



# المجلة العلمية لجامعة الملك فيصل The Scientific Journal of King Faisal University

العلوم الإنسانية والإدارية  
Humanities and Management Sciences



## Social Media and COVID-19 Rumors

Saly Saad Goudah Ibraheim

Media Department, Arts and Humanities College, Jazan University, Jazan, Saudi Arabia

## مواقع التواصل الاجتماعي و شائعات كوفيد 19

سالي سعد جودة إبراهيم

قسم الصحافة والإعلام، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، جامعة جازان، جازان، المملكة العربية السعودية



LINK الرابط	RECEIVED الاستقبال	ACCEPTED القبول	PUBLISHED ONLINE النشر الإلكتروني	ASSIGNED TO AN ISSUE الإحالة لعدد
<a href="https://doi.org/10.37575/h/art/210008">https://doi.org/10.37575/h/art/210008</a>	21/01/2020	21/04/2021	21/04/2021	01/09/2021
NO. OF WORDS عدد الكلمات	NO. OF PAGES عدد الصفحات	YEAR سنة العدد	VOLUME رقم المجلد	ISSUE رقم العدد
7283	8	2021	22	عدد خاص "الإعلام وجائحة كورونا" "Media and the Coronavirus Pandemic" Special Issue

### ABSTRACT

This study is intended to identify the public's attitudes towards spreading misinformation about COVID-19 through social media sites in the Jazan region in the Kingdom of Saudi Arabia. Being a descriptive study, it depends on the survey approach. The field study was conducted using an intentional sample of those who follow the developments of the COVID pandemic through social networking websites. 300 users completed an online survey. The study found high public awareness of the meaning of "rumor," its effects, the reasons for its proliferation, and the potential motives of its promoters. Study recommendations include the importance of confronting rumors by promoting media awareness campaigns. These campaigns can emphasize the risks of rumors to the individual and to society as a whole by confronting the rumors directly and limiting their spread.

### المخلص

هدفت الدراسة إلى التعرف على اتجاهات الجمهور نحو نشر الشائعات حول كوفيد 19 عبر مواقع التواصل الاجتماعي في منطقة جازان بالمملكة العربية السعودية، حيث تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية والتي تعتمد على المنهج المسحي وأجريت الدراسة الميدانية على عينة عمدية من متابعي مستجدات جائحة كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي بمنطقة جازان بالمملكة العربية السعودية، بلغ قوامها 300 مفردة، معتمدة في ذلك على استمارة الاستقصاء الإلكتروني وقد توصلت الدراسة إلى ارتفاع إدراك الجمهور ووعيهم بمفهوم الشائعة وتأثيراتها وأسباب انتشارها ودوافع مروجيها بالإضافة إلى طرق مواجهتها والحد من انتشارها عبر مواقع التواصل الاجتماعي. وقد أوصت الدراسة بأهمية مواجهة الشائعات من خلال نشر التوعية الإعلامية بمخاطر الشائعات والتي سيكون لها أثر فعال في الحد من انتشار الشائعات وتداولها عبر مواقع التواصل الاجتماعي، والدعوة إلى محو الأمية الرقمية والتوعية بكيفية التعامل مع مواقع التواصل الاجتماعي وما تقدمه من معلومات وأخبار، والقيام بحملات توعوية عبر مواقع التواصل الاجتماعي عن مخاطر الشائعات على الفرد والمجتمع وكيفية مواجهتها والحد من انتشارها.

### KEYWORDS

الكلمات المفاتيحية

Corona pandemic, corona rumors, electronic rumors, social media rumors, social networks, the new corona

جائحة كورونا، الشائعات الإلكترونية، شائعات التواصل الاجتماعي، شائعات كورونا، شبكات التواصل الاجتماعي، كورونا المستجد

### CITATION

الإحالة

Ibraheim, S.S.G. (2021). Mawaqie altawasul alajtimaeii w shayieat kufid 19 'Social media and COVID-19 rumors'. *The Scientific Journal of King Faisal University: Humanities and Management Sciences*, 22(Special Issue "Media and the Coronavirus Pandemic"), 27–34. DOI: 10.37575/h/ert/210008 [in Arabic]

إبراهيم، سالي سعد جودة. (2021). مواقع التواصل الاجتماعي و شائعات كوفيد 19. *المجلة العلمية لجامعة الملك فيصل: العلوم الإنسانية والإدارية*، 22(عدد خاص "الإعلام وجائحة كورونا")، 27-34.

## 1. المقدمة

فيه بالعمل مع الحكومات لمحاربة المعلومات المضللة، وبجانب تعمد البعض، اقتصر مشاركته على مواقع التواصل الاجتماعي، على إبراز الجانب المظلم والقاتم، وتفصيل حالات الموتى، بما يعمق حالة الخوف الحاصلة بالفعل، فإن هناك آخرين سعوا للاستفادة من الأزمة عبر الترويج لأدوية زائفة، زعموا أنها تعالج وباء الكورونا. وقد أشارت وكالة الأنباء الفرنسية في تقرير لها إلى أن بعض من هذه الأدوية، ومنها استهلاك الرماد البركاني، واستخدام مصابيح الأشعة فوق البنفسجية، ومطهرات الكلور التي تقول السلطات الصحية إنها يمكن أن تسبب ضرراً إذا استخدمت بشكل غير صحيح (موقع BBC News عربي، 2021).

وفي عدة دول عربية بدت السلطات مهتمة بمحاربة مروجي الشائعات، أو الأخبار الزائفة خلال الأزمة، عبر وسائل التواصل الاجتماعي. ففي مصر قالت نقابة الأطباء إن الشطب الكامل سيكون عقوبة الأطباء الذين يتداولون طرق علاج لفيروس كورونا عبر وسائل التواصل الاجتماعي. وأشار نقيب الأطباء المصريين، في اتصال مع برنامج لتلفزيون محلي، إلى أن النقابة رصدت خلال الفترة الماضية فوضى فتاوى عن طرق علاج فيروس كورونا من الأطباء على مواقع التواصل الاجتماعي. أما في السعودية، فقد حددت السلطات عقوبات على مطلقي الأخبار مجهولة المصدر، والترويج للشائعات التي تصعد الهلع لدى المجتمع في ظل تفشي فيروس كورونا، كونها تمس بالنظام العام (بوكو، 2020)

وبناءً على ما سبق أصبح من الضروري دراسة اتجاهات الجمهور بمنطقة جازان بالمملكة العربية السعودية نحو نشر الشائعات حول كوفيد 19 عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

من بين معالم الواقع الجديد، الذي أفرزته أزمة تفشي وباء كورونا في أنحاء العالم، كان ذلك الاختبار القوي لمواقع التواصل الاجتماعي، وبقدر ما أسهمت تلك الوسائل الجديدة، في تخفيف وطأة أزمة التواصل المباشر بين البشر، بفعل المخاوف من تفشي الفيروس، بقدر ما بدا من وجهة نظر كثيرين أنها فشلت في اختبار المصداقية. ولأن أفة الأخبار هم رواها، فإن جمهور مواقع التواصل الاجتماعي يتحمل جانباً كبيراً من المسؤولية فيما يجري الحديث عنه من جوانب سلبية، أفرزها استخدام تلك الوسائل خلال الأزمة، من نشر أخبار مفبركة، إلى نشر شائعات، إلى سعي لبث الخوف والذعر في نفوس الناس، الذين وضعتهم الأزمة في حالة من القلق، يدفعهم للتشبث بأية معلومة ربما تكون في أساسها غير صحيحة.

ومنذ بدأت الأزمة بانتشار الفيروس في الصين أواخر العام الماضي، ثم انتقاله لدول أخرى، بدا واضحاً على العديد من مواقع التواصل الاجتماعي، أن هناك ما يشبه حالة من الذعر والهلع الجماعي، يروج لها قطاع كبير من رواد تلك المواقع (قسم علم الاجتماع بموقع بحوث، 2020).

وكان لافتاً كيف تحركت مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة ومنها موقع تويتر، الأكثر تداولاً في العديد من الدول العربية (موقع BBC news عربي، 2020)، ليعلن حظر "المحتوى المضلل" حول الوباء وليقول إنه سيزيل أي محتوى، يروج لمزاعم غير محددة ومضللة بشأن فيروس كورونا. وقال موقع التواصل الاجتماعي إن التغريدات، التي يمكن أن تعرض الناس لخطر الإصابة بكوفيد19، سيتم حظرها وفقاً لقواعد الأمان التي يتم مراجعتها.

أعقب ذلك إعلان مشترك لكل من فيسبوك وغوغل ومايكروسوفت، تعهدوا

## 2. مشكلة الدراسة وأهميتها

### 2.1. مشكلة الدراسة:

إن انتشار فيروس كورونا المستجد نتج عنه انتشار لكثير من الأخبار الكاذبة التي أفرزت ظهور العديد من المعلومات الطبية والعلمية الخاطئة أو نظريات مؤامرة حول نشأة الفيروس، أو شائعات اجتماعية ودينية تتعلق به عبر مواقع التواصل الاجتماعي في كل أنحاء العالم وبشكل كبير وفي هذا الصدد؛ يُشير "دومنيك" إلى أن قوة الشائعات تزداد عندما يكون لدى الناس رغبة في تصديقها؛ حيث إن الإنسان يسره تكرار القصص التي تُحقق شكوكه وتُعبّر عن مخاوفه، بل يشعر بالمتعة والرضا عندما يسمعها ويكررها. ولا شك أن جائحة بحجم تفشي فيروس كورونا في جميع أنحاء العالم، وعجز الدول والمجتمعات عن مواجهة تأثيره وتبعاته الصحية والاجتماعية والاقتصادية وحتى السياسية، فضلاً عن الضبابية وعدم اليقين التي تلف الموضوع وما يصاحبها من غموض حول طبيعة الفيروس وإمكانية إيجاد لقاح له، تخلق حالة من الرعب في نفوس الناس ما يدفعهم إلى اللجوء إلى تصديق الشائعات وتداولها، وقد يكون إطلاق الشائعات وتداولها منظماً ومدروساً في بعض الأحيان، وعقوباً في أحيان أخرى ومثال ذلك لجوء بعض الشركات واللوبيات الاقتصادية لإصدار الشائعات التي تُضخم من الوباء، بهدف التلاعب في وعي المستهلك وتوجيهه نحو سلعة ما، وعلى صعيد الجماهير؛ يُشكل الخوف من المجهول، والغموض الذي يلف الفيروس الأساس الذي يجعلهم يميلون لتصديق هذه الشائعات وتداولها على نطاق واسع، بالإضافة إلى دوافع أخرى كالبحث عن الشهرة من خلال نشر شائعات مثيرة حول الفيروس (سلامة، 2020).

لذا يمكن بلورة مشكلة الدراسة في التساؤل التالي: ما اتجاهات الجمهور بمنطقة جازان في المملكة العربية السعودية نحو نشر الشائعات حول كوفيد 19 عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

### 2.2. أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة في عدة نقاط سواء من الناحية النظرية أو التطبيقية على النحو التالي:

- تتمثل أهمية الدراسة من الناحية النظرية:
  - حيوية الموضوع الذي تقوم بدراسته وهو اتجاهات الجمهور بمنطقة جازان نحو نشر الشائعات عن كوفيد19 بمواقع التواصل الاجتماعي.
  - يعد الموضوع إضافة معرفية من خلال تزويد المكتبات بمعلومات عن اتجاهات الجمهور نحو نشر الشائعات عن كوفيد19 بمواقع التواصل الاجتماعي.
  - محاولة التغلب على انتشار الشائعات الإلكترونية في المجتمعات.
- تعتبر الدراسة الحالية من الدراسات المهمة من الناحية التطبيقية:
  - حيث إنها من الدراسات التي تحاول رصد الشائعات الإلكترونية المختلفة عن جائحة كورونا التي تنشرها مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على اتجاهات الجمهور نحو تلك الشائعات.
  - محاولة دعم وتطبيق سبل مواجهة نشر الشائعات الإلكترونية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
  - تقديم عدد من التوصيات التي تساهم في الحد من انتشار الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

## 3. الإجراءات المنهجية للدراسة

### 3.1. هدف الدراسة:

سعت الدراسة الراهنة إلى تحقيق هدف أساسي ألا وهو: "التعرف على اتجاهات الجمهور بمنطقة جازان في المملكة العربية السعودية نحو نشر الشائعات حول كوفيد 19 عبر مواقع التواصل الاجتماعي".

### 3.2. تساؤلات الدراسة:

ولتحقيق هدف الدراسة السابق تسعى الدراسة الراهنة إلى الإجابة على مجموعة تساؤلات وهي كالتالي:

- ما دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات عن جائحة كورونا كما يراها الجمهور بمنطقة جازان؟
- ما اتجاهات جمهور منطقة جازان بالمملكة العربية السعودية نحو الشائعات الإلكترونية المنشورة عن جائحة كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟
- ما مدى حرص الجمهور بمنطقة جازان على اقتناء حساب على أحد مواقع التواصل الاجتماعي؟
- ما الفترة الزمنية وعدد الساعات التي يقضها الجمهور في متابعة آخر مستجدات كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟
- هل يدرك الجمهور مفهوم الشائعات؟
- ما أكثر مواقع التواصل الاجتماعي التي ينشر بها الشائعات عن جائحة كورونا كما يراها الجمهور بمنطقة جازان؟
- ما أهم الأساليب المستخدمة في نشر الشائعات عن جائحة كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي كما يراها الجمهور بمنطقة جازان؟
- ما أهم أسباب انتشار الشائعات الإلكترونية عن جائحة كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي كما يراها الجمهور بمنطقة جازان؟
- ما دوافع نشر الشائعات عن جائحة كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الجمهور؟
- كيف يتفاعل الجمهور مع المعلومات التي يتلقاها عن جائحة كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟
- ما التأثيرات التي تحدثها انتشار الشائعات الإلكترونية عن جائحة كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي على الفرد والمجتمع؟
- ما طرق مكافحة انتشار الشائعات الإلكترونية عن جائحة كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الجمهور؟

### 3.3. فروض الدراسة:

- الفرضية الأولى للدراسة انطلاقاً من نظرية انتقال الشائعات: هناك علاقة بين انتقال الشائعات عن كوفيد19 عبر مواقع التواصل الاجتماعي وبين اتجاهات الجمهور في منطقة جازان نحوها
- الفرضية الثانية للدراسة انطلاقاً من نظرية انتقال الشائعات: هناك علاقة بين نوعية الجمهور (الناقدة - غير الناقدة - الناقلة) وبين تقبل الشائعات عن كوفيد19 التي تنقل عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- الفرضية الثالثة للدراسة انطلاقاً من نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام: تفترض الدراسة أن الشائعات المنتشرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي عن كوفيد 19 تمثل إحدى حالات اعتماد الجمهور على مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة من وسائل الإعلام والحصول على المعلومات.

### 3.4. التعريفات الإجرائية للدراسة:

- **الشائعات Rumors** (شفيق، 2014): تقصد الباحثة بالشائعات الإلكترونية هنا: كافة الأخبار والمعلومات والبيانات المغلوطة والمفبركة والغير الصحيحة التي تنشر عن جائحة كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- **مواقع التواصل الاجتماعي Social Media** (علي، 2020): تقصد الباحثة بمواقع التواصل الاجتماعي: الفيس بوك، والانستجرام، والسناپ شات، واليوتيوب وغيرها مما يتم تداول الشائعات من خلالها.

### 3.5. نوع ومنهج الدراسة:

#### 3.5.1. نوع الدراسة:

تعد الدراسة الراهنة من الدراسات الوصفية التي تهدف إلى وصف الظواهر، من خلال جمع البيانات والمعلومات، وذلك بهدف التعرف على اتجاهات عينة من الجمهور بمنطقة جازان بالمملكة العربية السعودية نحو نشر الشائعات عن جائحة كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي، مع التركيز على متغير جنسية الباحثين وعلاقته باتجاهات الجمهور المختلفة.

#### 3.5.2. منهجية الدراسة:

اعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي باعتباره انصب المناهج العلمية ملائمة للدراسات الوصفية، وذلك من خلال أسلوب المسح بالعينة، من أجل وصف سمات وآراء واتجاهات الجمهور تجاه الشائعات التي تنشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي عن جائحة كورونا، بما يسمح بتعميم نتائج المسح على المجتمع التي سحبت منه العينة (بن مرسل، 2003).

### 3.5.3. أدوات جمع البيانات:

اعتمدت الدراسة على صحيفة الاستقصاء الإلكتروني عبر Google Forms للتعرف على اتجاهات الجمهور نحو الشائعات التي تنشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي عن جائحة كورونا وشملت (20) سؤال تغطي أهداف الدراسة وتساؤلاتها، حيث تم إرسال رابط صحيفة الاستقصاء الإلكترونية عبر صفحات الفيس بوك والواتس آب لعينة عمدية من الجمهور (السعوديين - غير السعوديين) بمنطقة جازان بالمملكة العربية السعودية.

### 3.6. إجراءات صدق وثبات أدوات جمع البيانات:

#### 3.6.1. اختبار الصدق:

قامت الباحثة بعرض صحيفة استطلاع رأي الجمهور الإلكترونية على عدد من أساتذة الإعلام للتأكد من صدق أداة القياس في قياسها لتغيرات الدراسة ومراجعة مدى ملاءمة المقاييس لأهداف الدراسة، وقامت الباحثة بإجراء التعديلات في المقاييس بالإضافة إلى الحذف أو إعادة الصياغة بالرجوع إلى ثلثة من المحكمين.

#### 3.6.2. اختبار الثبات:

للتحقق من ثبات أداة الدراسة قامت الباحثة بحساب معامل كرونباخ ألفا للتحقق من الثبات الداخلي للأداة والذي بلغ (0.747) مما يدل على ثبات الأداة وذلك على عينة مكونة من (50) مفردة.

## 4. الدراسات السابقة

حرصت الباحثة على متابعة العديد من الدراسات العربية والأجنبية التي تناولت الشائعات بشكل عام والشائعات الإلكترونية بشكل خاص وتأثيراتها على الرأي العام، بالإضافة إلى الدراسات التي تناولت استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في ترويج ونشر الشائعات واعتمدت على عرض التراث البحثي عرضاً موضوعياً من خلال عرض أهم النتائج التي توصلت لها هذه الدراسات، كالآتي:-

من خلال تتبع الخصائص التي تتمتع بها الإشاعة الإلكترونية المنتشرة عبر الفيس بوك ومقارنتها بما يتميز به الخبر الصحفي والمعلومة الصحيحة أكدت أهم نتائج دراسة مزارى (2020) أن هناك العديد من العوامل التي تساعد على انتشار الشائعات وصعوبة محاربتها منها غياب الجانب التنظيمي وانعدام النص القانوني الذي يتعلق باستخدام الفيس بوك والنشر من خلاله.

وفي دراسة أجراها مركز دراسات اللاجئين والنازحين والهجرة القسرية في جامعة اليرموك (نصير، 2021) أظهرت أن 80% من المجتمع لا يدركون أن الشائعات تهدف إلى تضليل الرأي العام، كما بينت نتائج الدراسة أن 55.9% من الأفراد يأخذون الشائعات على محمل الجد، قبل أن يتم تأكيدها من قبل الجهات الرسمية المعنية بذلك؛ مما يؤثر سلباً على روحهم المعنوية.

كما توصلت دراسة هزاع ورأفت (2019) إلى عدة نتائج أهمها: إن غالبية مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي يتصفحونها بشكل مكثف يصل إلى 7 ساعات فأكثر يومياً وأن تطبيق الواتس آب جاء في المقدمة من حيث استخدامه، يليه تويتر، وتبين أسباب استخدام الأفراد لمواقع التواصل الاجتماعي، جاء في مقدمتها "سرعة الوصول للمعلومة"، وبينت الدراسة اعتماد الأفراد على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات، على الترتيب الأول.

توصل رمضان (2019) في دراسته إلى عدة نتائج أهمها: إن شبكات التواصل الاجتماعي تعد أهم وسائل نشر الشائعات وأهم الوسائل التي ارتكزت عليها المخططات الاستراتيجية الإرهابية لنشر العنف والفوضى والإرهاب والأعمال الإجرامية.

أوضحت نتائج دراسة Doer et al. (2012) عن تأثير مواقع التواصل الاجتماعية على انتشار الشائعات مثل موقع الفيس بوك، موقع تويتر، أن آخر إحصائية للمشاركين في موقع تويتر وغيرها من مواقع التواصل الاجتماعي قد وصلت من 45.6 مليون إلى 51.2 مليون، وأكدت تأثيرها في اندلاع الثورات في بعض الدول

العربية وأعمال الشغب في لندن London riots وأن هذه الشبكات تنقل المعلومات بطريقة سريعة جداً وبين مجموعات قد تكون في ظاهرها غير متجانسة إلا أن هناك قواسم مشتركة من الاهتمامات تجمعهم ببعض، كما استنتجت الدراسة أن هناك مواقع تسري فيها الإشاعة أكثر من غيرها من المواقع الأخرى.

هذا وقد أشارت نتائج دراسة كل من Kang et al. (2011) و Metzger et al. (2010) في نتائجها إلى فكرة اعتماد أغلب مستخدمي الإنترنت على ما يسمى بالوسيط في نقل الأخبار والمعلومات والاعتماد على الآخرين في تقييم مصداقية المصدر الذي ينقل هذه المعلومات والأخبار.

## 5. الإطار النظري للدراسة

تحتل النظرية العلمية مكانة متميزة في البحث العلمي بصفة عامة سواء أكان موضوع البحث ظاهرة طبيعية أم ظاهرة إنسانية، وتتمثل هذه الأهمية في تحديد هوية أي علم من العلوم، حتى أن بعضاً من الباحثين يذهب إلى أن دورها أكثر من دور المنهج العلمي، على اعتبار أن المنهج العلمي شيء مشاع بين كل العلوم، أما نظرية أي علم فهي التي تحدد موضوعه وتنظم عملياته وأدواره، بل ومساره (عبد المعطي، 2001: ص12).

لذا فقد اعتمدت الباحثة على تبني الاتجاه التكاملية الذي لا يعتمد على اتجاه نظري بعينه، وإنما يجمع بين أكثر من اتجاه نظري بحيث يساعد في تفسير جميع جوانب موضوع الدراسة (كريب، 1999) والمتمثل في الاعتماد على (نظرية انتقال الشائعات Rumor Transmission Theory) كاتجاه رئيسي في تفسير موضوع الدراسة، وتبني بعض مفاهيم وقضايا نظرية (الاعتماد على وسائل الإعلام Media Dependency Theory) كاتجاه مساعد في تفسير موضوع الدراسة (إبراهيم، 2019).

### 5.1. نظرية انتقال الشائعات Rumor Transmission Theory:

تعتبر نظرية انتقال الشائعات من أهم النظريات المفسرة لانتقال الشائعات بين أفراد الجمهور وتفترض النظرية وجود علاقة بين الإطار المعرفي والخبرات الشخصية والتجارب الحياتية من جهة، وتقبل الشائعات من جهة أخرى، حيث يكون الأشخاص الذين لديهم معرفة بمفهوم الشائعات القدرة على التفرقة بين ما هو حقيقي وما هو مزيف مما يؤثر على مدى تقبلهم للشائعات وطريقة نقلهم لها وبالتالي فهم أقل تأثراً بالشائعات، كما صنفت النظرية علاقة الأفراد مع الشائعات إلى ثلاث مجموعات (الناقدة - غير الناقدة - الناقلة)، كما تفترض النظرية وجود علاقة بين طريقة نقل الشائعات وتقبلها فكلما انتقلت الشائعات من شبكات تفاعل متعددة كانت أكثر تقبلاً من تلك الشائعات التي تنتقل من شخص إلى شخص آخر (Buckner, 1965).

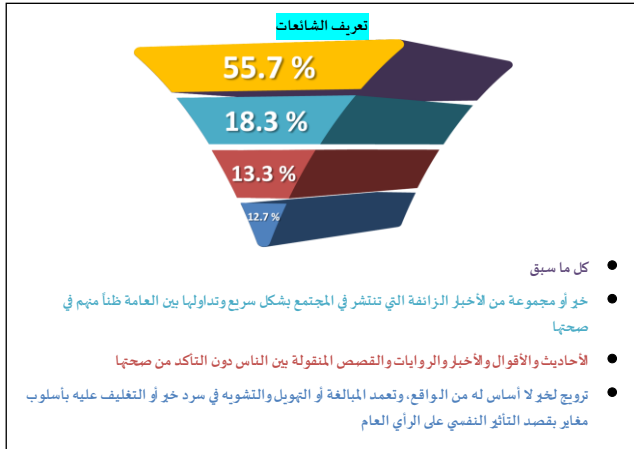
وبناءً على النظرية فإن هناك تأثيراً للشائعات يسبى بكرة الثلج والذي يعني أنه عندما تتفق الشائعات مع معتقدات الأفراد فإن ذلك يعطي مجالاً لتأثير كرة الثلج من خلال تداخل الأفكار الجديدة مع أفكار الأفراد، ويعتمد تأثير كرة الثلج على قدرة الأفراد في تحليل الشائعات فكلما كان الفرد قادراً على التفرقة بين ما هو حقيقي وما هو مزيف يتوقف تأثير كرة الثلج (Rosnow and Foster, 2005).

وبالتطبيق على الدراسة الراهنة ووفقاً لنظرية انتقال الشائعات فإنه يمكن القول بأن الشائعات التي تصل للجمهور عن كوفيد 19 عبر مواقع التواصل الاجتماعي يصعب التأكد من صحتها وتكون أكثر قابلية للتصديق من قبل الجمهور

### 5.2. الاعتماد على وسائل الإعلام Media Dependency Theory:

تنطلق الدراسة من بعض فروض نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام وخاصة مواقع التواصل الاجتماعي باعتبارها أحد أهم مصادر الأفراد في المجتمعات المختلفة في الحصول على أبرز مستجدات كوفيد 19، تفترض النظرية: إن علاقة الاعتماد على وسائل الإعلام تقوم على دعمتين رئيسيتين هما: حاجة الجمهور إلى المعلومات التي تلي احتياجاتهم وتحقق أهدافهم، واعتبار نظام الإعلام نظام معلومات يتم توظيفه لتلبية الحاجات وتحقيق الأهداف (عبد الحميد، 2009).

شكل رقم (6): تعريف الشائعات



أكدت نتائج الدراسة: ارتفاع إدراك الجمهور لمفهوم الشائعة حيث بلغت نسبة الباحثين الذين اختاروا فئة (كل ما سبق) والتي تجمع بين المفاهيم المختلفة للشائعة (55.7%) من إجمالي العينة، كما أثبتت أيضاً النتائج أن بقية أفراد العينة على وعي كامل بمفهوم من مفاهيم الشائعة، وهو ما يؤكد وعي وإدراك الجمهور لمفهوم الشائعة.

#### 7.1.4. اتجاهات الجمهور نحو أكثر مواقع التواصل الاجتماعي التي تصلهم من خلالها شائعات إلكترونية عن جائحة كورونا

أوضحت نتائج الدراسة: إن أكثر مواقع التواصل الاجتماعي توظيفاً في نشر الشائعات عن جائحة كورونا من وجهة نظر الجمهور كانت الواتس آب بنسبة (71.3%) تلاها موقع فيس بوك بنسبة (41.3%)، بينما جاء موقع تويتر في المرتبة الثالثة بنسبة (18.7%)، تلاه موقع سناب شات بنسبة (16.7%) بينما جاء موقع اليوتيوب في المرتبة الأخيرة بنسبة (3%).

#### 7.1.5. أهم الأساليب المستخدمة في نشر الشائعات عن جائحة كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي، بالإضافة إلى أهم أسباب انتشار الشائعات الإلكترونية عن جائحة كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي

المقصود هنا بالأسباب هي مجموعة العوامل التي ساعدت على انتشار الشائعات عن الجائحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي: وهو ما يوضحه الجدول رقم (1):

جدول رقم (1): أهم أساليب وأسباب انتشار الشائعات عن كوفيد19 عبر مواقع التواصل الاجتماعي

الأنحاء	ك	العبارة	الفئة
31.3	94	استخدام مقاطع صوتية مفتركة	الأساليب المستخدمة في نشر الشائعات
27.3	82	استخدام مقاطع فيديو مفتركة	
27.7	83	استخدام صور فوتوغرافية مفتركة	
49.0	147	معلومات غير صحيحة	
29.3	88	غموض المحتوى ونسبته إلى مصادر رسمية	
26.0	78	نشر تصريحات لمسؤولين والتلاعب فيها	
32.0	96	أرقام وبيانات عن حالات الإصابة غير صحيحة	
34.0	102	نشر معلومات مغلوطة مع الادعاء بأنها تجارب شخصية	
40.7	122	تقديم طرق وقاية وعلاج خالية من المصادر العلمية والطبية بهدف تحقيق شهرة أو مكسب اقتصادي	
2.0	6	أخرى تذكر	
66.0	198	انتشار نطاق الانتشار وسرعته عبر مواقع التواصل الاجتماعي	أسباب انتشار الشائعات
24.0	72	سهولة تجهيل مصدر الشائعة خصوصاً مع انتشار الحسابات الوهمية	
37.3	112	توافر تقنيات تزييف الصور والفيديوهات، لإضفاء مصداقية مزيفة على محتوى الشائعة تساعد على انتشارها	
42.0	126	عدم وعي معظم الملقين بالحقيقة	
31.0	93	الحاجة للأمل والرغبة في تصديق أي "خبر" من شأنه طمأنة الشخص ومن حوله	
26.0	78	عدم وجود مراكز متخصصة لرصد ومكافحة الشائعات وقت الأزمات	
43.7	131	ضعف الثقافة الصحية لدى كثير من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي	
1.0	3	أخرى تذكر	

توضح بيانات الجدول رقم (1): إن أكثر الأساليب المستخدمة في نشر الشائعات عن جائحة كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الجمهور كانت (تقديم معلومات غير صحيحة) بنسبة (49%)، تلاها (تقديم طرق وقاية وعلاج خالية من المصادر العلمية والطبية بهدف تحقيق شهرة أو مكسب اقتصادي) بنسبة (40.7%) ثم (نشر معلومات مغلوطة مع الادعاء بأنها تجارب شخصية) وذلك بنسبة (34%)، ثم (تقديم أرقام

وبالتطبيق على الدراسة الراهنة فإنها تستفيد من النظرية في: معرفة وتحديد حجم التعرض والاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على معلومات عن أبرز مستجدات كوفيد19 وتأثيرات هذا الاعتماد، حيث تستطيع مواقع التواصل الاجتماعي من خلال المعلومات التي تنشرها عن كوفيد 19 والتي قد تحتوي على العديد من الشائعات أن تؤثر في اتجاهات الجمهور، بالإضافة إلى أن اعتماد الكثير من الجمهور على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات ترتب عليه جعلها مصدر للشائعات.

## 6. إجراءات الدراسة

### 6.1. مجتمع الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة في الجمهور بمنطقة جازان بالمملكة العربية السعودية.

### 6.2. الحدود الزمانية للدراسة:

أجريت الدراسة على مدار شهر يونيو 2020.

### 6.3. عينة الدراسة:

اعتمدت الباحثة على عينة عمدية من متابعي مستجدات جائحة كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي (السعوديين - غير السعوديين) بمنطقة جازان بالمملكة العربية السعودية، بلغ قوامها (300) مفردة، تم التوصل لهم من خلال إرسال رابط صحيفة الاستقصاء الإلكترونية عبر صفحات الفيس بوك والواتس آب (بن مرسل، 2003).

### 6.4. خصائص عينة الدراسة:

- توزيع عينة الدراسة وفقاً للنوع: 49% ذكور، و 51% رجال.
- توزيع عينة الدراسة وفقاً لمُتغير الفئة العمرية: 10% (من 18 لأقل من 25)، 34% (من 25 لأقل من 35)، 39% (من 35 لأقل من 45)، 10% (من 45 لأقل من 50) و 7% (أكثر من 50).
- توزيع عينة الدراسة وفقاً للمستوى التعليمي: 2% (أقل من المتوسط)، 2% (متوسط)، 8% (ثانوي)، 54% (جامعي) و 33% (فوق الجامعي).
- توزيع عينة الدراسة وفقاً لمُتغير دخل الأسرة: 31% (أقل من 5000 ريال)، 41% (من 5000 لأقل من 10000 ريال)، 28% (10000 فأكثر).
- توزيع عينة الدراسة وفقاً للجنسية: 52% سعوديين، و 48% غير سعوديين.

## 7. نتائج الدراسة

### 7.1. النتائج العامة:

هدفت الدراسة إلى الإجابة على تساؤلات الدراسة وبيان العلاقات الارتباطية بين متغيراتها المختلفة، فضلاً عن استعراض تفسيرات النتائج وبيان مدى توافقها أو تعارضها مع نتائج الدراسات السابقة، وذلك على النحو الآتي:

#### 7.1.1. الحرص على اقتناء حساب على أحد مواقع التواصل الاجتماعي

أوضحت نتائج الدراسة: - ارتفاع نسبة اهتمام الجمهور باقتناء حساب على أحد مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة (59.7%) من إجمالي العينة، وهو ما يؤكد ارتفاع مستوى وعي الجمهور بأهمية مواقع التواصل الاجتماعي.

#### 7.1.2. الفترة الزمنية وعدد الساعات التي يقضيها الجمهور في متابعة آخر مستجدات كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي

بينت نتائج الدراسة: حرص الجمهور على متابعة مستجدات كورونا بشكل يومي حيث بلغت نسبة أفراد العينة الحريصين على متابعة مستجدات كورونا بشكل يومي (63.7%) وهو ما يدل على وعي الجمهور بأهمية التعرف على مستجدات الجائحة، كما أوضحت النتائج أن معظم أفراد العينة يتابعون مستجدات الجائحة (أقل من ساعة) وذلك بنسبة (79.3%) من إجمالي العينة.

#### 7.1.3. إدراك الجمهور لمفهوم الشائعة

وهو ما يوضحه الشكل رقم (6) الآتي:

وهو ما يوضحه الجدول رقم (3):

الاجتهاد	العبارة		الفترة
	ك	%	
206	68.7	النفي والرد السريع من الجهات الرسمية على الشائعات	طرق مكافحة انتشار الشائعات
140	46.7	التوعية والإرشاد بالمؤسسات الاجتماعية لخطورة هذه الشائعات على أمن واستقرار المجتمع	
129	43.0	الاستفادة من مواقع التواصل الاجتماعي في مواجهة الشائعات عن طريق نشر الخبر الكاذب والرد بمعلومات صحيحة توضح عدم مصداقيته	
168	56.0	عقوبات مشددة على مروجي تلك الشائعات	
122	40.7	تفعيل الرقابة على مواقع التواصل الاجتماعي بشكل أكبر	
127	42.3	القضاء على الشائعات بيّدا من الفرد نفسه وذلك بعدم تداولها أو إعادة إرسالها	
87	29.0	تكثيف الحملات التوعوية في المجتمع بخطورة تداول معلومات مجبولة المصدر	
100	33.3	متابعة حسابات الجهات الرسمية المسؤولة عن إدارة هذا الملف فقط، وأخذ الاحتياطات الطبيعية للحفاظ على سلامتنا	
91	30.3	إنشاء مراكز لرصد ومكافحة المعلومات المخللة، تتبنى طرقاً جديدة ومبتكرة للمواجهة، وذلك من خلال الاستفادة من تطبيقات الذكاء الاصطناعي	
106	35.3	نشر المعلومات الصحيحة حول الفيروس، ونشر الفيديوهات والمقالات التوعوية، التي تحت الأفراد على الالتزام بالتعليمات الطبية والصحية	
3	1.0	أخرى تذكر	

أما عن طرق مكافحة الشائعات من وجهة نظر الجمهور فبينت نتائج الجدول رقم (3): ارتفاع إدراك الجمهور ووعيمهم بهذه الطرق وهو ما يؤكد ارتفاع نسب اختيار الجمهور للطرق المختلفة لمكافحة انتشار الشائعات حيث جاء في مقدمتها (النفي والرد السريع من الجهات الرسمية على الشائعات) وذلك بنسبة (68.7%) ثم (عقوبات مشددة على مروجي تلك الشائعات) بنسبة (56%) تلاها (التوعية والإرشاد بالمؤسسات الاجتماعية لخطورة هذه الشائعات على أمن واستقرار المجتمع) بنسبة (46.7%) ثم (الاستفادة من مواقع التواصل الاجتماعي في مواجهة الشائعات عن طريق نشر الخبر الكاذب والرد بمعلومات صحيحة توضح عدم مصداقيته) بنسبة (43%)، هذا وقد قدم الجمهور العديد من المقترحات لمكافحة انتشار الشائعات الإلكترونية تلخصت في إنشاء هيئة للرقابة على ما ينشر من معلومات عبر مواقع التواصل الاجتماعي، والعمل على إصدار تشريع في القانون يجرم ويعاقب مروجي الشائعات الإلكترونية مع تغليظ العقوبات، بالإضافة إلى تكثيف التوعية بمخاطر الشائعات وتأثيراتها على الفرد والمجتمع في وسائل الإعلام الرسمية.

7.1.8. اتجاهات جمهور منطقة جازان بالمملكة العربية السعودية نحو الشائعات الإلكترونية المنشورة عن جائحة كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي

وهو ما يوضحه الجدول رقم (4):

الاجتهاد	العبارة		معارض
	ك	%	
224	74.7	25.3	أشعر بالإحباط تجاه ما ينشر من شائعات ومعلومات مغلوطة عن جائحة كورونا في مواقع التواصل الاجتماعي
28	9.3	90.7	أثق بجميع ما ينشر من أخبار ومعلومات عن جائحة كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي
178	59.3	40.7	إرقاق الشائعات عن جائحة كورونا ببعض الوائحات يدعم مصداقيته
280	93.3	6.7	الرجوع إلى أهل الخبرة عند مناقشة شائعة لمحاولة تفهيم
60	20.0	80.0	أرى أن مواقع التواصل الاجتماعي أكثر مصداقية في عرض آخر مستجدات جائحة كورونا
37	12.3	87.7	أعيد نشر المعلومات التي تصلني عن جائحة كورونا مباشرة دون التحقق من صحتها
275	91.7	8.3	لا أريد نشر المعلومات التي تصلني عن جائحة كورونا مباشرة إلا بعد التحقق من صحتها
275	91.7	8.3	أذا تبين لي زيف معلومة كنت قد نشرتها عن الجائحة أقوم بتصحيحها والتعليق عليها
242	80.7	19.3	عند التشكك في بعض المعلومات التي تصلني عن الجائحة أتجاهل البحث عن صحتها ولا أقوم بنشرها
265	88.3	11.7	لا أثق بجميع ما ينشر في مواقع التواصل الاجتماعي من أخبار ومعلومات عن جائحة كورونا
249	83.0	17.0	أثق فيما تنشره الحسابات الرسمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي من معلومات وأخبار عن جائحة كورونا
202	67.3	32.7	الإجراءات الرادعة لمروجي الشائعات الإلكترونية عن الجائحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي كافية

توضح بيانات الجدول رقم (4): إن اتجاهات جمهور منطقة جازان بالمملكة العربية السعودية نحو الشائعات الإلكترونية المنشورة عن جائحة كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي جاءت في معظمها لتؤكد ارتفاع الوعي لدى الجمهور بخطورة الشائعات وتأثيراتها السلبية على الفرد والمجتمع، بالإضافة إلى إدراكه لأهمية التثبوت من صحة المعلومات والأخبار قبل إعادة نشرها مع ضرورة تصحيح أي معلومة يثبت زيفها بعد نشرها والتعليق عليها، مع ضرورة الرجوع إلى أهل الخبرة عند مناقشة شائعة لمحاولة تفهيم،

وبيانات عن حالات الإصابة غير صحيحة) وذلك بنسبة (32%)، ثم (استخدام مقاطع صوتية مفيكة) بنسبة (31.3%)، بينما جاء (أخرى تذكر) في المرتبة الأخيرة بنسبة (2%) حيث يرى بعض أفراد العينة أن كل ما سبق من أساليب تستخدم في نشر الشائعات.

كما بينت نتائج الجدول رقم (1): إن أهم أسباب الشائعات عن جائحة كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الجمهور كانت (اتساع نطاق الانتشار وسرعته عبر مواقع التواصل الاجتماعي) بنسبة (66%) ثم (ضعف الثقافة الصحية لدى كثير من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي) وذلك بنسبة (43.7%)، تلاها (وبفارق بسيط) (عدم وعي معظم المتلقين بالحقيقة) بنسبة (42%)، بينما جاء (سهولة تجهيل مصدر الشائعة خصوصاً مع انتشار الحسابات الوهمية) في المرتبة ما قبل الأخيرة بنسبة (24%).

7.1.6. دوافع نشر الشائعات عن جائحة كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الجمهور، وطرق تفاعل الجمهور مع المعلومات التي ترد إليه عن جائحة كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

المقصود هنا بالدوافع هي دوافع مروجي الشائعات عن الجائحة لنشرها عبر مواقع التواصل الاجتماعي وهو ما يوضحه الجدول رقم (2):

الاجتهاد	العبارة		الفترة
	ك	%	
170	56.7	إثارة الرعب والبلع بين أفراد المجتمع عن طريق تضخيم الجائحة وتقديم معلومات مغلوطة	دوافع نشر الشائعة
104	34.7	تضليل الرأي العام	
120	40.0	إثارة الفتنة والقلق الاجتماعي	
100	33.3	إضعاف الروح المعنوية للأفراد في المجتمع	
91	30.3	التحريض على عدم الالتزام بالإجراءات الاحترازية لمواجهة المرض عن طريق التخفيف من أثر الجائحة مما يؤثر سلباً على المجتمع	
42	14.0	استغلال بعض الشركات للجائحة من خلال الترويج لمنتجات صحية غير مطابقة للمواصفات بغرض تحقيق مكسب اقتصادي	
88	29.3	إحداث لبلة ووزن الفتنة بالمجتمع	
102	34.0	استغلال الجائحة من جانب بعض الجهات الخارجية لإحداث أزمة ثقة بين القيادة والشعب	
4	1.3	أخرى تذكر	
34	11.3	إعادة نشر الخبر أو المعلومة دون التأكد من صحتها	
115	38.3	التأكد من صحة الأخبار قبل نشرها	طرق تفاعل الجمهور مع الشائعة
178	59.3	إهمال الشائعة وعدم نشرها	
32	10.7	كتابة تعليق عليها	
45	15.0	إضافة الروابط الإلكترونية التي تثبت عدم صحة الشائعة	
53	17.7	النفي السريع للشائعة	
47	15.7	الاكتفاء بقراءة التعليقات المكتوبة ومشاركات الآخرين	
1	0.3	أخرى تذكر	

توضح بيانات الجدول رقم (2): إن أكثر دوافع نشر الشائعات عن جائحة كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الجمهور كانت (إثارة الرعب والهلع بين أفراد المجتمع عن طريق تضخيم الجائحة وتقديم معلومات مغلوطة) بنسبة (56.7%) ثم (إثارة الفتنة والقلق الاجتماعي) وذلك بنسبة (40%)، تلاها (تضليل الرأي العام) بنسبة (34.7%) ثم (وبفارق بسيط) (استغلال الجائحة من جانب بعض الجهات الخارجية لإحداث أزمة ثقة بين القيادة والشعب) بنسبة (34%)، تلاها (التحريض على عدم الالتزام بالإجراءات الاحترازية لمواجهة المرض عن طريق التخفيف من أثر الجائحة مما يؤثر سلباً على المجتمع) بنسبة (30.3%) وفي المرتبة ما قبل الأخيرة جاء (دافع) (استغلال بعض الشركات للجائحة من خلال الترويج لمنتجات صحية غير مطابقة للمواصفات بغرض تحقيق مكسب اقتصادي) بنسبة (14%)، بينما في المرتبة الأخيرة عبر عدد من أفراد العينة بلغت نسبتهم (1.3%) عن دوافع أخرى لنشر الشائعات لعل أبرزها استغلال بعض الأفراد للجائحة لتحقيق شهرة اجتماعية من خلال ترويج المعلومات المغلوطة عن الجائحة.

كما بينت نتائج الجدول رقم (2): إن أكثر طرق تفاعل الجمهور مع المعلومات التي ترد إليه عن جائحة كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي كانت (إهمال الشائعة وعدم نشرها) بنسبة (59.3%) ثم (التأكد من صحة الأخبار قبل نشرها) وذلك بنسبة (38.3%)، بينما جاء (إعادة نشر الخبر أو المعلومة دون التأكد من صحتها) في المراتب الأخيرة بنسبة (11.3%)، تلاها (كتابة تعليق عليها) في المرتبة ما قبل الأخيرة بنسبة (10.7%) وهو ما يدل على ارتفاع وعي الجمهور بطرق التعامل مع الشائعات عن الجائحة.

7.1.7. طرق مكافحة انتشار الشائعات الإلكترونية عن جائحة كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي

الاستخدام لدى عينة السعوديين.

أكدت نتائج الدراسة حرص الجمهور على متابعة مستجدات كورونا بشكل يومي حيث بلغت نسبة أفراد العينة الحريصين على متابعة مستجدات كورونا بشكل يومي (63.7%) وهو ما يدل على وعي الجمهور بأهمية التعرف على مستجدات الجائحة.

أكدت نتائج الدراسة ارتفاع إدراك الجمهور ووعيمهم بالمفاهيم المختلفة للشائعات.

بينت نتائج الدراسة أن أكثر مواقع التواصل الاجتماعي توظيفاً في نشر الشائعات عن جائحة كورونا من وجهة نظر الجمهور كانت الواتس آب تلاها موقع فيس بوك، بينما جاء موقع تويتر في المرتبة الثالثة، تلاه موقع سناب شات بينما جاء موقع اليوتيوب في المرتبة الأخيرة، وهو ما أكدته أيضاً نتائج دراسة (عثمان، 2019) حيث أوضح أن 80% من مجتمع البحث يرون أن لوسائل الإعلام الجديد دوراً في ترويج الشائعات حيث أن 65% من مجتمع البحث أجابوا (بموافق بشدة) كما أكدت نتائج دراسته أن مواقع التواصل الاجتماعي بيئة خصبة لنمو الشائعات.

كما اتفقت نتائج الدراسة الراهنة مع نتائج دراسة (هزاع ورأفت، 2019)، حيث أوضحنا أن غالبية مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي يتصفحونها بشكل مكثف يصل إلى 7 ساعات فأكثر يومياً وأن تطبيق الواتس آب جاء في المقدمة من حيث استخدامه، يليه موقع تويتر.

اتضح من نتائج الدراسة أن أكثر الأساليب المستخدمة في نشر الشائعات عن جائحة كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الجمهور كانت (تقديم معلومات غير صحيحة) بينما جاء (المؤثرين في مواقع التواصل الاجتماعي) ضمن إجابات الباحثين عن فئة (أخرى تذكر) في المرتبة الأخيرة، وهو ما أكدته رصد الشائعات التي نشرتها (هيئة مكافحة الشائعات) عبر صفحتها على موقع تويتر.

أوضحت نتائج الدراسة الراهنة أن أهم أسباب الشائعات عن جائحة كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الجمهور كانت (اتساع نطاق الانتشار وسرعته عبر مواقع التواصل الاجتماعي) ثم (ضعف الثقافة الصحية لدى كثير من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي)، بينما جاءت (سهولة تجهيل مصدر الشائعة خصوصاً مع انتشار الحسابات الوهمية) في المرتبة الأخيرة، وهو ما يتفق مع نتائج دراسة (شرف، 2020) والتي أكدت ضرورة الاهتمام بتطوير التشريعات التي تعمل على تقنين تبادل المعلومات والأخبار عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وإنشاء مراكز حكومية لرصد الشائعات والتصدي لها.

بينت نتائج الدراسة أن أكثر دوافع نشر الشائعات عن جائحة كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الجمهور كانت (إثارة الرعب والهلع بين أفراد المجتمع عن طريق تضخيم الجائحة وتقديم معلومات مغلوطة) وفي المرتبة الأخيرة جاء دافع (لإحداث بلبلة وهز الثقة بالمجتمع).

أكدت نتائج الدراسة ارتفاع وعي الجمهور بطرق التفاعل الإيجابية مع المعلومات التي ترد إليه عن جائحة كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي والتي جاء في مقدمتها إهمال الشائعة وعدم نشرها، والتأكد من صحة المعلومات قبل نشرها.

أكدت نتائج الدراسة ارتفاع الوعي لدى الجمهور بمنطقة جازان بالمملكة العربية السعودية بخطورة الشائعات الإلكترونية المنشورة عن جائحة كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيراتها السلبية على الفرد والمجتمع، بالإضافة إلى إدراكه لأهمية التثبت من صحة المعلومات والأخبار قبل إعادة نشرها مع ضرورة تصحيح أي معلومة يثبت زيفها بعد نشرها والتعليق عليها، مع أهمية الرجوع إلى أهل الخبرة عند مناقشة شائعة لمحاولة نفيها.

أكدت نتائج الدراسة وعي الجمهور بتأثيرات الشائعات على الفرد والمجتمع، كما أكدت ارتفاع وعي الجمهور وإدراكهم بطرق مكافحة انتشار الشائعات الإلكترونية عن جائحة كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي وهو ما يؤكد ارتفاع نسب اختيار الجمهور للطرق المختلفة لمكافحة انتشار الشائعات، هذا وقد قدم الجمهور العديد من المقترحات لمكافحة انتشار الشائعات الإلكترونية من أهمها: إنشاء هيئة للرقابة على ما ينشر من معلومات عبر مواقع التواصل الاجتماعي، والعمل على إصدار تشريع في القانون يجرم ويعاقب مروجي الشائعات الإلكترونية مع تغليب العقوبات، بالإضافة إلى تكثيف التوعية بمخاطر الشائعات وتأثيراتها على الفرد والمجتمع في وسائل الإعلام الرسمية.

حيث حظيت العبارات التي تؤكد ذلك على أعلى نسب الموافقة لدى أفراد العينة حيث جاءت في مقدمة تلك العبارات (الرجوع إلى أهل الخبرة عند مناقشة شائعة لمحاولة نفيها) بنسبة (93.3%) ثم تلاها وينسب متساوية العبارتان (لا أعيد نشر المعلومات التي تصلي عن جائحة كورونا مباشرة إلا بعد التحقق من صحتها)، (إذا تبين لي زيف معلومة كنت قد نشرتها عن الجائحة أقوم بتصحيحها والتعليق عليها) بنسبة (91.7%)، ثم عبارة (لا أثق بجميع ما ينشر في مواقع التواصل الاجتماعي من أخبار ومعلومات عن جائحة كورونا) وذلك بنسبة (88.3%)، تلاها عبارة (عند التشكك في بعض المعلومات التي تصلي عن الجائحة أتجاهل البحث عن صحتها ولا أقوم بنشرها) وذلك بنسبة (80.7%).

### 7.1.9. تأثيرات انتشار الشائعات الإلكترونية عن جائحة كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي

بينت نتائج الدراسة: إن أكثر تأثيرات انتشار الشائعات عن جائحة كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الجمهور كانت (التأثير على أمن واستقرار المجتمع) بنسبة (67.3%) ثم (الشائعات تقلل ثقة بعض الأفراد بالمعلومات الصادرة عن الجهات الرسمية، مما يدفعهم إلى كسر الحظر، والتعدي على القرارات الصادرة عن الجهات الرسمية) وذلك بنسبة (47.3%)، بينما جاء (تؤدي الشائعات العشوائية حول عدد الإصابات أو أعراض المرض أو وسائل الوقاية منه، إلى زيادة الضبابية حول المعلومات المتاحة عن الفيروس) في المرتبة الأخيرة بنسبة (29.7%)، وهو ما يدل على ارتفاع وعي الجمهور بتأثيرات الشائعات على الفرد والمجتمع.

### 7.2. نتائج اختبار الفروض:

#### 7.2.1. معدل اعتماد الجمهور على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على معلومات عن كوفيد 19 وتقبلهم للشائعات

أوضحت نتائج الدراسة عدم وجود علاقة ارتباطية بين معدل اعتماد عينة الدراسة على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على معلومات عن أبرز مستجدات كوفيد 19 وبين تقبلهم للشائعات حيث جاء معامل الارتباط لتقبل الشائعات (0.0475) ومستوى معنوية (0.760) وهي علاقة غير دالة إحصائياً، مما يدل على وعي الجمهور بما هو صحيح وما هو زائف من معلومات تنشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي عن كوفيد 19.

#### 7.2.2. معدل ثقة الجمهور بما تنشره مواقع التواصل الاجتماعي من معلومات عن كوفيد 19 وتداول المعلومات

أوضحت نتائج الدراسة وجود علاقة ارتباطية بين ثقة الجمهور بما تنشره مواقع التواصل الاجتماعي من معلومات عن أبرز مستجدات كوفيد 19 وبين تداولهم لهذه المعلومات ونشرها حيث جاء معامل الارتباط لتقبل الشائعات (0.286) ومستوى معنوية (0.000) وهي علاقة دالة إحصائياً، مما يدل على عدم ثقة الجمهور فيما ينشر من شائعات عن جائحة كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي وإدراكه لأهمية التأكد من صحتها

#### 7.2.3. معدل متابعة الجمهور لما تنشره مواقع التواصل الاجتماعي من معلومات عن كوفيد 19 وإدراك مخاطر الشائعات

أوضحت نتائج الدراسة وجود علاقة ارتباطية بين متابعة الجمهور لما تنشره مواقع التواصل الاجتماعي من معلومات عن أبرز مستجدات كوفيد 19 وبين إدراكهم لمخاطر الشائعات حيث جاء معامل الارتباط لتقبل الشائعات (0.275) ومستوى معنوية (0.000) وهي علاقة دالة إحصائياً، مما يدل على وعي الجمهور بمخاطر الشائعات على المجتمع والوطن والفرد

### 7.3. مناقشة النتائج:

- ارتفاع نسبة اهتمام الجمهور باقتناء حساب على أحد مواقع التواصل الاجتماعي، وهو ما يؤكد ارتفاع مستوى وعي الجمهور بأهميتها، كما بينت النتائج عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين جنسية الباحثين ومدى اهتمامهم بالحرص على اقتناء الحساب.
- أوضحت نتائج الدراسة أن عينة غير السعوديين هم الأكثر استخداماً للفيس بوك من عينة السعوديين، بينما جاء موقع تويتر في المرتبة الأولى في

## 8. توصيات الدراسة

ومن خلال ما سبق توصي الدراسة بالآتي:

- مواجهة الشائعات من خلال نشر التوعية الإعلامية بمخاطر الشائعات والتي سيكون لها أثر فعال في الحد من انتشار الشائعات وتداولها عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- الدعوة إلى محو الأمية الرقمية والتوعية بكيفية التعامل مع مواقع التواصل الاجتماعي وما تقدمه من معلومات وأخبار.
- القيام بحملات توعوية عبر مواقع التواصل الاجتماعي عن مخاطر الشائعات على الفرد والمجتمع وكيفية مواجهتها والحد من انتشارها.

## نبذة عن المؤلفة

سالي سعد جودة إبراهيم

قسم الصحافة والإعلام، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، جامعة جازان، جازان، المملكة العربية السعودية. saly2010eg@gmail.com, 00966596178335

د. إبراهيم، مصرية، دكتوراه (جامعة عين شمس)، زميل الجمعية المصرية للعلاقات العامة (عضو لجنة الإعلام وشؤون المرأة)، منسقة بشعبية العلاقات العامة بمنتهى الأصالة والتجديد في بحوث الإعلام العربية، عملت مدرساً بوحدة التصوير والمونتاج، وعضو مجلس تحرير بمجلة صحفيات الغد وصحيفة بنات عين شمس، وعضوًا للجنة الدراسة الذاتية بوحدة الجودة، ورئيسة للنادي الإعلامي بكلية الآداب والعلوم الإنسانية ومشرفاً على البوابة الإلكترونية وحسابات التواصل الاجتماعي وعضو اللجنة الاستشارية بكلية الآداب والعلوم الإنسانية لشطر الطالبات بجامعة جازان، وعضو هيئة تحرير بصحيفة الجامعة. قدمت مجموعة من الدورات وورش العمل والبرامج التدريبية، وشاركت في العديد من البرامج والمنتديات والمؤتمرات.

## المراجع

- إبراهيم، سالي سعد جودة. (2019). دور المعلوماتية في التسويق السياحي لمصر الفيض بولك نموذجاً. *مجلة البحث العلمي في الآداب، كلية البنات للآداب والعلوم والتربية، جامعة عين شمس، القاهرة، جمهورية مصر العربية*, 4(20)، 1-34.
- بن مرسل، أحمد. (2003). *مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال*. الجزائر: العاصمة، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
- بوكو، هيرمان. (2020). *أخصائية في الأمراض المعدية تفسر الصحيح من الزائفة من وصفات العلاج على مواقع التواصل الاجتماعي في إفريقيا*. متوفر بموقع: <https://f24.my/6OuD/> (تاريخ الاسترجاع: 2020/06/10).
- رمضان، نصر. (2019). الشائعات ونشرها عبر مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي: دراسة مقارنة. في: *المؤتمر العلمي السادس: القانون والشائعات*، كلية الحقوق، جامعة طنطا، طنطا، جمهورية مصر العربية، 19-22/04/2019.
- سلامة، سنابل. (2020). *لماذا يلجأ الناس إلى تصديق الشائعات في الكوارث والأزمات؟ كورونا مثلاً*. متوفر بموقع: <https://www.hafryat.com/ar/blog/> (تاريخ الاسترجاع: 2020/06/10).
- شرف، إيناس منصور كامل. (2020). دور مواقع التواصل الاجتماعي في الترويج للشائعات وعرض الحقائق الخاصة بفيروس كورونا المستجد (كوفيد-19). *مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، جمهورية مصر العربية*, 29(8)، 193-246.
- شفيق، حسين. (2014). *نظريات الإعلام وتطبيقاتها في دراسات الإعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي*. القاهرة، جمهورية مصر العربية: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع.
- عبد الحميد، محمد. (2009). *الاتصال والإعلام على شبكات الإنترنت*. الطبعة الثالثة. القاهرة، جمهورية مصر العربية: عالم الكتب.
- عبد المعطي، عبد الباسط. (2001). *في النظرية المعاصرة لعلم الاجتماع*. القاهرة، جمهورية مصر العربية: بدون دار نشر.
- عثمان، نصر الدين عبد القادر. (2019). دور الإعلام الجديد في نشر الإشاعة وآليات التصدي لها دراسة ميدانية على أساتذة الإعلام والإعلاميين. *مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، مصر، بدون رقم مجلد* (23)، 213-39.
- علي، مديحة مربي عمر. (2020). *شبكات مواقع التواصل الاجتماعي*. متوفر بموقع: <https://sites.google.com/site/socialnetworksand/home> (تاريخ الاسترجاع: 2020/07/04).
- قسم علم الاجتماع بموقع بحوث. (2020). *كيف تساعد الشائعات المنتشرة على التوتير التغيير في الاتجاهات*. متوفر بموقع: <https://cutt.us/v3drp> (تاريخ الاسترجاع: 2020/06/10).
- كريب، إيان. ترجمة: غلوم، محمد حسين. (1999). النظرية الاجتماعية من بارسونز إلى هابرماس. *سلسلة عالم المعرفة، الكويت، بدون رقم مجلد* (244)، بدون أرقام صفحات.
- مزازي، نصر الدين. (2020). المصادقية في الفيس بوك بين الخبر والإشاعة قراءة في آليات انتشار الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي وسبل محاربتها. *مجلة أفراق للعلوم، جامعة زيان عاشور الجلفة، الجزائر*, 5(2)، 21-212.
- موقع (BBC news) عربي. (2020). *فيس كوروننا: هل ساهمت وسائل التواصل الاجتماعي في نشر الذعر والخوف؟*. متوفر بموقع: <https://www.bbc.com/arabic/interactivity-52084379> (تاريخ الاسترجاع: 2020/06/10).
- موقع (BBC news) عربي. (2020). *فيروس كورونا: توتير يحظر "المحتوى المضلل" حول الوباء*. متوفر بموقع: <https://www.bbc.com/arabic/science-and-tech-51963727> (تاريخ الاسترجاع: 2021/01/29).
- نصير، أمل. (2021). *من اليرموك أثر الشائعات على المجتمع في ظل الكورونا*. متوفر بموقع: <https://www.ammonnews.net/article/529528> (تاريخ الاسترجاع: 2021/07/29).
- هزاع، حفصة ورافت، رباب. (2019). اتجاهات الرأي العام نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات. *المجلة العربية للعلوم ونشر الأبحاث، المركز القومي للبحوث، غزة، فلسطين*, 5(2)، 27-51.
- Bin Mirslı, A. (2003). *Manahij Albahth Aleilmii Fi Eulum Al'ielam Walaitisal 'Scientific Research Methods in the Sciences of Media and Communication'*. The Capital Algiers, Algeria: University Publications Bureau. [in Arabic]
- Buckner, H.T. (1965). A theory of rumor transmission. *Public Opinion Quarterly*, 29(1), 54-70
- Buku, H. (2020). *Akhsayiyatan Fi Al Amrad Almuediat Tufasir Alshahih Min Alzayif Min Wasifat Aleilaj Ealaa Mawaqie Altawasul Alajitimaieii Fi Ifriqia* 'An Infectious Disease Specialist Interprets Correct and False of Treatment Prescriptions on Social Media in Africa'. Available at: <https://f24.my/6OuD/> (accessed on 10/06/2020) [in Arabic]
- Doer, B., Fous, M. and Fredric, T. (2012). 'Experimental analysis of rumor spreading in social networks'. In: *Design and Analysis of Algorithms Conference*, Kibbutz, Ein Gedi, 03-5/12/2012
- Eabd Alhamid, M. (2009). *Alaitisal Walielam Ealaa Shabakat Alaintarnata* 'Communication and Information on Internet Networks'. 3<sup>rd</sup> edition. Cairo, Egypt: The World of Books. [in Arabic]
- Eabd Almaeti, E.A. (2001). *Fi Alnazariat Almueasirat Laeilm Aalajitimaie* 'In Contemporary Theory of Sociology'. Cairo, Arab Republic of Egypt: n/a [in Arabic]
- Eali, M.M. (2020). *Shabakat Mawaqie Altawasul Alajitimaieii* 'Social Networks and Websites'. Available at: <https://sites.google.com/site/socialnetworksand/home> (accessed on 04/07/2020) [in Arabic]
- Eathman, N.A. (2019). Dawr alihamid aljadid fi nashr aliishaeat waliat altasadiy laha dirasat maydaniat ealaa 'asatidhat al'ielam walielamiyna 'The role of the new media in spreading rumor and mechanisms to counter it, a field study on media and media professionals'. *Majalat Bihawth Alealaqat Aleamat Alshrq Alawsat, Misri, n/a*(23), 213-39 [in Arabic]
- Griffin, E. (2000). *A First Look at Communication Theory*. 4<sup>th</sup> edition. Boston, MA: McGraw-Hill
- Huzae, H. and Waraafi, R. (2019). Aitijahat alraay aleamu nahw dawr mawaqie altawasul alajitimaieii fi nashr alshaaieat 'Public opinion trends towards the role of social media in spreading rumors'. *Almajalat Alearabiat Lileulum Wanashr Al'abhath, National Research Center, Gaza, Palestine*, 5(2), 27-51 [in Arabic]
- Ibrahim, S.S. (2019). Dawr almalumatiat fi altaswiq alsiyahii limisir iilfis buk nmwdhjaan 'The role of informatics in tourism marketing to Egypt, facebook as a model'. *Majalat Albahth Aleilmii Fi Aladabi, Kuliyat Albanat Liladab Waleulum Waltarbiati, Jamieat Eayan Shams, Alqahirat, Jumhuriat Misr Alearabit*, 4(20), 01-34 [in Arabic]
- Kang, H., Bae, K., Zhang, S. and Shyam, S.S. (2011). Source cues in online news: is the proximate source more powerful than distal sources?. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 88(4), 719-36
- Karib, I. (1999). Alnazariat alajitimaieiat min Biarsunz 'iilaa Habirmas 'Social theory from Parsons to Habermas'. *Slsat Ealam Almuierifati, Alkuayta, n/a*(244), n/a. [in Arabic]
- Mazari, N. (2020). Almsidaqiat fi iilfis buk bayn alkhbar waliishaeat qaraatan fi aliat aintishar alshshayieat fi mawaqie altawasul alajitimaieii wasubul muharabatiha 'Facebook credibility between news and rumor is a reading of the mechanisms of spreading rumors on social networking sites and ways to fight them'. *Majalat Afaq Lileulum, Jamieat Zayaan Eashur Aljilfati, Aljazayir*, 5(2), 212-21 [in Arabic]
- Metzger, M.J., Flanagan, A.J. and Medders, R.B. (2010). Social and heuristic approaches to credibility evaluation online. *Journal of Communication*, 60(03), 413-39.
- Nasir, A. (2021). *Min Ahyarmuk Athar Alshshayieat Ealaa Almujtamae Fi Zili Alkuruna* 'From Yarmouk, the impact of rumors on society in light of the Coronavirus'. Available at:

- <https://www.ammonnews.net/article/529528> (accessed on 29/01/2021) [in Arabic]
- Qasam eilm alaijtimae bimawqie bihawth. (2020). *Kayf Tusaeid Alshshayieat Almuntashirat Ealaa Altawuyutir Altagyir Fi Alaitijahat* 'How Rumors Spreading on Twitter Help a Change in Trends'. Available at: <https://cutt.us/v3drp> (accessed on 10/06/2020) [in Arabic]
- Ramdan, N. (2019). Alshshayieat wanashruha eabr mawaqie washabakat altawasul alajtmaey dirasat muqarinat 'Rumors and their spread across social media sites and networks: a comparative study'. In: *Sixth Scientific Conference: Law and Rumors*, Faculty of Law, Tanta University, Tanta, Arab Republic of Egypt, 19-22/04/2019 [in Arabic]
- Rosnow, R.L. and Foster ,E.K. (2005). Rumor and Gossip Research. *Psychological Science Agenda*, 19(04), 1–4.
- Salamt, S. (2020). *Limadha Yalja Alnaas Ilaa Tasdiq Alshshayieat Fi Alkawarith Wal azmat? Kwrwna Mthalaan* 'Why Do People Resort to Believing Rumors in Disasters and Crises? Corona is an Example'. Available at: <https://www.hafryat.com/ar/blog/> (accessed on 10/06/2020) [in Arabic]
- Shafiq, H. (2014). *Nazriaat Aliielam Watatbiqatiha Fi Dirasat Aliielam Aljadid Wamawaqie Altawasul Alaijtimaei* 'Media Theories and Their Applications in Studies of New Media and Social Media'. Cairo, Arab Republic of Egypt: Al Falah Library for Publishing and Distribution. [in Arabic]
- Shurf, I.M. (2020). Dur mawaqie altawasul alijtimaeii fi altarwij lilshshayieat waeard alhaqayiq alkhasat bifayrus kwrwna almustajid (kwafid-19) 'The role of social media in promoting rumors and presenting the facts about the emerging corona virus (Covid-19)'. *Majalat Bihawth Alealaqat Aleamat Alshrq Alawsati, Jumhuriat Misr Alearbiat*, 8(29), 193–246. [in Arabic]