

## دور الشائعة الالكترونية في تكوين الازمات المجتمعية دراسة ميدانية للطلبة الجامعيين طلبة كلية الاسراء نموذجا

د. وداد نجم عبود الدوغجي\*

### المستخلص

تعد وسائل التواصل الاجتماعي احدى الأدوات التي يتم استخدامها لتداول المعلومات والايخبار التي يمكن ان تحتوي بعضا من الاخبار الزائفة التي تسبب تكوين الازمات، وهو الامر الذي يستدعي البحث والتحليل، اذ نجد ان معدل انتشار الشائعة المسيبة للازمات يتناسب طرديا مع التقدم التكنولوجي وخاصة عند ظهور مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي، وبخاصة مع امكانية بث الشائعات بسهولة لوجود مزايا التخفي في تلك المواقع لتحقيق الاهداف المعدة سلفا وهي بث الاشاعة وزعزعة الامن والثقة بين الجمهور. اذ يسعى البحث الى معالجة مشكلة دور الشائعة الالكترونية في تكوين الازمات المجتمعية من وجهة نظر الشباب الجامعي وتحديد انسب الاساليب للحد من انتشارها وتصاعدها.

اذ استخدمت الباحثة المنهج المسحي لتحقيق اهداف البحث، بشقيه الوصفي والتحليلي الذي يهدف الى مسح الظاهرة المبحوثة، وينتمي هذا البحث الى نوع البحوث الوصفية التي تهدف الى وصف الظاهرة، وحدت الاستبانة كاحدى الادوات للوصول الى نتائج البحث التطبيقية، ونظرا لصعوبة الوصول الى مجتمع البحث بأكمله قامت الباحثة بسحب عينة عشوائية بسيطة من الطلبة المتواجدين بصورة فعلية في المجتمع المحدد، وبعد اجراء الخطوات المنهجية والاجرائية للبحث توصلت الباحثة الى مجموعة من النتائج النظرية والتطبيقية منها تعدد الاساليب لمواجهة الازمة بين الاساليب التقليدية والاساليب غير التقليدية التي تحدد وسائل وفقا لنوع الازمة التي تحدثها الشائعة وقد حددت الاساليب التقليدية بأسلوب انكار الازمة، وتأجيل ظهورها، والسماح للضغوط الداخلية للازمة بالظهور، وتفريغ الازمة بعزلها عن القوى الفاعلة لآخامدها، اما الاساليب غير التقليدية فتتمثلت بتكريس مجموعة البرامج الاعلامية، واستخدام اسلوب المشاركة الديمقراطية واحتواء الازمة وتصعيدها او تفريغها من مضمونها من اجل تفكيكها واستخدام اسلوب التدمير الذاتي للازمة وعلان الوفرة الوهمية وتحويل مسار الازمة من اتجاه الى اخر، ثم تبع النتائج تعيين مجموعة من الاستنتاجات والتوصيات.

**The role of electronic commons in creating community crises  
A field study for university students - students of Israa College model**

\* كلية الاسراء الجامعة الأهلية قسم الإعلام

## Abstract

The means of social communication is one of the tools that are used for trading information and news that can contain some of the false news that causes the formation of crises. This requires research and analysis, as we find that the prevalence of common causes of crises directly proportional to technological progress, especially when the emergence of sites and applications Social communication, especially with the possibility of spreading rumors easily to the existence of the advantages of hiding in those sites to achieve the goals prepared in advance is spreading rumors and undermine the security and confidence among the public. The research seeks to address the problem of the role of electronic common in the formation of community crises from the point of view of university youth and determine the most appropriate methods to reduce the spread and escalation.

The researcher has used the survey method to achieve the objectives of the research, both descriptive and analytical, which aims to survey the phenomenon investigated. This research belongs to the type of descriptive research that aims to describe the phenomenon, and limited the questionnaire as one of the tools to reach the results of applied research, The researcher draws a simple random sample of the students who are actually present in the specific society.

After conducting the methodological and procedural steps of the research ,the researcher has reached a set of theoretical and applied results, including a variety of methods to deal with the crisis between traditional methods and non-traditional methods, which determine the means according to the type of crisis that the participants are experiencing. The traditional methods have been defined in the manner of denying the crisis, delaying its appearance, allowing the internal pressures of the crisis to emerge and relieving the crisis by isolating it from the forces.

The non-traditional methods are to dedicate the group of information programs, and the use of the method of democratic participation and contain the crisis and escalation or emptying of its content in order to dismantle and use the method of self-destruction Of the crisis and the declaration of delusional abundance and turn the course of the crisis from one direction to another, and then followed the results set a set of conclusions and recommendations.

## الاطار المنهجي والاجرائي للبحث

أولاً: مشكلة البحث: تعد الشائعة الالكترونية احدى التحديات المجتمعية المعاصرة التي تسهم في صناعة الازمات والتي برزت اثر تعاضم دور شبكة الانترنت في مجال تداول المعلومات المكتوبة والمصورة والفيديوية بلا حدود او قيود خاصة في ظل تنامي " المواطن الصحفي " الذي يفتقد الى

الاقتران والمهنية في مجال التداول الاخباري والمعلوماتي مما ادى الى ظهور مشكلة الاشاعة المقصودة التي تعد احدى اساليب الحرب النفسية والاشاعة غير المقصودة التي يتداولها المستخدمون في مواقع التواصل الاجتماعي، وهو الامر الذي يستوجب البحث والدراسة، اذ تكمن مشكلة هذا البحث بالإجابة عن التساؤلات الآتية:

1. أي المواقع اكثر ترويجاً ونشراً للشائعات الالكترونية المسببة للآزمات المجتمعية؟
2. ما انواع الآزمات التي احدثتها الشائعات الالكترونية المنتشرة في المواقع والتطبيقات الاجتماعية؟
3. ما الاسباب التي تدع وتداول وانتشار الشائعات الالكترونية المسببة للآزمات من المستخدمين في المواقع؟
4. ما اساليب الحد من انتشار الآزمة او التقليل من حدتها وتساعدتها المستخدمة من قبل وسائل الاعلام؟.

**اهمية البحث:** تنطلق الاهمية العلمية لهذا البحث من اهمية موضوع الشائعة ومخاطرها، بعدها احد الاساليب المهمة في الحرب النفسية والتي توصف بتأثيرها السلبي على جميع النواحي الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والتي يمكن اللجوء إليها بوعي مخطط ومنظم لتحقيق اهداف محددة مسبقا تستهدف امن الدولة او الرأي العام او الجانب الاقتصادي او السياسي للدولة وتنطلق الاهمية المجتمعية للبحث من اهمية دراسة الفئة التي تمثل الشباب وبالذات الشباب الجامعي، الذين يمثلون الفئة الاكثر استخداما لمواقع التواصل الاجتماعي، والاكثر تفاعلا وتداولاً للمعلومات والاخبار.

**اهداف البحث:** تكمن اهداف البحث في الآتي:

1. تحديد مدى انتشار الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي واي المواقع ترويجاً لها.
2. معرفة انماط الآزمات التي تسببها الشائعات المنتشرة في مواقع التواصل الاجتماعي.
3. تشخيص الاسباب التي تدع والى انتشار الشائعات المحدثه للآزمات من وجهة نظر المستخدمين في مواقع التواصل الاجتماعي.
4. تعيين الاساليب التقليدية وغير التقليدية التي تتبعها الوسائل الاعلامية للحد من انتشار الآزمة او التقليل من حدتها وتساعدتها.

**المفاهيم والمصطلحات:**

1. **الشائعة:** هي خبر او مجموعة من الأخبار الزائفة التي تنتشر في المجتمع بشكل سريع وتداولها بين العامة ظناً منهم في صحتها، ودائماً ما تكون هذه الأخبار شيقة ومثيرة.
2. **الآزمات المجتمعية:** ظاهرة تنشأ نتيجة انتشار الاخبار الكاذبة او المهولة تسهم في بث الرعب والخوف بين الجمهور وقد تصل اثارها لاحداث الكوارث داخل المجتمع.
3. **مواقع التواصل الاجتماعي:** تطبيقات اجتماعية تتيح حرية التبادل في المعلومة ونشرها ونقلها ونسخها والتعديل عليها والتفاعل معها.

**منهج البحث ونوعه:** استخدمت الباحثة المنهج المسحي، بشقيه الوصفي والتحليلي، اما نوع البحث فه وينتمي الى البحوث " الوصفية " التي تهدف الى وصف الظاهرة وصفا كمياً.

**مجتمع البحث وعينته:** تمثل مجتمع البحث بالطلبة الجامعيين في كلية الاسراء بأقسامها كافة، ونظرا لضيق الوقت وقلة الامكانيات، ولصعوبة الوصول الى جميع الطلاب، فضلا عن ضيق الوقت وعدم توافر الامكانيات المادية، والحاجة الى جهد كبير، قامت الباحثة باختيار عينة من اقسام الكلية وهوقسم الاعلام نظرا لوعي طلبته بمفهوم الازمات التي تسببها انتشار الشائعات لدخولها ضمن المفردات الدراسية لهم، ومن ثم تم اختيار عينة عشوائية بسيطة بلغت (50) طالبة وطالبا من مجموع المجتمع الكلي لطلبة القسم المحدد للبحث والبالغ (334) طالب وطالبة

**حدود البحث:** وهي على انواع اربعة: وهي الحد الموضوعي يمثل الشائعة المسببة للازمات وتحديدا في مواقع التواصل الاجتماعي، اما الحد الزماني فيمثل الجانب التطبيقي تمثلت بتوزيع الاستمارة وتفرغها ابتداءً من (2019/2/1) الى (2019/ 3/1) ، اما الحد المكاني: تمثلت بكلية الاسراء الجامعة بناية ساحة الاندلس وتحديدا البناية الاولى للاقسام الانسانية، فيما مثل الحد البشري بطلاب قسم الاعلام في مراحل كاه.

**اداة البحث:** قامت الباحثة بأعداد استمارة استبانة تضمنت محورين الاول محور الاسئلة الديموغرافية بلغت (3) اسئلة، والمحور الثاني كان عن انتشار الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي وبلغ مجموع اسئلة هذه المحاور (6) اسئلة.

**الصدق:** قامت الباحثة بتطبيق الصدق الظاهري، وذلك بعرض الاستمارة على ثلاثة من الخبراء والمحكمين<sup>0</sup> من ذوي الاختصاص والخبرة، للتحقق من صدق الاستبانة التي تم اعدادها، والتأكد من مطابقتها لموضوع البحث وتحقيق اهدافه وبلغت نسبة الصدق (83%) وكما يوضحها الجدول الاتي:

**جدول (1)**  
**يوضح الصدق الظاهري لاستمارة الاستبانة**

ت	اجابة المحكم اسم المحكم	مجموع الاسئلة التي اتفق عليها	مجموع الاسئلة التي تعديلها	مجموع الاسئلة التي طلب الغاؤها	الدرجة النهائية التي حصلت عليها الفئات
1	د. فتح الله غازي اسماعيل	6	--	--	100%
2	د. علي مولود فاضل	3	3	--	50%
3	د. رواء طه درويش	6	--	--	100%
	المجموع	15	3	--	250%

$$\text{حساب درجة صدق الاستبانة} = \frac{\text{مجموع الاسئلة التي عليها تفق المحكمين}}{\text{مجموع الاسئلة الكلية} \times \text{عدد المحكمين}} \times 100 = 100$$

$$83 = \frac{15}{18} = 100 \times \frac{15}{3 \times 6}$$

$$83 = \frac{250}{3} = \frac{\text{مجموع الدرجة النهائية عليها حصلت اتي الاسئلة}}{\text{مجموع المحكمين}} \quad \text{أو}$$

**الثبت:** اعتمدت الباحثة في تقدير مستوى ثبات نتائج الاستبانة على إتباع طريقة الاختبار- وإعادة الاختبار (test - retest) إذ قامت الباحثة وبعد مرور عدة ايام بإعادة توزيع الاستبانة على مجموعة من الطلاب المبحوثين مرة اخرى وبلغ عددهم (25) طالباً، والعمل على مقارنة النتائج التي توصلت لها الباحثة في نتائج توزيع الاستبانة في المرة الاولى مع نتائج التوزيع للاستبانة في المرة الثانية، فوجدت ان الاجابات مقاربة الى حد ما، اذ بلغت نسبة ثبات اسئلة المحور الثاني (المحور الرئيس) (90%).<sup>0</sup>

$$0.90 = \frac{10}{11} = \text{معامل الثبات} = \frac{2}{2+1} = \frac{5 \times 2}{5+6}$$

**الأساليب الإحصائية:** قامت الباحثة باستخدام الاساليب الوصفية البسيطة والمتمثلة بقانون النسبة المئوية وهو كالآتي: (الجزء / الكل × 100)، لاستخراج ترتيب إجابات المبحوثين من الاعلى الى الأدنى، ومن ثم استخدمت الباحثة معادلة هولستي للتحقق من ثبات نتائج الاستبانة، ومعادلة الثبات.

### (الاطار النظري)

#### الشائعات في البيئة الالكترونية

#### مفهوم الشائعات:

الشائعة هي مجرد "رسالة" سريعة الانتقال، الهدف منها إحداث أزمة كالبلبلة او فوضى لتحقيق أهداف في غالبها تكون هدامة، لأنها تلعب على وتر تطوع الجمهور لمعرفة الأخبار في محاولة لإحداث التأثير المستهدف لمروجيها خاصة في أوقات الأزمات<sup>0</sup>. إن مقدار او معدل انتشار الشائعة والتأثير الذي تسببه يساوي أهمية الموضوع المتصل بالشائعة مضروباً في مدى الغموض حوله، الأمر الذي يعني أن الشائعة تكون أكثر انتشاراً وأكثر تأثير ومسيباً لازمة ما ؛ كلما كان الموضوع مهماً وكبيراً، ويشغل حيزاً من اهتمامات الجمهور الذي يتطلع إلى معرفة أي أخبار حول هذا الموضوع، والعكس تماماً يحدث إذا ما فقد الموضوع أهميته او كانت المعلومات حوله واضحة وغير محددة، فإن الشائعة لن تجد من يبدي بها اهتماماً.

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

### الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي

"لقد باتت وسائل التواصل الاجتماعي إحدى الأدوات التي تسبب الازمات، إذ يتم استخدامها في نشر الشائعات، حيث يلجأ مستخدم تلك الوسائل إلى التخفي عبر أسماء مزيفة وهو يات غير حقيقية لنشر الأخبار الكاذبة التي تجد رواجاً لدى الجمهور، وخاصة إذا ما تم الأخذ في الاعتبار أن سيكولوجية الشائعات تشير إلى انقفاء الفوارق الثقافية بين المتلقين عند تداول الشائعة في أحيان كثيرة".

الجدير في الأمر أن الشائعات تنتشر بسهولة، ليس لتنامي مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي فقط، وإنما لأن الأحداث والتطورات المتصاعدة التي يشهدها موقف الازمة من حولنا تجعل من الأكاذيب بيئة خصبة للنم والتكاثر أيضاً، خاصة إذا كان نوع الشائعة يستهدف الدولة أو رجال السياسة والإعلام أو الفنانين أو الجوانب السياسية أو الاقتصادية للبد، فضلا عن شائعات الأمراض والأوبئة، وغيرها من القضايا التي الجوانب الاجتماعية التي لا تنفصل عن الأمور الحياتية لأفراد المجتمع والتي تسبب في حدوث الازمة.

### الشائعات الإلكترونية وسيلة لاجتماع الازمات المجتمعية

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

ومن الناحية النظرية كان من المتوقع أن تتراجع الشائعات مع هذا الانتشار الرهيب لوسائل الاتصال، حيث لم يبق هناك شيء مخفي، ولكن الواقع أن الشائعات تتزايد باستمرار، بل تستفيد من وسائل الاتصال العادية والإلكترونية في مزيد من الانتشار، ما يعني سقوط رهانات كثير من الخبراء الذين كانوا يعتقدون أن انتشار وسائل الاتصال والتقدم في تكنولوجيا المعلومات سيؤدي إلى تراجع الشائعات، بل إن اللافت للنظر أن الشائعة استفادت من وسائل الاتصال مثلما يحدث في تداول الشائعات داخل أسواق المال وفي التنافس بين الشركات الكبرى في مجال المال والأعمال وأسواق البورصة.

لقد بات واضحاً أن انتشار الإشاعات بصورة واسعة في المجتمعات هو إحدى سمات عصر الثورة التكنولوجية وابتكار التقنيات الاتصالية الحديثة، لأن كل شيء يدور في هذا العالم

الافتراضي يتم التعامل معه على أساس أنه معلومة بغض النظر عن صحته أو خطئه، وإذا ما كانت مفيدة أو غير ذلك (١).

" كما أن المعلومة لم يعد إنتاجها حكراً على جهة معينة أو شخص محدد يمتن إنتاج المعلومات كالصحفيين أو المؤسسات الإعلامية وفقاً لمعايير محددة، فقد أصبح بإمكان أي شخص يمتلك الوسيلة المناسبة وبعض المهارات التقنية أن يكون بنفسه منتجاً وناشراً للمعلومة. وفي ظل هذه الوفرة المعلوماتية ولمحدودية مصادر ها، 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.

### مصادر الشائعة المحدثه للآزمة المجتمعية:

تنطلق من الجهات مشبوهة، والمعادية، التي تستهدف تصدير الشائعة التي تمس الجمهور والدولة والامن الوطني بشكل عام وتسري بين الوسائل الاعلامية لتتضخم وتهول محدثة في ذلك ازمة ما، إذ قد تقوم أجهزة معينة تابعة لبعض الدول بترويج بعض الإشاعات عن قيادات دولة ما أو الوضع الاقتصادي لدولة ما لتحقيق مجموعة من الأهداف التي تخدم الدولة التي روجت هذه الإشاعة، وتأثير هذه النوعية من الإشاعات قد يكون شديد الخطورة على جميع النواحي سياسياً واقتصادياً، فقد يؤثر بالسلب على اقتصاد الدولة ويسهم في إعلان إفلاسها، فضلاً عن الإشاعات السياسية التي من الممكن أن تؤدي لتباين وجهات النظر والاستقطاب في داخل هذه الدولة، وفي الآونة الأخيرة أضحت الشائعة أحد الأدوات التي تلجأ إليها الدول لتبرير سياستها الخارجية، وتبدأ من بث وسائل الاعلام للمضامين الاتصالية المسببة لآزمات ؛ التي من المفترض ان تواجه الشائعة وتتصدى للآزمة ويمكن ان نعرز وسبب ذلك الى الانفتاح الإعلامي واتاحة وسائل التواصل الاجتماعي كوسيلة اعلامية للجميع- ان تلك الوسائل تهدف للترويج للشائعة وخلق الآزمة تبعاً لسياسة الوسيلة التي تعمل وفق مخطط ممنهج لإعادة صياغة أفكار الناشئة والشباب دينياً ووطنياً، وخلق صدامات ونزاعات بين الجمهور "داخلية" وأخرى بين البلدان "خارجية".

ويتبين لنا مما سبق ان البيئة الالكترونية بخصائصها المفتوحة والعبارة للحدود اتاحت الفرصة أمام أطراف خارجية في التدخل في الشؤون الداخلية، وبث التفرقة بين المجتمع وخلق الآزمات، إذ المستخدم المتابع لمواقع التواصل الاجتماعي يلاحظ نظرياً استخدام الشبكات الاجتماعية في شن الحملات الإلكترونية المستهدفة والمغرضة، ويتنوع خلق تلك الآزمات بأستخدام أساليب متعددة منها نشر المضامين المكتوبة والمصورة والفيديوهات المتحيزة لوجهة نظر معينة ؛ لشحن الرأي العام والتي قد يتم تركيبها أو اختلاقها أو إعادة استخدامها بشكل يؤثر في تحريك الأحداث، وفي شن الحروب النفسية ونشر الشائعات التي قد تضرب المصالح القومية بغية التأثير على الاستقرار الداخلي.

### وسائل التصدي للشائعة المحدثه للآزمات المجتمعية

يؤكد مزودي الخدمات الانترنيتية على ضرورة وجود القوانين التي تقنن وتنظم الشبكات الاجتماعية بخاصة مع تصاعد أعداد مستخدمي هذه الشبكات، تزامناً للتأثيرات السلبية الملموسة لهذه المواقع على المجتمعات وخاصة فيما يتعلق بإثارة البلبلة، والحث على العنف والأعمال

التخريبية، ولكن في الوقت ذاته لا يجب أن يؤدي هذا التطبيق القانوني إلى تقييد الحريات وتكثيف القيود على تلك المواقع وسيطرة الدولة عليها، ويمكن تحديد مجموعة من المحاور المقترحة التركيز عليه هو عدم استخدام هذه المواقع في بث المواد التي تؤدي إلى إحداث الأزمات والفرقة أو أعمال العنف في المجتمع عبر الآتي:

1. إنشاء أجهزة شرطة إلكترونية خاصة بملاحقة معتمدي التضييل المعلوماتي، ويمكن تسميتها على سبيل المثال فرقة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.
2. استعلام المعلومات: مصطلح جديد لتمييزه عن مصطلح الاستعلام العام، وهو الاستعلام عن طريق الاستعانة بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات وبرامج الإعلام الآلي ذكية من أجل اختراق وترصد وتعقب اتصالات مروجي الشائعات ومحدثي الأزمات.
3. تعقب وتحليل مواقع التواصل الاجتماعي المثيرة للشكوك فيها عن طريق برامج إعلام آلي ذكية تقوم بعملية مسح شبكة الإنترنت ومتابعة المواقع الإلكترونية والبريد الإلكتروني ومقاهي الإنترنت.

فالمرحلة الراهنة في استخدام المغرضين للإشاعة في مواقع التواصل الاجتماعي قد تطورت واختلفت بعدما عرفت بعصر الثورات العربية إذ وصلت إلى حد استغلالها لأحداث أزمة تسبب حرباً سياسية دولية ليس بين دولتين وحسب وإنما بين مجموعة من الدول لأحداث أزمة، وعلى سبيل المثال إذ سعت تلك الفئات إلى استغلال شرائح الشباب وإيهامهم بأن تلك الثورات ما هي سوى شكل من أشكال ما يسمونه بالجهاد ويدعون إليه وبعد ذلك تطورت "أدوات وأساليب البث التي تستخدمها مواقع الجماعات الإرهابية وعدم اكتفائهم بأسلوب واحد لإيصال رسالتهم الإعلامية، حيث يستخدمون كافة أشكال النشر المتاحة، سواء صور، نصوص، فيديو، وغيرها كثير، وجاذبية الرسالة هنا لها دور مؤثر وقد تكون سبباً في أن تكون الرسالة الضالة جاذبة للنفوس الضعيفة ومحدثة للآزمة.

وفي هذا الإطار يجب تبني استراتيجية متكاملة يمكن من خلالها التصدي لهذا الخطر الذي يهدد أمن الوطن ويزعزع استقرار المجتمع من مخاطر الانحراف، ومن أهم محاورها الرصد، والحصار، والتحليل، بالإضافة إلى التنفيذ، والحشد والدعم، والتصدي، والتكذيب، والإقناع، والاستقطاب، والإقناع، والتحصين، باعتبار أن الحلول الأمنية بمفردها لا تحقق الأهداف المأمول تحقيقها في مثل هذه المجالات، وأن الإقناع الفكري، والتفنيذ العقلي، يكون الأعمق تأثيراً والآن علاجاً.

#### أنواع الأزمات المجتمعية التي تسببها الشائعات الإلكترونية

بحكم قدرة مواقع التواصل الاجتماعي على إقامة عالم افتراضي بديل، فقد مكنت وسائل التواصل الاجتماعي بعض التجمعات القائمة على روابط طائفية أو جماعات معادية للدولة في تعميق الشقاق بين مكونات المجتمع الواحد والدولة الواحدة، كما يمكن لانفلات الخطاب، وافتقار كثير من أعضاء هذه الجماعات إلى الوعي والضبط أن يثيرا الحساسيات والتوترات الطائفية والدينية والقبلية، ويعمقا من الصدوع القائمة بالفعل على نحو ربما يهدد التماسك الوطني ويضعه أمام مخاطر جدية وسهولة الاستخدام، والقدرة على التخفي والتمويه والتشبيك، وكذلك إمكانية التواصل مع قاعدة

جماهيرية عريضة بسهولة ويسر هو الذي ساعد الجماعات المتطرفة على الاستفادة من مواقع التواصل الاجتماعي وتسخيرها لخدمة أفكارهم الهدامة، حيث ساعدتها في تحقيق عنصر التجنيد بشكل كبير وواسع، فضلاً عن سهولة الحصول على المعلومات والدخول على قواعد البيانات واختراق حسابات ومواقع حكومية.

فقد أصبح هذا الفضاء المعلوماتي أداة خطيرة لنشر الازمات سيكولوجيا وعمليا عن طريق التخريب، وشن حرب نفسية تضمن تحقيق أغراضها المدمرة دون أن يتعرض محدثي الازمة للخطر، إذ تتعدد الموضوعات والاساليب التي تنتشر عبر الشائعات المنتشرة في الشبكات الاجتماعية والمسببة للازمات نذكر منها على سبيل المثال ازراء الأديان والتشكيك فيها ونشر الخرافات، وإثارة النعرات الإقليمية، والدينية، والعرقية، والعقائدية، والطبقية، نشر الشائعات المغرضة، تحريف الحقائق بسوء نية، وتلفيق التهم، التشهير والإساءة للسمعة، والسخرية المهينة واللادعة، الفذف والسب والشتم، واستخدام الألفاظ النابية والعبارات الجارحة، والدعوة للخروج عن الثوابت المجتمعية، تشجيع التطرف، والعنف والتمرد، الحشد للتظاهر والاعتصام، والإضراب غير القانوني، إثارة القلاقل، وأعمال الشغب، الدعوة للتطبيع مع الأعداء، الالتفاف على استراتيجيات الدولة في مقاصد محددة، تصيد الزلات وتتبع الهفوات للساسنة ورجال الدين واصحاب المناصب العليا، اجتزاء كلام من سياقه للإساءة لمن صرح به، وتتنوع المخاطر التي تبثها مواقع التواصل وتزداد مخاطر تداعياتها على أمن المجتمع والذي يلزم الدول النامية علي تبني استراتيجية شاملة وفعالة في محاربة هذه الطاهرة المتعددة المخاطر والرهانات للدول والبحث عن بدائل تكتيكية عدة وحلولاً واقعية، وتوصيات فاعلة.

### وسائل التصدي للشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي:

تتعدد إجراءات الوقاية وتتنوع وفقا لسياسة الدولة، ووعي المجتمع، وللوصول الى تطبيق سليم يحارب الشائعات الالكترونية، يجب ألا نقف عند حد الإجراءات التقليدية التي تضطلع بها أجهزة الشرطة والعدالة، بل أن الأمر يقتضي استظهار أساليب أخرى مدعمة وفاعلة، تسير مع إجراءات الوقاية التقليدية.

كما أكدت الدراسات الحديثة، أن فلسفة الوقاية من مواقع التواصل الاجتماعي تقوم على مبدأ المسؤولية الشخصية والمجتمعية تجاه مكافحة الجريمة الإلكترونية، وأن لجمهور المواطنين والمقيمين على أرض واحدة، دور في غاية الأهمية في توقي الجريمة لا يقل أهمية عن إجراءات الشرطة التقليدية وأجهزة العدالة الجنائية المختلفة، ومن ثم أضحت الدعوة لمشاركة كل أفراد المجتمع وهيئاته ومؤسساته في مكافحة مواقع التواصل الاجتماعي الهدامة، أمراً تقتضيه طبيعة المرحلة، وتفرضه متطلبات التنمية المستدامة).

ومن هنا ظهر مفهوم "الشرطة المجتمعية" ليؤكد الاتجاه الداعي لتقرير المسؤولية الجماعية في مواجهة الجريمة والوقاية منها، والذي يعني إعادة التقارب والتفاهم بين أفراد المجتمع ومؤسساته، مع أجهزة إنفاذ القانون وتحقيق العدالة، انطلاقاً من مبدأ أساسي يجعل من ذلك مسؤولية مشتركة

بين كل هذه الأطراف, خاصة في ظل تنامي المهددات وجود مخططات دولية موجهة تستهدف زعزعة أمننا الفكري، والواقع يثبت ذلك.

#### استراتيجيات مواجهة الازمات الالكترونية اعلامياً

رغم تعدد اشكال مكافحة الازمة في وسائل الاعلام الا ان الهدف من وراء ذلك يتسم في الحد من الخسائر والاصلاح والتحجيم او المنع او الحد من انتشار تأثيراتها السلبية وادمادها، اذ تتعدد تلك الاساليب وتتنوع بين الاساليب التقليدية والاخرى غير التقليدية وكالاتي:

#### أولاً: الاساليب التقليدية:

1. انكار الشائعة وعدم الاعلان عنها ناكرين حدوث الازمة.
2. عنف التعامل الاعلامي مع الشائعة ومواجهتها بتحديد اسبابها وتوعية الناس عبر البرامج الاعلانات للقضاء عليها، وتحديد برامج لمكافحة الازمة تستهدف الفاعلين لتلك الازمة وافقادهم قوى الدفع والمقاومة.
3. التقليل من شأن الازمة اخباريا بعدم الاعتراف بوجودها والاستهانة بتأثيراتها ونتائجها واعطاء القوة للجمهور لمقاومتها عبر تحديد مصادر الصراع للازمة وتعيين مكامن الضعف في بنيتهم والسعي للقضاء عليها.
4. التواصل مع مصادر عليا واخذ التصريحات اللازمة لتفريغ الازمة من قوة دفعها وتماسكها.

#### ثانياً: الاساليب غير التقليدية:

1. اعداد البرامج بضيوف يمثلون فريق متكامل للسيطرة على عوامل فاعلية الازمة وتداخلها كلا حسب اختصاصه لمواجهتها فعليا ويضم هذا الفريق مجموعة من الخبراء والمتخصصين بالموضوعات المتعلقة بانتشار الشائعة المحدثة للازمة.
2. المشاركة الديمقراطية وهو اسلوب شديد التأثير يستخدم في المجتمعات التي تتسم بالحرية والسلوك السياسي والاجتماعي والاقتصادي الحر حيث يعلن وبصدق عن الازمة وخطرها ويحدد اساليب مواجهتها للجمهور تمهيدا للقضاء عليها.
3. احتواء الازمة عبر استيعاب الضغط لافقادها قوتها التدميرية وغالبا ما يحدث هذا الاسلوب في الازمات التي تخص العنصر البشري كالازمات التي يحدثها اضراب الفئات العمالية والموظفين.
4. تصعيد الازمة: غالبا ما يلجأ الى هذا الاسلوب عندما تكون الازمة المنتشرة غير واضحة المعالم بسبب تعدد اتجاهاتها وتكتلاتها التي تنشر عبر الشائعة، ولاضعافها لابد من تصعيد الازمة في البرامج التلفزيونية التي سينتقل الحديث عنها في التطبيقات الاجتماعية حتى تصل

- الى مرحلة التعارض في المصالح الذي ينجم عن تفكك تكتلاتها وغالبا ما يتبع هذا الاسلوب في الازمات السياسية بين الاحزاب ذات الدعم الجماهيري المتنافر للتوجهات والاراء.
- 5. تفرغ الازمة من مضمونها:** وهو من انجح الاساليب غير التقليدية، فه ويسعى الى تفرغ الشائعة المسببة للازمة ان تفقد هويتها وقوتها الدافعة بخلق التحالفات المؤقتة واستضافتهم اعلاميا " القوى التي نعتقد انها تسببت بالازمة".
- 6. تفتيت الازمة:** من افضل الاساليب يتم فيه تحدايد اقوى المسببة للازمة وتحديد مصالحها التعارضة ومنافعها المحتملة وتحالفاتها الدائمة ثم التأثير في تلك التحالفات، وهي اسلوب يعد من افضل الاساليب المستخدمة للتعامل مع الازمات الضخمة التي تنذر باحداث فوضى خطيرة، ويستخدم اسلوب ابعاد الازمة وانحرافها عن مسارها الاصلي يسهم في التخفيف من حدة الموقف.
- 7. التدمير الذاتي للازمة داخليا:** من اصعب الاساليب غير التقليدية ويستخدم في الازمات ذات الضغط العنيف والمدمر والذي يقل فيها توافر المعلومات، اذ تسعى الوسائل الى خلق حالة من الصراع الداخلي بين اطراف الازمة مما يؤدي الى تدميرها ويليه القضاء على القوى المسببة لها بايجاد زعامات جديد اكثر اعتدالا وتفهما للموقف.
- 8. اعلان الوفرة الوهمية:** احد الاساليب النفسية المتبعة والسريعة التي تستخدم توجيه البرامج على استضافة متحدثين لبث اعلان الوفرة بصورة وهمية ونفي تواجد وحدث ازمة للسيطرة على حالة الخوف والهلع لدى الجمهور وللتقليل من شأن اتساع الازمة وتستخدم غالبا في ازمات المواد الغذائية والوقود.
- 9. استخدام الشائعة في اذاعة معلومات عن بعض الانهيارات الناجمة عن الاطراف المسببة للازمة وهو اسلوب محاربة الشائعة بالشائعة.**
- 10. تحويل مسار الازمة من مسار الى اخر:** يستخدم عندما لايمكن السيطرة على الازمة وايقافها فتسعى الوسائل الى مسارات بديلة اخرى تستوعب نتائجها وتشخص اسبابها وتسعى لتحويلها من اتجاه الى اخر.
- 11. الاسلوب المختط:** وهو اسلوب الاعتراف الجزئي بالازمة وانكار الجزء الاخر منها.

### الاطار التطبيقي - العملي: دراسة ميدانية للطلبة الجامعيين في كلية الاسراء المجتمع الخاضع للدراسة:

يتمثل بكلية الاسراء الجامعة هي كلية أهلية تقع في مدينة بغداد في العراق. وتضم 18 قسم وهي المجموعة الطبية وتشمل: طب الاسنان، الصيدلة، تقنيات التحليلات المرضية، التمريض، والمجموعة الهندسية وتشمل: الهندسة، قسم هندسة تقنيات الحاسوب، قسم هندسة تقنيات التبريد والتكييف، قسم الهندسة المدني، قسم الهندسة المعمارية، قسم هندسة البناء والانشاءات، قسم هندسة الطرق والجسور، قسم هندسة إدارة المشاريع. والمجموعة الانسانية وتضم: كلية القانون، كلية الإدارة والاقتصاد، قسم المحاسبة، قسم الادارة، كلية اللغات قسم اللغة الإنكليزية، كلية الإعلام، كلية التربية البدنية وعلوم الرياضة

#### جدول رقم (2) يوضح نوع المبحوثين

ت	نوع المبحوث	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
---	-------------	---------	----------------	---------

الاولى	66 %	33	ذكر	1
الثانية	34 %	17	انثى	2
----	100 %	50	مجموع	

يوضح الجدول رقم (1) نوع المبحوثين حسب الجنس ، إذ جاءت فئة الذكور في المرتبة الاولى بنسبة (66%) وبتكرار (33) مرة، بينما جاءت في المرتبة الثانية فئة الاناث بنسبة (34%) وبتكرار (17) مرة، ويتضح من ذلك ان عدد المبحوثين الذكور اكثر من الاناث، كما موضح في الشكل (1) ادناه.

#### جدول رقم (3) يوضح الفئة العمرية للمبحوثين

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الفئة العمرية للمبحوثين	ت
الاولى	44 %	22	22-18	1
الثانية	38 %	19	26-22	2
الثالثة	14 %	7	30-26	3
الرابعة	4 %	2	30 فما فوق	4
	100 %	50	مجموع	

يبين الجدول (2) الفئة العمرية للمبحوثين، إذ جاءت الفئة العمرية من (22-18) سنة في المرتبة الاولى بنسبة (44%) وبتكرار (22) مرة ، بينما جاءت في المرتبة الثانية الفئة العمرية التي تتراوح من (26-22) سنة بنسبة (38%) وبتكرار (19)، واما الفئة العمرية التي تتراوح من (30-26) سنة جاءت في المرتبة الثالثة بنسبة (14%) وتكرار (7) مرات، واخيرا جاءت الفئة العمرية التي تتراوح من (30 فما فوق) في المرتبة الرابعة بنسبة (4%) وبتكرار (2). ويتضح من ذلك ان عدد المبحوثين الذين ينتمون الى الفئة العمرية من (22-18) هم الذين يشكلون النسبة الاكبر بين هذه الفئات.

#### جدول (4) يوضح الحالة الاجتماعية للمبحوثين

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الحالة الاجتماعية	ت
الاولى	90 %	45	غير مرتبط	1
الثانية	10 %	5	مرتبط	2
	100 %	50	مجموع	

يبين الجدول (3) الحالة الاجتماعية للمبحوثين، إذ جاءت فئة غير مرتبط في المرتبة الاولى بنسبة (90%) وبتكرار (45) مرة، بينما تأتي في المرتبة الثانية فئة "مرتبط" بنسبة (10%) وبتكرار (5) مرات، ويتبين من ذلك ان عدد المبحوثين غير المرتبطين اكثر من المرتبطين ، كما موضح في الشكل (3) ادناه.

#### جدول رقم (5) يوضح مدى استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي والتطبيقات الاجتماعية

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الخيارات	ت
الاولى	84 %	42	دائما	1
الثانية	12 %	6	احيانا	2
الثالثة	4 %	2	نادرا	3

مجموع	50	%100
-------	----	------

يبين الجدول (4) مدى استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي والتطبيقات الاجتماعية, فقد أجا المبحوثين عن طبيعة استخدمهم لتلك المواقع بـ (دائما) والتي جاءت في المرتبة الاولى بنسبة (%84) وبتكرار (42) مرة. بينما تأتي في المرتبة الثانية الذين يستخدمون نفس المواقع (احيانا) بنسبة (%12) وبتكرار (6), واخيرا اجاب المبحوثين بنادراً ما يستخدمون المواقع والتطبيقات الاجتماعية بنسبة (%4) وتكرار (2) مرة , ويتضح من ذلك ان الذين يستخدمون هذه المواقع (دائما) هم النسبة الاكبر بين هذه الفئات.

#### جدول (6)

يوضح رأي المبحوثين في مدى انتشار الازمات عبر الشائعات الالكترونية

ت	الخيارات	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
1	دائما	23	%46	الاولى
2	احيانا	23	%46	الاولى مكرر
3	نادرا	4	%8	الثانية
	المجموع	50	%100	

يبين الجدول (5) رأي المبحوثين مدى انتشار الازمات عبر الشائعات الالكترونية, وقد جاء الذين اجابوا بـ(دائما) و(احيانا) في المرتبة الاولى مناصفة وبنسبة مقدارها (%46) وبتكرار مقداره (23) مرة، بينما جاء في المرتبة الثانية الذين اجابوا بـ(نادرا) بنسبة (%8) وبتكرار (4) مرات, ويتبين من ذلك ان الذين عبروا عن رأيهم بـ (دائما واحيانا) في مدى انتشار الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي.

#### جدول رقم (7)

يوضح نوع مواقع التواصل والتطبيقات الاجتماعية التي يستخدمها المبحوثين

ت	نوع الشبكة	دائما	احيانا	نادرا	المجموع
1	فيس بوك	36	9	5	50
2	تويتر	6	14	30	50
3	انستغرام	35	9	6	50
4	تلكرام	27	20	3	50
5	يوتيوب	40	6	4	50
6	فايبر	41	8	1	50
7	واتساب	32	11	7	50
8	سناب جات	45	4	1	50
9	تانكو	3	7	40	50
10	كوكل بلس	0	0	50	50
	مجموع	265	88	147	500

يبين الجدول (6) استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من قبل المبحوثين, وقد جاء الذين يستخدمون الرسناب جات) (دائماً) العدد الأكبر من باقي الشبكات الأخرى, بمجموع (45) فرداً, وجاء بعدها في المرتبة الثانية الذين يستخدمون الـ (الفايبر) (دائماً) وحصل على تكرار مقداره (41) مستخدماً أما المرتبة الثالثة الذين يستخدمون الـ (يوتيوب) (دائماً) بمجموع (40), أما في المرتبة الرابعة فقد بين المبحوثين الذين يستخدمون الـ (الفيس بوك) (دائماً) وحصلت على تكرار مقداره (36), فيما عبر (35) مبحوثاً انهم يستخدمون الانستغرام, وجاء في المرتبة السادسة الـ (واتساب) (دائماً) بمجموع (32). والمرتبة السابعة كانت من نصيب شبكة الـ (كوكل بلس) (نادراً) التي حصلت على (50) مستخدماً, أما في المرتبة الثامنة فقد حاز تطبيق الـ (تاتكو) (نادراً) بمجموع (40) مستخدماً, وجاء في المرتبة التاسعة الـ (تويتر) (نادراً) بمجموع (30) مستخدماً, وأخيراً المرتبة العاشرة حاز عليها تطبيق الـ (تلكرام) (دائماً) بمجموع (27). يتضح من ذلك ان المبحوثين انحصروا استخدامهم بصورة دائمية للتطبيقات الآتية: (سناب جات, فايبر, يوتيوب, فيس بوك, انستغرام, واتساب) وهي التي تشكل النسبة الأكبر بين جميع المواقع والتطبيقات الأخرى.

جدول رقم (8) يوضح مضامين الازمات التي احدثتها الشائعات الالكترونية

ت	نوع الشائعة	دائماً	احياناً	نادراً	المجموع
1	ازمة سياسية	39	6	5	50
2	ازمة اجتماعية	43	6	1	50
3	ازمة عسكرية	22	18	10	50
4	ازمة اقتصادية	13	27	9	50
	المجموع	117	57	25	200

يبين الجدول (7) مضامين الازمات في مواقع التواصل الاجتماعي من جهة نظر المبحوثين, وقد فقدت الازمات السياسية في المرتبة الأولى بتكرار مقداره (39) لخيار "دائماً" بينما جاء خيار (احياناً و نادراً) بتكرار يتراوح من 5-6. بينما اجاب المبحوثين عن المضامين المنتشرة والتي تحمل صفة ازمة اجتماعية بمجموع (43) فرداً من مجموع (50) مبحوث, بنسبة (21%) بالنسبة لخيار "دائماً", بينما جاء خيار (احياناً و نادراً) بتكرار يتراوح من (6-1). وجاء بعدها في المرتبة الثانية النوع الاجتماعي من الازمات بنسبة (19.5%), وفي المرتبة الثالثة النوع العسكري بنسبة (11%), وأخيراً النوع الاقتصادي من الازمات حاز على نسبة (6.5%).

أما الذين المبحوثين الذين عبروا عن نوع الازمات ذات المضمون (الاقتصادي) واجابوا بخيار (احياناً)؛ فقد بينت الاستبانة ان هناك (27) مبحوث من مجموع (50) شخصاً أيد وجود الازمات الاقتصادية احياناً في المواقع والتطبيقات في المرتبة الأولى وبنسبة (13.5%). وجاء في المرتبة الثانية بنسبة (9%), والمرتبة الثالثة والرابعة بنسبة (3%) مكرر. وأخيراً الذين (نادراً) ما يستخدمون النوع (العسكري) بمجموع (10) مستخدم من مجموع (50) شخص, في المرتبة الأولى بنسبة (5%), والمرتبة الثانية بمجموع (9) مستخدم من مجموع (50) شخص, بنسبة (4.5%), والمرتبة الثالثة بمجموع (5) مستخدم من مجموع (50) شخص,

بنسبة (2.5%)، والمرتبة الرابعة بمجموع (1) مستخدم من مجموع (50) شخص، بنسبة (0.5%).

ويتضح من ذلك ان الذين يستخدمون النوع الاجتماعي(دائما)، هم النسبة الاكبر بين هذه الانواع الاخرى، وهذا يعني ان النسبة الغالبة من الناس ترى ان الشائعة في المسيبة للازمات الاجتماعية مما يستدعي الانتباه لهذا، ووضع معالجات لها، وتوعية الشباب لكي يتجنبوا هذه الشائعات والتي تحمل في طياتها الازمات الاجتماعية، ويأتي بعدها النوع (الاقتصادي) باجابة (احياناً)، واخيرا النوع (العسكري) باجابة (نادراً).

#### جدول (9)

يوضح نوع المواقع والتطبيقات المستخدمة في الترويج للشائعة من وجهة نظر المبحوثين

ت	نوع التطبيق الاجتماعي	موافق	محايد	غير موافق	المجموع
1	فيس بوك	48	1	1	50
2	انستغرام	40	10	8	50
3	سناب جات	39	7	3	50
4	يوتيوب	37	13	9	50
5	تويتر	32	8	5	50
6	تلكرام	28	4	27	50
7	واتساب	27	20	3	50
9	تانكو	7	3	40	50
10	كوكل بلس	3	2	45	50
	مجموع	280	77	143	500

يبين الجدول (8) المواقع والتطبيقات التي تستخدم في الترويج للشائعة من جهة نظر المبحوثين، وقد جاء في المرتبة الاولى (الفيس بوك) وكان عدد (الموافقين) (48) مبحثاً من مجموع (50) مبحث، وبنسبة (9.6%)، ويليه تطبيق (انستغرام) بموافقة (40) مبحث، وتطبيق (سناب جات) بموافقة (39) مبحث، وتطبيق (يوتيوب) بموافقة (37) مبحث، وتطبيق (تويتر) بموافقة (32) مبحث، وتطبيق (تلكرام) بموافقة (28) مبحث، وتطبيق (واتس اب) بموافقة (27) مبحث، وتطبيق (تانكو) بموافقة (7) مبحثين، وتطبيق (كوكل) بموافقة (3) مبحثين. اما عدم الموافقة، فقد اشر المبحوثين ان ان هناك (1) مبحث لا يوافقون عل ان الفيس بوك ينشر الشائعات، بينما لم يوافق (8) مبحثين على ان الانستغرام ينشر الشائعات، و اشار (3) مبحثين الى ان السناب جات ينشر الشائعات، واجاب (9) مبحثاً ان يوتيوب لا ينشر الشائعات، اما تويتر فقد بين (7) مبحثاً انه تطبيق لا ينشر الشائعات، اما تطبيق تانكو و(25) بينم بشأن موقع كوكل فقد اجاب المبحوثين انها تطبيقات لا تنتشر الشائعات. ويتبين من ذلك ان الذين يستخدمون نوع التطبيق الاجتماعي(فيس بوك) وانستغرام وسناب جات، النسبة الاكبر من بين الاخرى، وهذا يعني ان النسبة الغالبة من الناس تستخدم الشائعة في التطبيق التطبيقات الثلاثة المذكورة، مما يستدعي التركيز على هذا التطبيق الاجتماعي، ووضع معالجات له، وتوعية الشباب لكي يتجنبوا الشائعات التي تصدر من خلال هذا التطبيق.

#### جدول (10)

يوضح اسباب انتشار الشائعات الالكترونية المحدثه للازمات

ت	اسباب انتشار الشائعة الكترونية المحدثه لازمة	موا فق	محايد	غير موافق	المجموع
1	بسبب اعادة نشر المضامين دون وعي	7	41	2	50
2	بسبب صعوبة التحقق من صدق المعلومات او زيفها	37	11	2	50
3	بسبب غياب الوعي بخطورة المضامين المزيفة	20	15	15	50
4	بسبب انعدم المعلومات عما ما يحدث و هرب المسؤولين من التصريح	23	23	4	50
5	بسبب استخدام التطبيقات التكنولوجية التي تسهم في اعادة انتاج المعلومات بشكل مختلف	9	17	24	50
6	بسبب التسابق والتزاحم والتنافس بين المواقع على السبق الصحفي	30	15	5	50
7	بسبب عدم وجود قوانين رادعة وتشريعات قانونية في المواقع	45	4	1	50
8	بسبب امكانية انشاء الصفحات المزيفة ذات الاسماء الوهمية	25	15	10	50
9	السرعة في نشر المعلومة دون التحقق والتأكد من مضمونها	25	13	12	50
	المجموع	221	154	75	450

يبين الجدول (9) اسباب انتشار الشائعات المسسبة للازمات في مواقع التواصل والتطبيقات الاجتماعية, وقد جاءت النسبة الاكبر من الموافقين على ان السبب هو عدم وجود قوانين رادعة وتشريعات قانونية او تنظيمية في الموقع, وكان عددهم (45) من مجموع (50) مبحوث, وبنسبة (10%)، ويأتي بعدهم الذين كانوا محايدين على سبب اعادة نشر المضامين دون وعي, وكان عددهم (41) فرد من مجموع (50) مبحوث, وبنسبة (9.11), واخيرا جاء عدد (الغير موافقين) على سبب استخدام التطبيقات التكنولوجية التي تسهم في اعادة انتاج المعلومات بشكل مختلف, وكان عددهم (24) فرد, من مجموع (50) مبحوث وبنسبة (5.33%). وهذا يعني ان النسبة الغالبة من الناس تعتقد ان سبب انتشار الشائعة هو عدم وجود قوانين رادعة وتشريعات قانونية او تنظيمية في الموقع, ولهذا ينبغي العمل على تشريع قوانين رادعة وتشريعات تحد من انتشار هذه الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي.

#### الخاتمة

#### أولاً: النتائج:

1. أوضحت الاستبانة ان الازمات التي تسببها الشائعات تنتشر بشكل كبير في الموقع الفيسبوك اكثر من غيره من المواقع والتطبيقات، نظرا لشعبيته وسهولة استخدامه، وتواجد المبحوثين في ذلك التطبيق على مدار اليوم ومتابعتهم للاخبار التي تنتشر فيه وتداولها بسهولة، وبينت نتائج الاستبانة ان انتشار الشائعة ذات المضمون السياسي والاجتماعي هما الاكثر انتشارا من الشائعة ذات المضامين الاخرى كالشائعات الاقتصادية، والسياسية، والعسكرية.
2. بينت نتائج الاستبانة ان الاسباب التي تدعو الى تداول وانتشار الشائعات من المستخدمين في مواقع التواصل الاجتماعي هي عدم وجود قوانين رادعة وتشريعات قانونية او تنظيمية في

المواقع والتطبيقات الاجتماعية, مما يسهل في انتشار هذه الشائعات وتداولها بين الناس بدون رقابة ومن دون حساب.

**3.** تتعدد الاساليب التي تستخدمها وسائل الاعلام التي يمكن من خلالها الحد من الازمات وفقا لنوع الازمة التي تحدثها الشائعة منها الاساليب التقليدية كانكار الازمة، وتأجيل ظهورها، وتكوين لجان لدراستها، والتقليل من شأنها، والسماح للضغوط الداخلية للازمة بالظهور، وتفريغ الازمة وعزلها عن القوى الفاعلة لآخامها، اما الاساليب غير التقليدية والتي تستخدمها وسائل الاعلام للحد من ظهور الازمة او التقليل من حدتها او فتمثل بتكوين الفريق المتكامل لمجموعة البرامج، واستخدام اسلوب المشاركة الديمقراطية واحتواء الازمة وتصعيدها من اجل تفكيكها واسلوب تفريغ الازمة من مضمونها واستخدام اسلوب التدمير الذاتي للازمة و اعلان الوفرة الوهمية وتحويل مسار الازمة من اتجاه الى اخر.

#### ثانيا: الاستنتاجات:

من خلال عرض نتائج الاستبانة وتحليلها, تمكنت الباحثة من التوصل الى الاستنتاجات الآتية:

1. يتبين ان اغلب الشائعات تنتشر بواسطة مواقع التواصل الاجتماعي لكثرة استخدام الشباب لهذه المواقع وطول ساعات الاستخدام للفضاء الرقمي، ونتيجة لاهتمام الافراد والمجتمع في القضايا والظواهر الاجتماعية فقد ظهر لنا ان المبحوثين لديهم وعي بشأن بعض المضامين الاجتماعية التي تحمل في طياتها بعضا من التهويل والتضخيم فتكون الشائعات المسببة للازمات.
2. ظهر ان اكثر المواقع استخداما في نشر احداث الازمات هو موقع (الفيس بوك) لكثرة مستخدميه من الفئات جميعا، ولانه الموقع الاكثر شعبية، والاكثر استخداما وسهولة وتداول للمعلومات.
3. سهولة انتشار الشائعات وبدون خوف من اي جهة يمكن ان تحاسبهم هو الامر الذي يبرر خيار المبحوثين لعدم وجود قوانين وتشريعات رادعة تعمل على مراقبة هذه المواقع هي السبب الرئيس في انتشار الشائعات.

#### ثالثا: التوصيات:

1. تدريب الشباب على بعض التطبيقات التي تسهم في كشف المضامين المزيفة كالتطبيقات التي اوجدها الشباب العراقي في موقع التقنية من اجل السلام) وهي مجموعة تطبيقات تسهم في الكشف عن الاخبار والفيديوات الكاذبة والمضللة والمزيفة لتلافي حدوث الازمة وتصاعدها.
2. فرض رقابة على التطبيقات الاجتماعية بما يتعلق بتداول الاخبار المضللة والمهولة المسببة للازمات.
3. استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بنشر مضامين توعوية بشأن الخطر الناجم عن الازمات التي تنتشر بين افراد المجتمع وتؤثر على وحدة وتماسك المجتمع ككل، وتفعيل قوانين تسهم في فرض العقوبات على مروجي الشائعات ومفتعلي الازمات الالكترونية، وتفعيل دور الشرطة الالكترونية.

#### قائمة المصادر

**أولاً: الكتب العربية:**

1. حميدة سمسم، الحرب النفسية، (بغداد، دار الشؤون الثقافية، 2003).
2. سعد معن الموسوي، ادوات القتال النفسي، مابعد احداث الموصل وتكريت – دراسة تحليلية لنماذج الشائعات المرصودة وتأثيراتها (بغداد، مركز اضواء الاستشاري للنشر والتوزيع ، 2014).
3. طارق بن عبد الله الشدي، مقدمة في الحاسب الآلي وتقنية المعلومات، ط2، (الرياض، دار الوطن، 2014)
4. طلال قاسم صفوان، مرجع ومنجد اساسي لكل سياسي واعلامي ودبلوماسي،(بيروت، دار المحجة، 2014)
5. محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، (القاهرة، عالم الكتب، 2000).
6. مي العبد الله، المعجم – في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال، (بيروت، دار النهضة العربية، 2014)

**ثانياً: البحوث والدراسات:**

1. تركي عبد العزيز، توظيف شبكات التواصل في التوعية الامنية ضد خطر الشائعات، رسالة ماجستير، مقدمة الى كلية العدالة، الدراسات الامنية، قسم قيادة امنية (الرياض، 2013).
2. يسرى خالد ابراهيم، الحرب النفسية الالكترونية، مجلة الباحث الاعلامي، العدد13، (تموز – ايلول، 2011)

**ثالثاً: المواقع الالكترونية:**

1. عمر سلمان، شائعات التواصل الرقمي قص ولصق كذب ودجل، موقع الاتحاد الاماراتي، /
2. محمد المهدي، الشائعات في عصر المعلومات، دراسة منشورة على موقع كلية الاسراء الالكتروني <https://repository.WWW.esraa.edu> موقع كلية الاسراء الجامعة
- 3.