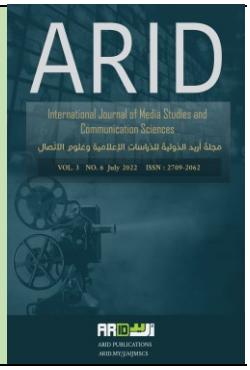
ARID Journals

ARID International Journal of Media Studies and Communication Sciences (AIJMSCS)
ISSN: 2709-2062

Journal home page: arid.my/j/AIJMSCS



مَجلةُ أُريد الدَّوليةُ للدراسات الإعلامية وعلوم الإتصال

المجلد 3 ، العدد 6 ، تموز 2022م

The role of social networking sites in spreading rumors a descriptive study

Yassin Taha Moussa Wissam Abdul Karim Abdul Jalil

Ministry of Education Iraqi- Office of the Minister -University of Tikrit College of Arts- Iraq

دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات – دراسة وصفية

ياسين طه موسى وسام عبدالكريم عبدالجليل

قسم الإعلام- كلية الآداب - جامعة تكريت- العراق

yassin.media@gmail.com
https://doi.org/10.36772/arid.aijmscs.2022.362

ARTICLE INFO
Article history:
Received 10/02/2022
Received in revised form 02/04/2022
Accepted 10/5/2022
Available online 15/07/2022
https://doi.org/10.36772/arid.aijmscs.2022.362

ABSTRACT

This research aims to shed light on the role of social networking sites in spreading rumours. The importance of this research comes from the fact that it researches the subject of social networking sites, their goals and most important means, as well as mentioning their definition, and the role of sites in spreading rumors among the public has been determined ...

***Keywords*:** rumors- Social Media- Role

الملخص

يهدف هذا البحث إلى تسليط الضوء على دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات. وتأتي أهمية هذا البحث من كونه يبحث في موضوع مواقع التواصل الاجتماعي وأهدافها وأهم وسائلها، فضلاً عن ذكر تعريفها، كما تم تحديد دور المواقع في نشر الشائعات بين الجمهور .

الكلمات المفتاحية: الشائعات ـ مواقع التواصل الاجتماعي- دور

المبحث الأول: الإطار المنهجي

أولاً: مشكلة البحث:

يبقى اختيار مشكلة البحث الإعلامي شاغلةُ للمبتدئين والباحثين [1] ، إذ إن الباحث يتصدى لها في البحث والتحليل والتقصي لمعرفة سبب ظهورها، وتحديد أبعادها، كما يبين ما الظروف المحيطة بها .

نظراً لما تؤديه الشائعات من تأثير على الجمهور خاصة في ظل الحروب وما تقوم به من أدوار هامة في نشر الذعر والقلق بين الجمهور، (ماهو دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات) .

. وتتفرع المشكلة الرئيسة إلى عدة تساؤلات:

1. ما هو مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي؟
2. ما هي الشائعات؟
3. ما هو دور مواقع التواصل في نشر الشائعات؟

ثانياً : أهمية البحث:

تكتسب البحوث الإعلامية أهميتها المتزايدة نتيجة استخدام وسائل الاتصال الحديثة كوسيلة إعلانية واتصالية وزيادة الاهتمام من خلال ما هو موجود في العالم. وأصبحت الأخبار والمعلومات جزءاً لا يتجزأ من عمل الصحافة ووسائل الإعلام بشكلها العالم في ظل يشهد العالم ثورة التكنولوجيا، وثورة الاتصالات التي يشهدها عصرنا الراهن. **وتبرز أهمية البحث كونه يسعى لبيان دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات.**

ثالثا: أهداف البحث:

يسعى هذا البحث للوصول إلى الأهداف الآتية:

1. توضيح مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي.
2. بيان الشائعات وتوضيحها.
3. الكشف عن دور مواقع التواصل في نشر الشائعات .

رابعاً: منهج البحث:

يعرف منهج البحث هو " الأساليب والاجراءات أو المداخل التي تستخدم في جمع البيانات والوصول من خلالها إلى نتائج أو تفسيرات أو شروح أو تنبؤات تتعلق بموضوع " [2] ويمكن البدء في ضوء منهج البحث في جمع المعلومات والبيانات والعمل على تصنيفها ثم تبويبها وتحليلها وصولاً لصياغة النتائج التي يسعى الباحث لتحقيقها، لتقوم بدورها في تفسير، " أو تعميم أو الضبط والتنبؤ العلمي [3]، ويتوقف تحديد نوع المنهج على الأهداف التي يسعى كل بحث إلى تحقيقها .

لذلك سيقوم الباحث باستخدام المنهج الوصفي، لكونه أنسب المناهج لتحقيق أهداف البحث، إذ إن البحث يسعى لفهم دور مواقع التواصل في نشر الشائعات .

خامساً: حدود البحث

تشمل حدود البحث ثلاثة مجالات أساسية هي:

المجال الزماني: اقتصرت المدة الزمنية لحدود البحث لسنة 2022.

المجال المكاني: اقتصرت حدود البحث المكانية بإجراء مكان البحث في جامعة تكريت .

المجال الموضوعي: إن هذا البحث يقتصر على فهم مواقع التواصل الاجتماعي بشكل عام .

المبحث الثاني: نشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي

إن التطور في السنوات الأخيرة التي شهدها العالم أدى إلى تغيير كبير في المجتمعات، مترابطة مع التحولات الواسعة في مجال وسائل الإعلام والاتصال؛ مما أدى ذلك إلى تغيير واسع في أساليب الانتاج، والتوزيع، وإرسال المعلومات وتلقيها، وظهرت تقنيات حديثة من حيث أساليبها وطرق عرضها، وانتشرت بعد ذلك بوساطة خصائص الأدوات الجديدة التي شهدت تحولاً هائلاً في مجال الاتصال، وهنا أصبح الفرد يتبادل عملية الاتصال في وسائل الإعلام الحديث، إذ تبادلت الأدوار من المرسل إلى المستقبل والعكس كذلك. [4]

يمثل ظهور المواقع الاجتماعية من أبرز الشواهد التي غيرت مجرى الاتصال ومفهوم نمطية وصول المعلومات الاتصالية والإعلامية، وأصبح المستخدم في مقام عناصر الاتصال جميعها.

وقد شهد العالم نوعاً جديداً من التواصل الاجتماعي ما بين الأفراد في فضاء إلكتروني واسع، إذ عمل هذا الاتصال والتواصل على تقريب المسافة بين الشعوب؛ مما أدى إلى اندماج الثقافات وارتباطها، " أطلقت تسمية على هذا النوع من التواصل بين الأفراد (مواقع التواصل الاجتماعي)" . [5]

أولاً: مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي:

يسعى الأفراد من القدم إلى الابتكار والتطوير في وسائل الاتصال من أجل تسهيل التواصل مع المجتمعات الأخرى، وقد استخدم الفرد عند " بداية الاتصال الحمام الزاجل لنقل الرسائل إلى مسافات بعيدة، وبعدها استخدم الأسلاك النحاسية، ثم بعدها جاء " الفاكس والهاتف والتلفاز والهاتف اللاسلكي وصولاً إلى المحمول " إذ أسهم ذلك التطور التكنولوجي في التطور في نقل المعلومات بين الأفراد، ثم الوصول إلى الطرق المتعددة من الاتصال ذات السرعة الهائلة التي جعلت العلاقات ما بين الأفراد

قوية في مختلف القطاعات، ويتم ذلك عبر شبكة الإنترنت من خلال استخدام البرامج المختلفة (المحادثات، وغرف الدردشة) وصولاً إلى المواقع الإلكترونية المتعددة، وبعد ذلك أدى إلى ظهور مواقع التواصل الاجتماعي التي جعلت الاتصال والتواصل في معظم أرجاء العالم بسهولة ويُسر .[6]

تعد مواقع التواصل الاجتماعي من أهم وسائل وأدوات الإعلام الجديد، إذ ظهرت في السنوات الأخيرة مصطلحها عبر (الإنترنت) التي تبين نتاج طبيعي أنشئ لإشباع رغبات الأفراد واحتياجاتهم المختلفة وأهمها إقامة علاقات إنسانية بينهم، " والعمل على فتح مجال للحوار التفاعلي المتطور بشكل كبير، وتكون مهمته الأساسية إعادة العلاقات ما بين الجمهور سواء أكانوا زملاءً، أم تجاراً، أم غير ذلك " [7]

وأصبحت مواقع التواصل الاجتماعي، " تعرف بالإعلام الاجتماعي الجديد، إذ يشهد حركة ذات ديناميكية متطورة وسريعة ومنتشرة في أرجاء العالم، إذ كان الاتصال محدوداً بين الأفراد على مساحة محددة وضيقة، ثم تحول بعدها إلى واسع الانتشار، " وقد استطاعت مواقع التواصل الاجتماعي أن تحول الأفكار والأقوال والتوجهات إلى مشروعات جاهزة للتنفيذ، لذا لا نستطيع أن نعد التواصل الذي يتم عبر الشبكات الاجتماعية موضة شبابية يتم تغييرها مع الزمن" [8]

وتعد مواقع التواصل الاجتماعي، من أحدث منتجات تقنية الاتصالات وأكثرها شعبية، فهي تمتلك مجموعة خصائص تميزها عن غيرها من المواقع الإلكترونية؛ ما جعلها أكثر انتشاراً على الإنترنت، وهذا زاد من تشجع متصفحي شبكة الإنترنت من كافة العالم على الأقبال المتزايد لهذه المواقع، أما من الناحية السياسية فقد امتد التطور التقني إليها، " ففي الوقت الذي تتسارع فيه الأحداث وتتدفق فيه المعلومات بشكل تراكمي كبير يجعل من الصعب التحكم فيها، وكذلك احتلت مواقع التواصل الاجتماعي موقعاً متميزاً في سياق تحرير الفرد من مختلف أشكال التسلط والاستبداد السياسي، والتخلص من الضغوط السياسية والاقتصادية والاجتماعية، وأحدثت مواقع التواصل الاجتماعي تطوراً كبيراً في تاريخ الإعلام، وأضحى الإعلام الجديد مؤثراً في الحياة السياسية في المجتمعات، وجاءت لتشكل عالماً افتراضياً بفتح المجال للأفراد والمجتمعات والشخصيات بمختلف أنواعها، لأبداء آرائهم في القضايا والموضوعات التي تهمهم بحرية غير مسبوقة " . [9]

ثانياً : تعريف مواقع التواصل الاجتماعي:

إن لمواقع التواصل الاجتماعي تأثيراً مهماً وكبيراً على الجمهور من خلال عدة دراسات أجريت على المستخدمين من الأفراد المختلفين في جميع أنحاء العالم، لذا يوضح العلماء والمتخصصون الكثير من التعريفات المختلفة التي تبين دور مواقع التواصل الاجتماعي البارز في حياة الأفراد من خلال استغلالها للعواطف وتأثيراتها سواء (العاطفية والمعرفية والسلوكية) إذ

تتمثل هذه في عدة تعريفات نورد بعضها: وتعرفها هند خليفة بأنها هي " تطبيقات تربط الناس بعضهم ببعض وتستفيد من تبادل خبراتهم وأفكارهم " . [10]

وتعرفها نضال على " أنها عبارة عن مجموعة من الأدوات التي ظهرت بسبب وجود شبكة الإنترنت، والتي استطاعت أن تجذب فئة كبيرة من المستخدمين في كافة الأعمار، حيث تمنحهم فرصة التواصل والتفاعل فيما بينهم، وذلك عبر الصور، ومقاطع الفيديو، والصوت بالإضافة إلى الربط مع المواقع الإلكترونية الأخرى، كما أنها أتاحت العديد من المميزات الأخرى التي منحت المستخدم المزيد من الحرية التي أدت إلى استئثار المستخدمين بها " .[11]

أما طاهر أبو زيد فقد عرف الشبكات الاجتماعية " على أنها خدمة تركز على التواصل الاجتماعي بين الأفراد، وتبادل الاتصال والمعلومات بين الأشخاص الذين تجمعهم ميول واهتمامات واحدة، أو الأشخاص الذين لديهم ميول لمعرفة نشاطات واهتمامات الآخرين "[12].

ثالثاً: نشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي وظهورها:

اختلفت آراء الباحثين حول ظهور المواقع الاجتماعية فبعضهم ينسب تاريخها إلى ظهور جهاز الكمبيوتر واندماجه مع الوسائط الأخرى، وبعضهم الآخر ينسبها إلى استخدام شبكة الإنترنت بشكل واسع في التسعينيات من القرن العشرين، " إذ إن أول ظهور لها في نهاية الستينيات وبداية السبعينيات عندما قامت الولايات المتحدة بتحويل الشبكة من النظام العسكري إلى النظام المدني، ويعود الفضل في ذلك إلى العالم (ليوناردو كلينروك)" . [13]

وفي منتصف سبعينيات القرن العشرين ظهرت بعض الوسائل الإلكترونية ذات النوع البدائي، إذ كانت عبارة عن قوائم من البريد الإلكتروني (systems billettin board) وتمثل من أول التقنيات وأهمها التي زادت التفاعل والتعاون الأجتماعي بين الجمهور، كما أسهم هذا التفاعل بين الأفراد في تطوير العلاقات وتوسيعها فيما بينهم، والتي كانت بين علاقات ثابتة ذات أمد طويل، وغالبا ما تتم بوساطة اسماء مستعارة .

وفي منتصف التسعينيات من القرن ذاته بدأت مواقع التواصل الاجتماعي بالشكل المتطور والحديث معززة ذلك " بالطبيعة الاجتماعية للبشر وحاجاتهم للتواصل " [14] ، " وقد ظهر أول موقع من مواقع التواصل الاجتماعي The glpbe.com على شبكة الإنترنت في الولايات المتحدة الأمريكية على شكل تجمعات عام 1994م ، وفي العام الذي يليه ظهر موقع cerocities ومن ثم تلاهما موقع Triped عام 1995م، وركزت هذه المواقع على ربط لقاءات بين الأفراد للسماح لهم بالتفاعل من خلال غرف الدردشة، وتشارك المعلومات والأفكار الشخصية حول مواضيع مختلفة باستخدام وسائل شخصية للنشر عبر الصفحات . [15]

وظهر بعد ذلك موقع هو " classamates.com" الذي نشأ على يد (راندي كونرتد) " ، وأنطلق في سنة 1995 وهو عبارة عن موقع اجتماعي للاتصال والتواصل مع الأصدقاء والمعارف من الروضة حتى الجامعة وكانت عضوية هذا الموقع مجانية " ، وقام هذا الموقع بتقسيم المجتمع الأمريكي إلى عدة ولايات، وكل ولاية تحتوي على المناطق الداخلية، وإن كل منطقة يتواجد فيها عدد من المدارس التي تشترك في الموقع، وباستطاعة الفرد البحث بوساطة هذا التقسيم للوصول إلى المدرسة التي ينتسب إليها، وعند البحث عن اصدقائه أو زملائه يستطيع اضافتهم وترشيح الآخرين لزملائه، والذي أحدث تأثيراً كبيراً على الطلبة في ذلك الوقت، لكن ما كان يعيب على ذلك الموقع هو عدم السماح للأفراد بإنشاء الملفات أو قوائم للأصدقاء الا بعد سنوات أخرى من التطور. ويشير بعض الباحثين إلى أن البدايات الأولى للموقع تعود إلى نهاية التسعينيات إذ ازدادت شعبيته فيها وانتشر شيئاً فشيئاً، ثم بدأت بالظهور بعد ذلك العديد من المواقع التي تسمح بإنتاج وتنزيل مضامين متنوعة [16] .

وظهر أول موقع اجتماعي في سنة (1997) وهو (Sxi Degrees)، الذي أتاح للجمهور ميزة تنزيل مضامين مختلفة، ويمثل الموقع الأول الذي قام بتحديد ورسم الخريطة للعديد من المجموعات ذات العلاقات الحقيقية بين الأشخاص، ويستخدمون اسماءهم الحقيقية، وفي أيار سنة (1997) أطلق الموقع (Sxi Degrees . com) " الذي أخذ اسمه من عبارة (six degrees of separation) أي ست درجات من الانفصال التي أخذت من تجربة (العالم الصغير) لعالم النفس الأمريكي في جامعة هافارد، لستانلي مليغرام "، ويعني ذلك أن كل فرد استطاع أن يرتبط في سلسلة من العلاقات، وتبدأ من الاصدقاء المقربين حتى تصل إلى الدرجة الموالية، " وأتاح الموقع فرصة مهمة وهي وضع ملفات شخصية للمستخدمين عبر الموقع فضلاً عن ذلك إمكانية التعليق على الأخبار المنشورة، كما باستطاعة الأفراد القيام بتبادل الرسائل مع المستخدمين الآخرين، وبالرغم من التطورات التي شهدها الموقع، حيث بلغ عدد مستخدميه أكثر من مليون مشترك، الإ أنه لم يجنِ أرباحاً تذكر، ثم توقف في سنة (2001)، وظهرت مختلف المواقع الاجتماعية في هذه الفترة الإ أنها لم تحقق نجاحاً كبيراً بين عامي (1999 و 2001)، أما في سنة (2002) فقد بدأ الميلاد الواقعي لمواقع التواصل الاجتماعي والتي نعرفها اليوم، " فقد ظهر موقع (Friendster) في مدينة كالفورنيا من مؤسسها (jonathan abrams)، " ويقوم مفهوم الموقع على مجموعة من الأصدقاء، فضلاً عن التقنية المتعددة للأفراد على شبكات التواصل الاجتماعي بوساطة المجتمعات الافتراضية، من صور وملفات الأصدقاء والأفراد، ويستخدم على نطاق واسع في آسيا، وقد اتيح بلغات عديدة منها (الإنجليزية، والصينية، واليابانية، والكورية، والإسبانية) " . [17]

ويقول عبد الله الرعود أن هذه المواقع كان اعتمادها في الأساس على شبكة الإنترنت فضلاً أنها عن ذلك تسمح للأفراد باستخدامها في مجموعة خيارات متمثلة في ما يأتي: [18]

1. إنشاء ملف قد يكون (خاص أو عام) للجمهور يكون ضمن أطار محدد.
2. بيان لائحة الأفراد المستخدمين الذين يشتركون مع بعضهم.
3. عرض داخل النظام قائمة الاتصال وما قام به الآخرون.

وظهرت شبكة (skrock) في النصف الثاني لسنة (2002) في فرنسا كمنصة لتدوين الموضوعات، ثم تطورت بعد ذلك وتحولت إلى شبكة اجتماعية بشكل كامل في سنة (2007) ،" وقبل ظهور موقع فيسبوك أنشأ العالم الإمريكي توماس اندرسون موقع (MY SPACE) في سنة (2003)، وأن أهم ما يقدمه هذا الموقع هو الملفات الشخصية الذي يسمح للمستخدمين بعمل خلفيات أصلية، وعرض الشرائح وتضمينها، وإتاحة مشغلات الصوت والصورة، إضافة إلى حرية التدوين، وفي معظم الأحيان يعتبر بمثابة موقع للموسيقيين" . [19]

أما " الفرق الموسيقية التي استخدمت موقع (MY SPACE) مثل (India rock) الذي كان أحد اسباب نجاح الموقع، وبالرغم من التطور الذي شهده موقع (MY SPACE) إلا أنه لم يكن المصدر الوحيد لنموه، فقد كانت العلاقات التكافلية التي ساعدت الموقع على الانتشار والنهوض من قبل الفرق الموسيقية والمعجبين ، وكذلك شمل هذا التوسع ليصل إلى مستخدمين موقع (Friendster)، " كان للفرق والمعجبين النشطين منافع متبادلة، حيث الفرق ترغب أن تكون قادرة على الاتصال بالمعجبين في حين المعجبون يتشوقون إلى الاهتمام من طرف فرقهم المفضلة"، وحضي موقع (MY SPACE) بشعبية قوية وكبيرة في بدايته، وأعتبر من أكثر المواقع استخداما في الشبكات الاجتماعية، ثم تراجع هذا الموقع شيئاً فشيئاً في سنة (2004) بعد ظهور موقع الفيس بوك " . [20]

منذ سنة (2000)، أصبحت المواقع الاجتماعية وشبكاتها من مواقع وتطبيقات جديدة مترابطة للجمهور، فضلاً عن ذلك فقد ازداد عدد المشتركين، وازداد الإعجاب بخدماتها التي تقدمها للجمهور بشكل واسع؛ واسهمت تلك العوامل بشكل واضح في التطور التكنولوجي واستخدام وسائط التواصل الاجتماعي، وأدى ذلك إلى التطور في العالم بأسره ليوضح لنا مجتمعاً افتراضياً جديداً.

الشائعات (مفهومها - تطورها – أنواعها – وخصائصها)

تكثر الشائعات في أوقات الأزمات، وعندما تقل الأخبار التي تبثها وسائل الإعلام الحكومية وعادة ما يكون مصدرها جهات معادية أو مناوئة تسعى للاستفادة منها في تحقيق غايات وأهداف وضعها مطلقوها لدى الجهات المستهدفة بها، إنها كالسم في الدسم تقتل دون أن يدرك من تطاله حدتها. ومن المسلَّم به أن الشائعة أشد فتكاً ودماراً للفرد والمجتمع من أسلحة الدمار الشامل، هدفها العقول لا الأجساد، ببساطه تخترق العقل لا الجسد، وخصوصاً عندما تصل لأشخاص جاهلين أو غافلين، لا يستطيعون تمييز الغث من السمين، وخصوصاً في هذا العصر عصر تكنولوجيا المعلومات والاتصال حيث تنتشر المعلومات (بلا حسيب ولا رقيب) كانتشار النار في الهشيم، وحيث أصبحت المعلومات والشائعات صناعة تقوم بها مراكز أبحاث ووسائل إعلام متخصصة وسنتطرق في هذا المبحث للشائعات.

أولاً: مفهوم الشائعة وتعريفها والتطور التاريخي

التطور التاريخي للشائعة:

الشائعة ليست وليدة اليوم، بل هي من الظواهر الاجتماعية الموجودة والمتجددة ومؤثرة في أغلب الحضارات والثقافات عبر التاريخ[21]، لأنها أحاديث يومية يتناولها الناس بصور متعددة، ولها أهداف وأغراض ووسائل نقل حسب المجتمع والبيئة التي تسود فيها، والشائعة قديمة قدم التاريخ البشري، فمنذ القدم عرف رجال الدين والسياسة ورجال الحرب الأقوال والأفعال التي تدفع الإنسان وتحركه[(22)].

وترتبط الشائعة ارتباطاً كبيراً بالحرب النفسية التي أرضى فيها الإنسان في العدوان والتوسع على حساب بقية الأفراد، وقد نلاحظ أهتمام علماء الدين ورجال السياسة بالحرب من أجل تحريك الجمهور وتغيير سلوكه[(23)]،" وتعود أول كتابة حول الحرب النفسية والشائعات للقائد العسكري الصيني "صن تزوا" الذي عاش في القرن 15 قبل الميلاد الذي دعا إلى تطبيق هذا النوع من الحرب بشكل نظامي ومخطط، وأكد أهمية تحطيم إرادة القتال لدى العدو باستخدام عنصر المفاجأة وإشاعة الخيانة العظمى بين القيادات العليا"[(24)].

أما من ناحية أشهر الشائعات فنجد التي انتشرت عبر التاريخ أنه عندما أحرق نيرون روما، ثم أطلق بعد ذلك الملك نيرون ((ملك روما)) شائعة مضادة اتهم فيها المسيحيين أنهم هم من أحرقوا روما؛ مما دعا ذلك إلى غضب الجماهير وأصبح الرأي العام ضدهم، أما في القرون الوسطى فيعد المغول أشهر من استخدم الشائعات، إذ ساهمت الشائعات في انتصاراتهم باستمرار، لما أحدثته من قلق ورعب في نفوس المسلمين، وتعتبر الجاسوسية أيضاً أحد أساليب الحرب النفسية التي برع فيها المغول وأتقنوا استخدامها. أما في العصر الحديث فهناك عدة شائعات انتشرت ومنها "الألمان في الحرب العالمية الأولى مفادها أنهم يقومون بقطع أيدي

الأطفال، وبأنهم يعملون على غلي جثث الموتى لصناعة الصابون منها. في الجانب المقابل انتشرت في صفوف الألمان شائعة مفادها أن الحلفاء يستخدمون أناس من أكلة لحوم البشر، والغوريلات من أفريقيا وآسيا"[25].

ويعتبر استخدام الشائعات خلال مرحلة الحرب العالمية الأولى التي امتدت بين (1914-1918) البداية الحقيقية لاستخدام الشائعات بطريقة منظمة [26]، فضلاً عن ذلك تم تأسيس قسم الدعاية ضد العدو في بريطانيا مع دخول أمريكا إلى الحرب، ثم بعد ذلك تم تأسيس جمعية لنفس الهدف احتوت على دول عدة منها (بريطانيا، وفرنسا، وايطاليا، وأمريكا)، والهدف الأساسي خرق الجبهة الداخلية للأعداء وإضعافها من خلال الشائعات التي تُعد احد أهم وسائل الحرب النفسية التي تحولت إلى منهج مخطط ومنظم من أجل نشر الرعب والتفرقة والكراهية بين الجمهور [27].

ثانياَ: تعريف الشائعة

الشائعة لغةً: تعرف الشائعة لغةً أنها خبر مكذوب غير موثوق فيه وغير مؤكَّد، ينتشر بين النَّاس[28].

- ورد في لسان العرب لأبن منظور: شاع الخبر في الناس يشيع شيعاً وشيعاناً وشيوعه، فهو شائع انتشر واخترق وذاع وظهر، وأشاعه هو أشاع ذكر الشيء وأظهرهُ، وقولهم هذا خبر شائع، وقد شاع في الناس معناه قد اتصل بكل أحد فأستوى علم الناس به، ولم يكن علمه عند بعظهم دون بعض. [29]
- تأتي الشائعة من الفعل شاع وأصله شيع ويكون على "وزن فعل"، " والشائعة " في اللغة هي الإظهار والنشر، وذلك يصدق ما هو صادق ويكذب ما هو كاذب، وأيضاً تعني الاراجيف، وأصل كلمة الرجف هي الحركة والاضطراب .[30]

الشائعة اصطلاحاً: وتعددت التعريفات لمفهوم الشائعات ومنها:

الشائعات حسب المعنى العام هي الأخبار الكاذبة أو المسيئة لفرد أو جماعة أو دولة وهي تقصد الترويج لشيء غير حقيقي [31] ، ويطلق على عملية أطلاق الشائعات ونشرها بالإرجاف، فالإرجاف هو أشاعه الأخبار الكاذبة المسيئة، وهو مشتق من الرجف والرجفان هو الاضطراب والتزلزل، فالمرجفون قوم يتلقون الأخبار فيتحدثون بها في المجالس والنوادي ويخبرون بها من يسأل ومن لا يسأل، ومعنى الإرجاف هنا أنهم يرجفون بما يؤذي الآخرين لإيقاع الشك في نفوس الناس والخوف وسوء ظن بعضهم وأتباعه [32] وهم الذين قال الله تعالى فيهم (أذا جاءهم أمر من الأمن أو الخوف أذاعوا به) [33] ، وقد ورد العديد من التعاريف يمكن الإشارة لبعضها كما يأتي:

1. أنها كل قضية أو عبارة يجري تداولها شفهيا وتكون قابلة للتصديق وذلك دون أن تكون هناك معايير أكيدة، لصدقها أي معلومة لا يتم التحقق من صحتها ولا من مصدرها وتنتشر عن طريق النقل الشفوي [34].

2. لمختار التهامي على أنها الترويج لخبر مختلق لا أساس له في الواقع أو تعمد المبالغة أو التهويل أو التشويه في سرد خبر فيه جانب ضئيل من الحقيقة وذلك بهدف التأثير النفسي في الرأي العام المحلي أو الإقليمي أو العالمي أو النوعي تحقيقا لأهداف سياسية اقتصادية أو عسكرية على نطاق دولة واحدة أو عدة دول أو النطاق العالمي بأجمعه . [35]
3. عرفت من قبل الآخرين بأنها مضمون اتصالي غير مثبت ينتقل عادة بالكلمة المنطوقة في مواقف الكبت أو القلق وخاصة في المواقف التي تشتد بها الحاجة إلى المعلومات ولا تتوفر القنوات الصادقة التي يمكن الركون إليها. [36]
4. التعريف الأخير فيتناول الشائعة في منظور ميشال لويس روكيت الذي عرفها في عام 1951 بأنها تدل على تقرير غير متحقق ينتقل من شخص إلى شخص ولها علاقة في موضوع أو حدث أو مسالة تلقي اهتماما عاما [37].

إن هذا التعدد في التعاريف إلى إن كل تعريف يركز على خصيصة أو خصائص يرجع معينة في الشائعة دون غيرها من الخصائص الأخرى وبالجمع بين هذه التعاريف يمكن الركون إلى تعريف للشائعة بأنها خبر مجهول المصدر غير مؤكد الصحة يتم تداوله شفاها عادة قابل للتصديق والانتشار بشكل تلقائي دون إن يتأكد ناقل الخبر من صدقية هذا الخبر، بينما الشائعة تنتشر بشكل قصدي أي بفعل فاعل على الأقل في مراحلها الأولى هذا الفاعل كذب الخبر فالشائعات صورة من صور الحرب النفسية بل هي الحرب النفسية التي عرفها الإنسان من أقدم العصور في أبسط صورها ونماذجها، وإن تبلورت معالمها بوضوح خلال الحرب العالمية الثانية [38].

ثالثاً: آثار إطلاق الشائعات في المجتمع:

تتعدد الآثار المترتبة على إطلاق الشائعات في المجتمع وذلك حسب عوامل متعلقة بدرجة تماسك أو تفكك المجتمع، ومستوى التعليم والوعي لدى أفراده، ومستوى تواصل جهات القرار مع الأفراد، وقدرتها على كشف الغموض الذي تسببه نقص المعلومات وبالتالي فإن إطلاق وانتشار الشائعة لهما تداعيات كبيرة، وتترك أثراً سيئاً في نفوس الأفراد حتى لو تم إطلاقها على سبيل المزاح، ومن تلك الآثار:

- **التأثير النفسي:** يكون الفرد الذي يعيش في مجتمع تنتشر فيه الشائعات بشكل كبير معرضاً للأمراض النفسية مما يعكر مزاجه ويشتت تفكيره عن أعماله ونشاطاته المشروعة [39].

- **التأثير الاجتماعي** [40]: تكمن خطورة الشائعات في انتشارها على مستوى المجتمع ككل حيث تكون موجهة لتؤثر على وحدة المجتمع وترابط مكوناته، كما تؤدي لتدني المعنويات، وإثارة نوع من الشك في المجتمع، وبعد مرور فترة زمنية طويلة قد لا يثق الشخص بأي معلومة تدور في المجتمع حتى لو كانت موثوقة لتدني المعنويات وعدم توضيح الحقائق عن الشائعات السابقة[41]،

فالشائعة هي وسيلة البلبلة الفكرية وغسل الدماغ للسيطرة على الاتجاهات الشعبية وزعزعة التماسك الاجتماعي، لذا تعتبر الشائعة من أخطر الأسلحة الفتاكة بالفرد والمجتمع على حد سواء.

– **بث طاقات سلبية في المجتمع[42]:** فالشائعات بسبب تدني الروح المعنوية مما يسهم في صعوبة معرفة الأفراد لحقائق المعلومات والصعوبة في تصديق تلك المعلومات، وبالتالي تفكك المجتمع وشعور أفراده بالخطر، خاصةً إذا كانت الشائعة متعلقة بالعقيدة والقيم والروابط الاجتماعية، وهذا يسوق إلى تزعزع قيم الفرد في حالة استمرار الشائعة دون نفيها من مصدر رسمي، مما يؤثر على مصداقية الرأي العام، وسيادة الروح السلبية في المجتمع، وقد يؤدي ذلك كله إلى توليد الرغبة عند الأفراد بإيذاء النفس والعزلة داخل المجتمع والاكتئاب، وقد يصل الأمر إلى حد اتخاذ إجراءات عدوانية ضد المجتمع من قبل الفرد كتخريب الممتلكات العامة وغيره.

– **التأثير السياسي:** فالمجال السياسي هو البيئة المناسبة والخصبة لانتشار الشائعات بين الأفراد، فتؤثر على مختلف مجالات الاتصال السياسي بينهم، كالمناقشات السياسية والتغطيات الإخبارية الإعلامية، واتخاذ القرارات، كما تستهدف الشائعات مجالات الانتخابات المختلفة، فتعمل على تشويه سمعة الخصوم السياسية، ومما يزيد من قوة وانتشار الشائعة هو الرد عليها[43].

– **التأثير الاقتصادي:** فالاقتصاد هو الجانب الأهم في الحياة، وتأثير الشائعات على الجانب الاقتصادي قد يأخذ صوراً متعددة حسب طبيعة المجال الاقتصادي التي توجه إليه، وقد تستخدم نشاط معين، وتعتبر سوق الأسهم من أكثر الأسواق عرضة للشائعات، بسبب انعدام الشفافية حول أرباح الأسهم وخسائرها، وانعدام الثقافة الاقتصادية في هذا المجال لدى الأفراد، ويكون تأثيرها يسبب زيادة في معدلات البطالة.[44]

المبحث الثالث

إجراءات البحث

اقتضت طبيعة الدراسة الإعتماد على المنهجي الوصفي أجل تحقيق أهدافها والتوصل إلى النتائج التي تحقق رصانة الدراسة العلمية، وقد بين الباحث في الفصل المنهجي ما يأتي:

دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات:

أحدثت مواقع التواصل الاجتماعي طفرة ليس فقط في مجال الاتصال بين الأفراد والجماعات بل في نتائج وتأثير هذا الاتصال، فقد نقلت الإعلام إلى آفاق غير مسبوقة، ومنحت مستخدميه فرصاً كبيرة للتأثير والانتقال عبر الحدود بلا رقابة، وفي السنوات القليلة الماضية غيّرت الإنترنت عادات مستخدميها الشباب بسبب الانتشار الواسع لمواقع الشبكات الاجتماعية والتي

جعلتهم المتحكمين في طبيعة المحتوى المنشور بشكل جعل هذا المحتوى منافساً لمحتوى وسائل الإعلام التقليدية، وهو ما أعطى أولوية للمضامين التي ينشرونها ويتبادلونها مع الآخرين بدرجة عالية من الحرية بدلاً من الاستخدام القاصر على متابعة ما تقدمه شبكة الإنترنت من مضامين.

ورغم أن شبكات التواصل الاجتماعي ساهمت في ظهور ما يعرف بـ"المواطن الصحفي""، فإن عدم توثيق الأخبار، وصعوبة التحقق من صحتها، وسلامة مصادرها قد أسهم في جعل شبكات التواصل الاجتماعي أداة فاعلة في نشر الشائعات وسهولة تداولها، ومن ثمّ تصديقها والاعتقاد بصحتها، وبناء الأفكار والرؤى على أساسها.(45)

وتلعب البيئة الإلكترونية دوراً بارزاً في خلق الشائعات ونشرها، وحتى دعم القائمين عليها، لما توفره من إمكانيات وخدمات سهلة، المنال الأمر الذي زاد من خطورة هذا النوع من الشائعات واتساع نطاقها من المحلي إلى الإقليمي ثم الدولي، إذ تعدى تهديدها الأمن الوطني ليشمل أمن المجتمع الدولي بأسره مع اختلاف الغايات التي تقف وراء تلك الشائعات. (46)

وأحدثت شبكات التواصل الاجتماعي خلال السنوات الأخيرة طفرة نوعية من حيث استقطاب أعداد هائلة من المستخدمين باختلاف فئاتهم العمرية ومستوياتهم الثقافية والاجتماعية لما تحتويه من مضامين مواضيع متعددة ومتشعبة في مختلف المجالات والاختصاصات، وأصبحت هذه الشبكات الاجتماعية تمثل مصدراً مهماً للمعلومة غير أن الإشكال الذي بات يطرحه الانفجار المعلوماتي على مواقع التواصل الاجتماعي هو مصداقية وحقيقة ما يبث وينشر عبرها، ويع الفيسبوك واحداً من أكبر مواقع التواصل الاجتماعي استخداماً، ويعد بالنسبة للكثيرين مصدر الأخبار الأول من حيث الاطلاع والتصفح اليومي بغض النظر عن طبيعة ومصداقية تلك الأخبار، غير أن ما يدعو للتساؤل إمكانية التمييز بين الأخبار والمعلومات التي تملأ صفحات الفيسبوك ومختلف الشائعات التي تنشر بشكل دوري من طرف رواد الفيسبوك(47).

قائمة المصادر والمراجع:

(1) د . مختار ابو بكر : أسس ومناهج البحث العلمي ، القاهرة ، نيو لينك الدولية للنشر والتدريب ، 2016 ، ص 21 .
(2) أ.د سعد سلمان المشهداني : مناهج البحث الإعلامي ، ط2 ، دولة الامارات العربية المتحدة – الجمهورية اللبنانية ، دار الكتاب الجامعي ، 2020 ، ص 42 .
(3) محمد عبد الحميد : البحث العلمي في الدراسات الإعلامية ، القاهرة ، عالم الكتب ، 2004 ، ص 15 .
4() رضوان بلخيري : الإعلام الجديد - مرحلة من التنافس توسيع الاستخدام وتجسيد المصطلح ، بحث منشور ، مجلة علوم الانسان والمجتمع ، الجزائر ، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية - جامعة بسكرة ، العدد 12 ، 2014 ، ص 50 – 51 .
5() محمد المنصور : تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين - دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الالكترونية العربية أنموذجا ، رسالة ماجستير (غير منشورة) ، كلية الآداب والتربية ، قسم الإعلام والاتصال ، الاكاديمية العربية في الدنمارك ، 2012 ، ص 25 .
6() حنان الشهري : أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية على العلاقات الاجتماعية – الفيس بوك وتويتر انموذجاً ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية الآداب والعلوم الانسانية ، جامعة الملك عبد العزيز ، جدة ، 2010 ، ص 6 .
7() أماني جمال مجاهد : استخدام الشبكات الاجتماعية في تقديم خدمات مكتبية متطورة ، مجلة دراسات المعلومات ، بحث منشور ، العدد الثامن ، 2010 ، ص 2 .
8() جبريل بن حسن العريشي ، سلمى بنت عبد الرحمن محمد الدوسري : الشبكات الاجتماعية والقيم ، ط1 ، عمان ، الدار المنهجية للنشر والتوزيع ، 2015 ، ص 19 .
(9) . حاتم العلاونة : دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحفيز المواطنين على المشاركة في الحراك الجماهيري , دراسة مقدمة للمؤتمر العلمي السابع عشر بعنوان " ثقافة التغيير " جامعة اليرموك , كلية الإعلام , عمان , 2012 , ص 2 .
10() هند الخليفة : نظم إدارة التعليم الالكتروني إلى بيئات التعلم الشخصية - عرض وتحليل ، ملتقى التعليم الالكتروني الأول ، الرياض ، المملكة العربية السعودية ، 2008 ، ص 22 .
11() نضال بربخ : اعتماد النخبة السياسية الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات ، رسالة ماجستير (غير منشورة) ، غزة – فلسطين ، كلية الدراسات العليا ، الجامعة الاسلامية ،2015 ، ص 102 .
12() طاهر أبو زيد : دور المواقع الاجتماعية التفاعلية في توجيه الرأي العام الفلسطيني وأثرها على المشاركة السياسية ، رسالة ماجستير (غير منشورة) ، غزة – فلسطين ، كلية الاقتصاد والعلوم والادارة ، جامعة الأزهر ، 2012 ، ص 62 .
(13)نسرين عيش : ظهور الإنترنت ، مقالة نشرت على الرابط mawdoo3.com ، تاريخ الزيارة ، 15 / 7 / 2019 .
14() سهيلة بو عمر : الاتجاهات النفسية الاجتماعية للطلبة الجامعيين نحو شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك ، رسالة ماجستير (غير منشورة) ، الجزائر ، جامعة بسكرة ، 2014 ، ص 81 .
(15) . عبد الكريم الدبسي , وزهير الطاهات : دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الاردنية , مجلة الدراسات , الجزء 40 , العدد 1 , 2013 , ص 70 .
16() عبد الله ممدوح مبارك الرعود : دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين ، رسالة ماجستير غير منشورة ، عمان ، جامعة الشرق الأوسط ، كلية الإعلام ، 2012 ، ص 47 .
17() د . عبيدة صبطي : الإعلام الجديد والمجتمع ، جمهورية مصر العربية ، المركز العربي للنشر والتوزيع ، 2018 ، ص 56 – 57 .
18() عبد الله ممدوح مبارك الرعود : مصدر سابق ، ص 31.
19 () دحام عصام رعد : الإعلان الالكتروني ودوره في تغيير السلوك الشرائي للسلع في موقعي الفيسبوك والانستغرام – دراسة ميدانية لمدينة تكريت ، رسالة ماجستير (غير منشورة) ، جامعة تكريت ، كلية الآداب – 2019 ، ص 105 – 107 .
20() د . عبيدة صبطي : مصدر سابق ، ص 57 – 58 .
21 صفاء عباس عبد العزيز إبراهيم : الاشاعة وأثرها على الفرد والمجتمع، مجلة البحث العلمي في الآداب، العدد20، الجزء 8، جامعة السودان المفتوحة، الخرطوم، 2019 ، ص 5.
22هدى عبد الحميد : الشائعات آفة تنخر المجتمع. وأخطر من "كورونا، ندوة صحيفة الوطن، تاريخ الزيارة 2021/12/14 على الرابط: https://alwatannews.net/article/902203/Bahrain/
23 أحمد نوفل : الإشاعة، عمان ، دار الفرقان للنشر ، 1983 ص18.
24 عبد الرحمن ناصر الهزاع :الحرب النفسية في عصر النبوة، رسالة ماجستير، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، كلية العلوم الإسلامية، السعودية، 1991 ، ص12.
25 بطرس الحلاق، مصدر سابق، 62.
26 سعيد أحمد : الحرب النفسية وتأثيرها على نتائج الحروب الحديثة: اليمن، صحيفة أكتوبر، السنة الأربعون،2008 ، العدد

14242، ص 361.
27 وهيب الكبيسي وآخرون : الحرب النفسية وأساليب مواجهتها، مجلة حوليات الإعلام، العدد 3، مطبعة الاقتصاد، بغداد، 1983 ، ص151.
28 معجم المعاني الجامع، تاريخ الزيارة بتاريخ 2021/12/14 على الرابط: https://www.almaany.com/
(29) . جمال الدين محمد ابن منظور : لسان العرب : الجزء الأول , عمان , دار الراية للنشر والطباعة والتوزيع , 2009 , ص18 .
(30) . هاني الكايد : الاشاعة المفاهيم والأهداف والاثار , عمان , دار الراية للنشر والطباعة والتوزيع , 2009 , ص19 .
31 محمد أبو زهرة : العقوبة ، القاهرة ، دار الفكر العربي ، 1976 ، ص 33 .
32 أيسر التفاسير لأبي بدر الجزائري : تفسير سورة الأحزاب (6. - 61).
33 القرآن الكريم : سورة النساء - آية 83.
34 صبري محمد خليل أستاذ الفلسفة : جامعة الخرطوم ، الإشاعة تعريفها وأنواعها وعوامل انتشارها ، تاريخ الزيارة 20 / 4 / 2022، https///dr.sabrukhalil.wordpress.com.
35 مختار التهامي : الرأي العام والحرب النفسية ، القاهرة ، دار المعارف ، 1974 ، ص 103.
36 احمد أبو حجاب : الحرب النفسية ، جمهورية مصر العربية – سوهاج ، دار النشر والتوزيع – جمهورية مصر العربية – سوهاج ، 2005 ، ص 19 .
37 ميشال لويس روكيت : الشائعات ، ترجمة وجيه اسعد ، ط1 ، دمشق ، دار البشائر ، ١٩٩٤ ، ص 13 – 14.
38 هاني الرضا ورامز عمار : الرأي العام والإعلام والدعاية ، بيروت ، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع ، 1988 ، ص 214.
39 عبد القادر بن عبد الله الفتوح : الشائعات من المنظور التقني في عصر المعلومات، بحث منشور في كتاب الشائعات في عصر المعلومات، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض ، 2003، ص170.
40 أحمد عبد العزيز الأصفر: العوامل النفسية والاجتماعية لانتشار الشائعات وكيفية الوقاية من مخاطرها، بحث مقدم في الندوة العلمية حول مجابهة الشائعات، مركز الدراسات والبحوث، قسم الندوات واللقاءات العلمية، جيبوتي، ، 2010 ، ص16.
41 عبد الفتاح عبد الغني الهمص و فايز كمال شلدان : الأبعاد النفسية والاجتماعية في ترويج الإشاعات عبر وسائل الإعلام وسبل علاجها من منظور إسلامي، مجلة الجامعة الإسلامية للبحوث الإنسانية، غزة، العدد2، 2010، ص 145- 147.
42 أشواق عباس : العلاقات الإعلامية والاعلانية: الجامعة الافتراضية السورية، دمشق، 2020، ص 99-100.
43 أسامة بن غازي المدني : دور شبكات التواصل الاجتماعي في ترويج الشائعات لطلاب الجامعات السعودية، تويتر أنموذجاً، مجلة العلوم الاجتماعية ، جامعة ام القرى، المجلد 9، 2017، ص23.
44 نايف بن محمد المرواني : الشائعات وآثارها في بنية المجتمع وتماسكه، بحث مقدم في الندوة العلمية حول مجابهة الشائعات، مركز الدراسات والبحوث، قسم الندوات واللقاءات العلمية، جيبوتي، 2010 ، ص22.
45 شريف اللبان، سالي الشلقاني : آليات التصدي وكيفية المواجهة- شبكات التواصل الاجتماعي والشائعات، تاريخ الزيارة 2022/3/11 على الرابط: http://www.acrseg.org/40856
46 نبيلة رزاقي : تجريم نشر وترويج الشائعات الإلكترونية عبر مواقع التواصل الاجتماعي- دراسة من منظور القانون الجزائري والمصري، المجلة الأكاديمية للبحث القانوني، العدد1، 2021 ، ص 375- 393.
47 نصر الدين مزاري، مصدر سابق، ص213.