية الاجتماعيين العمانية إلى وزارة التنمية الاجتماعية*. وزارة التنمية الاجتماعية.

العتيبي، معالي. (30 ديسمبر 2020). دور التربية في مكافحة الشائعات. *الرياض*. https://www.alriyadh.com/1861476

المولد، سعود. (27 ديسمبر 2020). 296 شائعة واحتيالا في 2020. *الوطن*.
https://www.alwatan.com.sa/article/1064826

يحيى، جيهان سيد أحمد. (2021). التأثيرات النفسية والسلوكية لمحتوى الإعلام المرئي المقدم عن كورونا وعلاقته بمصداقية المصدر. *مجلة البحوث الإعلامية، 4(56)*، 1525-1572.

2.8. المراجع الأجنبية:

Auter, P. J., Douai, A., Makady, H., & West, C. (2016). Circulating health rumors in the 'Arab World': A 12-month content analysis of news stories and reader commentary about Middle East Respiratory Syndrome from two Middle Eastern news outlets. *International Communication Gazette, 78(5)*, 411–431

Burak, Kaynar. (2016). Rumor in social media: Role of affect during social movements. [Master of arts in cultural studies]. ISTANBUL ŞEHİR UNIVERSITY.

Calancie, O., Ewing, L., Narducci, L. D., Horgan, S., & Khalid-Khan, S. (2017). Exploring how social networking sites impact youth with anxiety: A qualitative study of Facebook stressors among adolescents with an anxiety disorder diagnosis. Cyber psychology. *Journal of Psychosocial Research on Cyberspace, 11(2).*

Dao, D. V. (2015). Social Media Classification Scheme in Online Teaching and Learning Activities: A Consideration for Educators. *International Journal of Education and Social Science, 2(4)*, 94-85.

Doleck, T., Bazelais, P., & Lemay, D. J. (2017). Examining the antecedents of social networking sites use among CEGEP students. *Education and Information Technologies. (5)22*, 2123-2103.

Al-Enezi, N. N. (2020). Employment of social networking sites in response to rumors. *Journal of Media Studies and Research.8(6)*, 667–682

Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business horizons. 1(53),* 68-59.

Panahi, S., Watson, J., & Partridge, H. (2012). Social media and tacit knowledge sharing: Developing a conceptual model. *World academy of science, engineering and technology. (4)6,* 1095-1102.

Schneider, G. P. (2015). *Electronic Commerce*, (11th ed.). Cengage Learning.

Sun, Z., Cheng, X., Zhang, R., & Yang, B. (2020). Factors Influencing Rumour Re-Spreading in a Public Health Crisis by the Middle-Aged and Elderly Populations. *International journal of environmental research and public health. 17(18),* 6542.

Thabit T.H., and Jasim, Yaser A. (2016), A Manuscript of Knowledge Representation, *International Journal of Social Sciences & Economic Environment. 1(1),* 55-44.

Victor C. Strasburger, Amy B. Jordan and Ed Dinnerstein. (2010). *Health effects of media on children and adolescents. Pediatrics. 125(4)*, 756-767.

Yang, X., Lyu, Y., Tian, T., Liu, Y., Liu, Y., & Zhang, X. (2020). Rumor Detection on social media with Graph Structured Adversarial Learning, *International Joint Conferences on Artificial Intelligence Organization (IJCAI).*

9. الملاحق:

ملحق رقم (1)

صحيفة استبيان

إدراك الشباب السعودي للتأثيرات الاجتماعية والنفسية للشائعات الإلكترونية على المجتمع.

تقوم الباحثة ببحث بعنوان (إدراك الشباب السعودي للتأثيرات الاجتماعية والنفسية للشائعات الإلكترونية على المجتمع)

وإن هذه الاستبانة من متطلبات الحصول على درجة الماجستير في العلاقات العامة من قسم الإعلام بجامعة أم القرى

لذا تأمل الباحثة بالتكرم على الإجابة على هذه التساؤلات بدقة ووضح من أجل الوصول إلى نتائج صحيحة وسليمة وعدم ترك أي تساؤل من دون الإجابة عليه. ونود الإشارة إلى أن بيانات هذه الاستمارة سرية ولن تستخدم إلا في أغراض البحث العلمي.

شاكرة ومقدرة تعاونكم..

الباحثة/ بيان حسن القرشي

1- ما معدل تعرضك لمواقع التواصل الاجتماعي؟

مواقع التواصل الاجتماعي	بدرجة كبيرة	بدرجة متوسطة	بدرجة ضعيفة
تويتر			
انستقرام			
سناب شات			
يوتيوب			
فيس بوك			

2- ما عدد ساعات استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي؟

- أقل من ساعة
- من 2 إلى 4 ساعات
- من 4 ساعات فأكثر

ISSN: 2706-6495

3- ما دوافع استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي؟

الدوافع	موافق	محايد	معارض
تساعدني في معرفة اهم الموضوعات والاحداث والأخبار			
تساعدني في تكوين وجهة نظر حول الموضوع			
تساعدني في اكتساب المعرفة والمعلومات			
تساعدني في متابعة الأخبار والقضايا			
تعلمني المشاركة وتبادل الآراء			
لتمضية وقت الفراغ			
للتسلية والترفيه			
للهروب من المشكلات			

4- من وجهة نظرك ما أهم مجالات الشائعات الإلكترونية التي يتم ترويجها عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

مجال الشائعة	موجودة بدرجة كبيرة	موجودة بشكل محدود	غير موجودة على الاطلاق
شائعات اجتماعية			
شائعات اقتصادية			
شائعات امنية			
شائعات تعليمية			
شائعات صحية			
أخرى			

5- ما أهم مصادر المعلومات التي تهتم بمتابعة الأخبار الصادقة من خلالها؟

مصادر الأخبار	دائما	أحيانا	نادرا
وسائل التواصل الاجتماعي			
وسائل الاعلام التقليدية (الاذاعة والصحافة والتليفزيون)			
الأصدقاء			

6- من وجهة نظرك ما الهدف من نشر الشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي؟

الهدف	شائعات اجتماعية	شائعات اقتصادية	شائعات أمنية	شائعات صحية
تساعد الاشاعة على خلق جو من التوتر والقلق				
اعاقة عملية التقدم بالمجتمع				
تسبب الصراعات والنزاعات واثارة المشاكل				
الحروب السياسية والإعلامية				
خفض الروح المعنوية لدى الجمهور				

ISSN: 2706-6495

7- حدد درجة موافقتك او معارضتك حول التأثيرات الاجتماعية والنفسية للشائعات؟

العبارات	بدرجة كبيرة	بدرجة متوسطة	بدرجة ضعيفة
التأثيرات الاجتماعية			
الاشاعات دائما ما تكون سببا في تعثر العمل الجماعي			
الاشاعات عامل أساسي في عرقلة الإنجاز والتطور			
تساعد الشائعة على بث روح الفرقة والتنافر بين أفراد المجتمع			
الشائعات تساعد على العزلة بين أفراد المجتمع			
تؤدى الشائعات الى عدم الثقة بين أفراد المجتمع			
التأثيرات النفسية			
تؤثر الشائعات بشكل سلبي على حالتي النفسية عند التعرض لها			
اشعر بالقلق والخوف بسبب الشائعات			
اشعر بالأمان لقدرة بلدي على مواجهة الشائعات			
اشعر بالخوف كون بعض الأحداث غير صحيحة ومبالغ فيها			
تساعد الشائعة على خلق الكراهية ومشاعر العداء			

8- حدد نمط تعاملك مع الشائعة عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

العبارة	موافق	محايد	معارض
اشارك أحيانا بنشر بعض الأخبار، حتى لو كانت غير صحيحة			
أعيد نشر الأخبار المهمة التي تصلني من مواقع التواصل الاجتماعي مباشرة وقبل التحقق من صحتها			
لا أعيد نشر الخبر قبل التأكد من صحته من مصادر موثوقة			
اكتب ردا وتعليقا، يبين زيف الخبر حين أتأكد من ذلك			
اتخذ موقف من الأخبار التي تصلني عبر وسائل التواصل الاجتماعي			
حين ارتاب في صحة بعض المعلومات، ابحث وأدقق في مصداقيتها أولاً			
أرد على الشائعات التي تؤثر على أمن واستقرار البلد			
أغلق المواقع المشوهة التي تروج الشائعات			
أبلغ عن أي إشاعة تنتقد سياسة الدولة			

9- حدد درجة موافقتك او معارضتك للعبارات التالية حول طرق الوقاية من الشائعات؟

العبارات	موافق	محايد	معارض
زيادة الدور التشريعي لمواجهة الشائعة			
عدم ترديد الشائعات			

ISSN: 2706-6495

نشر الحقائق دائما للجمهور			
التوعية بأهداف الشائعات وخطورتها وتفعيل العقوبات			

البيانات الشخصية:

1- نوع الجنس:
- ذكر
- أنثى

2- الفئة العمرية:
- أقل من 20 سنة
- 21 سنة إلى أقل من 30 سنة.
- من 31 سنة إلى 40 سنة.
- من 41 سنة فأكثر.

3- المستوى التعليمي:
- متوسط.
- ثانوي
- جامعي.
- دراسات عليا.

4- الوظيفة:
- طالب/ة.
- موظف/ة.
- أعمال حرة.
- لا أعمل

جميع الحقوق محفوظة © 2026، الباحثة/ بيان حسن القرشي، إشراف الدكتورة/ رشا عبد الرحيم مزروع، المجلة الأكاديمية للأبحاث والنشر العلمي (CC BY NC)

Doi: http://doi.org/10.52132/Ajrsp/v7.84.3