مجلة الإحياء، المجلد: 20، العدد: 26، سبتمبر 2020، ص - ص: 959 – 984
الترقيم الدولي:1112-4350 الترقيم الدولي الإلكتروني:2588-2406

التأثير النفسي للشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي على الطالب الجامعي في ظل أزمة كورونا

The psychological impact of rumors on social media on the university student in light of the Corona crisis

د. خديجة بن سالم
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية والعلوم الإسلامية- جامعة أحمد دراية بأدرار
khe.bensalem@univ-adrar.dz

تاريخ الإرسال: 2020/06/26 تاريخ القبول: 2020/09/07

ملخص:

تهدف هذه الدراسة بشكل عام إلى التعرف على التأثير النفسي للشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي في ظل أزمة كورونا على الطالب الجامعي. وتكونت عينة الدراسة من (100) طالب من جامعة أدرار- الجزائر، تم اختيارهم بطريقة عشوائية، وتم استخدام المنهج الوصفي، الذي يتناسب والغرض من الدراسة. وتم تصميم استمارة استبيان بعد مراجعة الدراسات السابقة والأدب النظري وتم توزيعها إلكترونيا، وانتهت النتائج إلى أن أفراد العينة يؤكدون على ضرورة زيادة وعي الجمهور وبنائه ثقافياً. فالوعي هو العنصر الفاعل في مواجهة الشائعات، وهو الذي يجعل الجمهور قادراً على التمييز والانتقاء من بين ما يعرض عليه، وكما لا يخفى فإن من أهم آليات مواجهة الشائعات إتاحة المعلومة الصحيحة؛ لأن غياب المعلومة يهيئ البيئة الخصبة لانتشار الشائعات بشكل كبير والتأثر النفسي بها فيما بعد.

الكلمات المفتاحية: التأثير النفسي؛ الشائعات؛ مواقع التواصل الاجتماعي؛ أزمة كورونا.

Abstract:

This study generally aims at identifying the psychological impact of rumors on social media in the light of the Corona virus and on the students. The sample of the study consisted of (100) students from the University of Adrar / Algeria, and a descriptive approach was used, which suits the purpose of the study. A survey has been conducted after reviewing previous studies and theoretical literature which was distributed later on network. The results concluded that the members of this sample were affected psychologically, some of them take the rumors seriously, before they are confirmed by the relevant official authorities; This negatively affects their morale. Some of them

start surfing social media, without considering to what extent the rumors are true nor what are their real source. They feel it as necessary to raise the public awareness and cultural construction. Consciousness is the active ingredient in facing rumors, and it is what makes the public able to distinguish and choose from what is presented to.

Keywords: Psychological impact؛ Rumors؛ Social media Corona crisis.

مقدمة:

تعد الإشاعات من أهم أساليب ووسائل الحرب النفسية والاجتماعية؛ لأنها تستعمل بفاعلية وقت الحرب وكذلك وقت السلم (الحرب الباردة) وتتميز بشدة تأثيرها على عواطف الجماهير، وقدرتها الكبيرة على الانتشار، وفعاليتها العظيمة التي تبدأ منذ وصولها إلى المكان الموجهة إليه.

وتختلف الإشاعات عن الأساليب الأخرى في أن الوسيلة التي تحملها وتنقلها وتزيد من حدتها وفعاليتها هي المجتمع المستهدف نفسه، فما أن تصل الإشاعة إلى بعض أفراد المجتمع المستهدف حتى يقومون بروايتها وترويجها إلى كل من يعرفون، بل لا يقتصر الأمر عند حد الرواية أو النقل فقط؛ بل يتعدى الأمر إلى أن الشخص الذي ينقل الإشاعة غالباً ما يضيف عليها ويبالغ فيها، وربما اختلق أجزاء كثيرة من تفاصيلها؛ مما يجعل الفائدة من الإشاعة أعظم وأقوى من أية وسيلة إعلامية بالنسبة لموجه الإشاعة؛ لأن الجمهور المستهدف قد حمل عبء نقل الإشاعة إلى كل فردمن أفراد المجتمع، مما ساعد على سرعة نقلها، وكذلك ساعد على زيادة فعاليتها وتأثيرها.

فوسائل الإعلام من المصادر الأساسية للمعلومة، والتي يبني عليها الفرد مواقفه، وتقوم عليها اتجاهات الجماعات حيال الأحداث الجارية، سواء بالقبول أو الرفض، كما تتولى وسائل الإعلام الدور الملموس في تشكيل موقف الجمهور المتلقي من القضايا المطروحة على الساحة المحلية، أو الدولية[1].

ويواجه العالم عامةً والجزائريون خاصةً حرباً تكاد تكون من أشد وأقسى الحروب التي يشنها الأعداء ضد خصومهم، تتمثل في بث الإشاعات الهادفة إلى النيل من تماسكهم، وبث الفتنة والرعب بينهم، وذلك عبر وسائل الإعلام

والاتصال خاصة مواقع التواصل الاجتماعي في ظل ما نعيشه والعالم بأسره من تفشي لوباء كورونا.

نود أن نشير في البداية إلى أن هدفنا من هذه الدراسة محاربة الشائعات عن طريق توعية الطالب الجامعي- بما أنه من أكثر المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي كما أثبتته الكثير من الدراسات- بمخاطر الشائعات وتأثيرها على استقراره النفسي في ظل أزمة كورونا ،بالإضافة إلى نشر الوعي اللازم للتأكد من صحة الأخبار من مصادرها المعتمدة.

أولا- الإطار النظري للدراسة:

1- الإشكالية: يتأثر انتشار الشائعات بصورة طبيعة بشبكة العلاقات القائمة بين أعضاء جماعة معينة والوظائف الاجتماعية، والمكانة التي يحتلها كل فرد داخل الجماعة التي تنتشر الشائعة بين أعضائها وعلى الرغم من أن هذه العلاقات غير رسمية، فإنها تمثل المسارات المهمة التي يتم انتشار الشائعات بسرعة عن طريقها، وتقوم الشائعة في الحروب على إستراتيجية وتكتيك معينين، وليست عملا ارتجالي أو عملا فوضوي يقوم به فرد أو جماعة لتحقيق مقاصد قريبة أو بعيدة، وتستخدم الشائعة في المجال الاستراتيجي ضمن مفهوم عام يكون بمنزلة الدليل لاستخدامها، كما تستخدم الشائعة في المجال التكتيكي وذلك كلما اقتضي الوضع الراهن ومعطيات الوقائع في زمان ومكان محددين وذلك لتصيب وتبلغ الأهداف المرسومة لها بدقة فلا تخطئها، فالإشاعة أصبحت علماً من العلوم المنضبطة ذات المناهج والقواعد والأسس، وإن من أطلق الإشاعة له أهداف محددة ومخطط لها، ولذا فإنه يسلك في تحقيقها طريقاً منظماً من شأنه أن يصل إلى المراد ويصيب الأهداف بدقة، ولذا لا نعني بطبيعة الحال أن كل إشاعة هي بهذه المثابة والتفكير فلسنا ننفي وجود العمل الفوضوي والإشاعة الفوضوية، وإنما نعني أن من أراد دراسة الإشاعة علماً واضحاً منضبطاً أمكنه ذلك[2].

إن المجتمع الذي ينتشر فيه الشائعات معرض لأن يكون حاضنة لانتشار تدني المعنويات كونها تؤسس حواجز تحجب الحقائق فيحدث غموضاً وبلبلة تحول دون التعرف على صحة وحقيقة الشائعة مما يجعلها خبراً صادقاً تتناقله

وسائل الإعلام مما يولد مناخاً للناس ويؤثر في مصداقية الرأي العام يفسح المجال لانتشار الأكاذيب والإخبار المبنية على مقاصد سيئة ويبث طاقات سلبية في المجتمع، تشل حركته وفاعليته وإنتاجه، ويمكن أن تكون مخلخلة للتنظيم الاجتماعي من تحليل العلاقة بين الإشاعات والتنظيم الاجتماعي[3].

يذهب أصحاب مدرسة التحليل النفسي إلى أن الشائعة تكشف عن محتويات اللاوعي الجماعي بصورة ملتوية، عن طريق بعض الحيل النفسية، مثلا لإسقاط، والرمزية، والتكثيف والإسقاط، والإزاحة، والعزل وغيرها، وفى تصورهم أن الشائعة تنجح حين تكون قادرة على تحريك كوامن اللاوعي والانفعالات المكبوتة.

أما أصحاب المدرسة المعرفية فيعزون الشائعة إلى عدم الوضوح المعرفي Uncertainty Cognitive فكلما كانت الأمور ضبابية وملتبسة كان الجو مهيأ للانتشار الشائعات، ويرى أصحاب فكرة الاحتياجات أن الشائعة تحقق لأصحابها إشباع احتياجات غير مشبعة.

ويرى فريق كبير من علماء النفس أن انتشار الشائعة يعتمد جزئيا على نظرية الجشتالت، التي تؤكد على أن الإدراك الحسي للأشياء ينحو دائما نحو البساطة والانتظام والإحساس بالاكتمال، والشائعات تنبثق لتشرح المواقف المميزة التي تهمنا ولتريحنا من توتر الحيرة. لذلك، وبما أن الشائعة ترتبط في نجاحها بمدى مواءمتها للتركيبة النفسية لمتلقيها نجد فيها صفة الانتقائية، فهي تؤثر في مجتمع بعينه لأنها تتفق مع رموزه، وثقافته، واحتياجاته، وصعوباته، ومشكلاته، ولا تؤثر في مجتمع آخر قد لا يفهم مدلولاتها أو رموزها أو إيحاءاتها، وقد تفهم الشائعة في مجتمع بمعنى وتفهم في مجتمع آخر بمعنى مختلف، بناءا على الرموز السائدة ومدلولاتها، وانتقائية الشائعة تجعلها سلاحا موجها يصيب المستهدفين دون غيرهم[4].

ومع تطور وسائل الاتصال أصبح انتشار الشائعة من الأمور البسيطة وبإمكان شخص واحد كتابة خبر ونشره إلى عشرات المواقع الإلكترونية وقراءته من قبل آلاف الناس الذين بدورهم سيقومون بنشره، ورغم أن وسائل الاتصال قد سهلت حياة الإنسان كثيرا لكنها في نفس الوقت سلاح ذو حدين

فالبعض يستخدمه فيما ينفعه ولكن البعض يستخدمه في الجريمة ونشر الأكاذيب وغيرها من الأعمال غير المشروعة سواء بقصد أو بدون قصد، وأصبحت الكثير من المجتمعات في وقتن الحالي تسمى "مجتمعات معلوماتية " فأصبح نشر الشائعة ليس محليا وإقليمي فقط وإنما وصل إلى مرحلة أن يكون مستوى دولي عالمي ومكن الانترنت الناس من إرسال كل شيء مصورا ومطبوعا ومسجل إلى أي مكان في العالم[5].

ومع هذا التطور الهائل والسريع زادت وسائل نقل المعلومات بشكل كبير وسريع مثل (الهاتف، التلفزيون، مواقع التواصل الاجتماعي مثل: فيسبوك، تويتر).

إن الإشاعة أخطر من الوباء نفسه، فالإشاعة مصدر للفتنة، فما تسببه الإشاعة من خطر على المجتمع قد يؤدي إلى انهياره وانهيار مؤسساته في ظل تراجع وسائل الاتصال التقليدية، وبروز وسائل التواصل الاجتماعي بقوة، إلى درجة سيطرت فيه على المشهد من خلال سرعتها في نقل المعلومات والأخبار، يقابل كل ذلك قلة في الوعي .

وفي ظل قوة وسائل الإعلام في الوقت الحالي، وظهور أجهزة الكترونية جديدة وتطور الانترنت وظهور وسائل الاتصال الاجتماعية فقد أصبح العالم قرية صغيرة، وأدى ذلك إلى نشوء بيئة خصبة لانتشار الإشاعات، حيث أصبح الجميع يملك هاتف يستقبل رسائل نصية والكثيرين يملكون حسابات في تويتر والفيس بوك وبعض مستخدمي هذه الأجهزة من صغار السن الذين لا يقدرون العواقب المترتبة من إطلاق الشائعات ونقلها بين مستخدمي التكنولوجيا وبالتالي تنتشر المعلومة بسهولة، أيضا من خلال مشاهداتنا فإن وسائل الإعلام في المجتمع الجزائري أصبحت تلعب دوراً فعالاً في تكوين الرأي العام وتثقيفه وتساهم في بناء مجتمع واعي.

لذلك ارتأينا أن تكون حملتنا التوعوية في المجتمع الجزائري تهدف إلى توعية المواطنين وخاصة الطلبة الجامعيين بمخاطر الشائعات، وتأثيرها على استقرار وأمن المجتمع خاصة وفي ظل الظروف الصعبة التي نعيشها والعالم بأسره من تفشي لوباء كورونا .بالإضافة إلى نشر الوعي اللازم لدى الجميع

للتأكد من صحة الأخبار من مصادرها المعتمدة. وهذا ما يجعلنا نطرح السؤال العام كالتالي: هل هناك تأثير نفسي للشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي في ظل أزمة كورونا على الطالب الجامعي؟ ومن هذا السؤال يتفرع مجموعة من الأسئلة:

- هل هناك آثار نفسية مترتبة على إطلاق الشائعات المتعلقة بوباء كورونا في مواقع التواصل الاجتماعي على الطالب الجامعي؟
- هل هناك طرق للتعامل مع الشائعات في حالة تعرض لها الطالب الجامعي في ظل تفشي وباء كورونا؟

2- الفرضيات:

الفرضية العامة: هناك تأثير نفسي للشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي في ظل أزمة كورونا على الطالب الجامعي.

ومن هذه الفرضية تتفرع مجموعة من الفرضيات :

- هناك آثار نفسية مترتبة على إطلاق الشائعات المتعلقة بوباء كورونا في مواقع التواصل الاجتماعي على الطالب الجامعي؟
- هناك طرق للتعامل مع الشائعات في حالة تعرض لها الطالب الجامعي في ظل تفشي وباء كورونا

3- **أهمية الدراسة:** تكتسب هذه الدراسة أهميتها من خلال ما يأتي:

- تتناول موضوعا مهما للدراسة وخاصة أننا نعيش في مرحلة أزمة بسبب تفشي الوباء في العالم بأسره، تتطلب منا المعرفة الكاملة عن هذا الفيروس وطرق الوقاية وتجنب العدوى.
- تعطي فكرة عن الآثار النفسية لترويج الإشاعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي المنتشرة بكثرة هذه الأيام في ظل أزمة كورونا على كل من الفرد والمجتمع.
- تقدم تغذية راجعة لوسائل الإعلام في تحري الصدق والموضوعية في نقل الخبر.
- تساهم هذه الدراسة في إرشاد وتوجيه أفراد المجتمع نحو تجنب نشر الإشاعات.

- يستفيد من هذه الدراسة المؤسسات التربوية والتعليمية المختلفة للمشاركة في توعية أفراد المجتمع حول خطورة الإشاعات.لأن كل الفئات العمرية تتضرر من الإشاعات.
- طرق التعامل مع ترويج الإشاعات والحد منها خاصة أننا مجتمع مسلم لا يرضى إلحاق الأذى بغيره بنوعيه المادي أو المعنوي النفسي.

4-أهداف الدراسة:

- التوعية بمخاطر الشائعات وتأثيرها على الفرد والمجتمع بأكمله.
- التوعية بمخاطر الشائعات وتأثيرها على الاستقرار النفسي للطالب الجامعي في ظل أزمة كورونا.
- نشر الوعي اللازم للتأكد من صحة الأخبار من مصادرها المعتمدة خاصة في الظروف الصعبة التي تنجم عن أزمة كورونا.
- خلق اتجاه إيجابي نحو التأكد من مصادر الأخبار .
- التوقف عن تناقل الأخبار دون التأكد من مصادرها.
- تعويد أنفسنا على التفكير الناقد وعدم أخذ أي معلومة دون استيضاحها.
- خلق سلوك ايجابي نحو الرد على ناقل الشائعة.

5- مفاهيم الدراسة:

أ- تعريف الشائعة:

1- لغة :جاء في مختار الصحاح لمحمد أبي بكر الرازي "تشيع"، "شاع "الخبر، يشيع، شيوعه، ذاع، وسهم، (مشاع) وشائع أي غير مقسوم، وأشاع الخبر أي أذاعه[6].

وذكر معجم لسان العرب، التعريفات الآتية:شاع الخبر :"انتشر وذاع وظهر وافترق. رجل مشياع : مذياع لا يكتم سرا، الشاعة: الأخبار المنتشرة[7].

2- اصطلاحا:

عرفها ألبورت وبوستمان "Allport et postman": "افتراض يرتبط بالأحداث القائمة، يراد أن يصبح موضع تصديق العامة، بحيث يتم ترويجه من شخص إلى آخر مشافهة في العادة ومن دون ان تتوافر أي ملموسة تثبت صحته.

وعرفها كناب knapp بأنها: "تصريح يطلق لتصدقه العامة، ويرتبط بأحداث الساعة وينتشر من دون التحقق رسميا من صحته"[8].

ب- تعريف مواقع التواصل الاجتماعي:

1- تعريف الشبكات: إن كلمة شبكة في اللغة الفرنسية تعني réseaux وفي قاموس لاروس تعرف على أنها " مجموعة العناصر الكبيرة أو الصغيرة أو دقيقة، كهربائية أو هاتفية أو شبكات المدن أو شبكات رقمية أو كمبيوترات، أو بين الأفراد"[9].

وجاء في معجم منير حجاب أن الشبكة هي "مجموعة من عناصر الكهربائية أو الأفراد أو المؤسسات أو الحواسيب والكل تعمل من أجل تحقيق غاية معينة"[10].

2- تعريف الاتصال:

أ- لغة: فقد ورد تحديدها في قاموس المحيط ولسان العرب، على أنها مشتقة (وصل) والذي يعني الصلة وبلوغ الغاية، فوصل الشيء إلى الشيء وصولا وتوصل إليه أي انتهى إليه وبلغه ويعني أيضا الموصلات والبلاغ[11].

ب- اصطلاحا: هو عمليه ديناميكية تشتمل على التأثير والتأثر، والذي يظهر من خلال التفاعل مرسل ومستقبل للرسالة[12].

3- تعريف مواقع التواصل الاجتماعي:

مواقع التواصل الاجتماعي: منظومة من الشبكات الإلكترونية، التي تسمح للمشترك فيها بإنشاء مواقع خاصة بهم، ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها، أو مع أصدقاء الجامعة أو الثانوية[13].

ويمكن تعريفها أيضا أنها: "مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت العالمية، تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي، يجمعهم الاهتمام أو الانتماء لبلد أو مدرسة أو فئة معينة، في نظام عالمي لنقل المعلومات والمعارف، وهي كذلك مجموعة من الشبكات العالمية المتصلة بملايين الأجهزة حول العالم، لتشكل مجموعة من الشبكات الضخمة، والتي تنقل المعلومات

الهائلة بسرعة فائقة بين دول العالم ١المختلفة وتتضمن معلومات دائمة التطور"[14].

ج- تعريف التأثير النفسي للشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي إجرائيا: هي الآثار النفسية من خوف وقلق وذعر وعزلة وعدم الثقة في المعلومات والغضب الشديد وغيرها من الآثار النفسية التي يمكن أن تخلفها ترويج المعلومات المتعلقة بوباء كورونا والغير متحقق من صحتها وبثها عبر مواقع التواصل الاجتماعي .

د- تعريف وباء كورونا: فيروسات كورونا هي سلالة واسعة من الفيروسات التي قد تسبب المرض للحيوان والإنسان. ومن المعروف أن عدداً من فيروسات كورونا تسبب لدى البشر أمراض تنفسية تتراوح حدتها من نزلات البرد الشائعة إلى الأمراض الأشد وخامة مثل متلازمة الشرق الأوسط التنفسية (ميرس) والمتلازمة التنفسية الحادة الوخيمة (سارس). ويسبب فيروس كورونا المُكتشف مؤخراً مرض كوفيد- 19.

مرض كوفيد-19 هو مرض معد يسببه آخر فيروس تم اكتشافه من سلالة فيروسات كورونا. ولم يكن هناك أي علم بوجود هذا الفيروس الجديد ومرضه قبل بدء تفشيه في مدينة ووهان الصينية في كانون الأول/ ديسمبر 2019. وقد تحوّل كوفيد- 19 الآن إلى جائحة تؤثر على العديد من بلدان العالم[15].

ثانيا- الإطار الميداني:

1- منهج الدراسة: تم استخدام المنهج الوصفي، الذي يناسب الغرض من البحث، حيث تم جمع المعلومات وتبويبها وتحميلها واستخلاص النتائج بخصوص مشكلة الدراسة المطروحة.

2عينة الدراسة: تعرف العينة بأنها مجموعة من المستجيبين يتم اختيارهم من المجتمع الأصلي لتحقيق أغراض الدراسة. وقد اختيرت العينة بطريقة عشوائية من مجتمع البحث ، قوامها 100طالب من جامعة أدرار.

3- أداة الدراسة: لتحقيق الغرض من الدراسة التعرف على الآثار النفسية للشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي في ظل أزمة كورونا لدى

الطالب الجامعي،وتم لأجل هذا الغرض بناء استبيان إلكتروني بعد مراجعة الدراسات السابقة والأدب النظري وعرضه على المحكمين.

4- صدق وثبات أداة الدراسة: بعد بناء الاستبانة، وتحديد محاورها التي اشتملت مجتمعة على (28) فقرة عرضت على المحكمين لإبداء رأيهم حول مدى انتماء ووضوح الفقرات ومناسبتها لغرض الدراسة، سلامة اللغة، وإضافة، أو حذف ما يرونه مناسبا من الفقرات، وبعد ذلك تم إجراء التعديلات على ضوء اقتراحات وملاحظات المحكمين، حيث تم تعديل بعض الفقرات من الاستبانة والجدول التالي يوضح ذلك:

الجدول رقم (01): تعديل عبارات الاستبيان

	العبارة	تعديلها
01	هل تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي	هل تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي في ظل أزمة كورونا
02	هل تستغرق مدة طويلة في استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي	هل تستغرق مدة طويلة هذه الأيام في استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي
03	هل تسبب لك الأخبار غير الصحيحة المنتشرة عبر مواقع التواصل الخوف والذعر	هل تسبب لك الأخبار غير الصحيحة المتعلقة بوباء كورونا المنتشرة عبر مواقع التواصل الخوف والذعر
04	هل تشعر أنك لا تستطيع مواجهة الشائعات المتعلقة بوباء كورونا المنتشرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي	هل تشعر أنك لا تستطيع الصمود أمام الشائعات المتعلقة بوباء كورونا المنتشرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي
05	هل تشعر بالخطر والتهديد أمام الشائعات المتعلقة بوباء كورونا المنتشرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي	هل تشعر في كثير من الأحيان بالخطر والتهديد أمام الشائعات المتعلقة بوباء كورونا المنتشرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي
06	هل أصبحت تشعر باللاستقرار في ظل كثرة الشائعات المتعلقة بوباء كورونا المنتشرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي	هل أصبحت تشعر باللاأمن في ظل كثرة الشائعات المتعلقة بوباء كورونا المنتشرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي

وقد تراوحت نسبة اتفاق السادة المحكمين على عبارات الاستبانة بين 80% و100% وبالتالي تم الإبقاء على جميع عبارات الاستبانة.

الثبات: تم حساب الثبات باستخدام طريقة ألفا كرونباخ، حيث بلغت قيمته (0.89) للاستبيان ككل، أي أن الاستبانة تتمتع بثبات عالي.

5- عرض وتحليل وتفسير النتائج: بعد أن تم تطبيق الاستبيان على أفراد عينة الدراسة، وبعد تفريغ النتائج الخام المتحصل عليها، سنقوم فيما يلي بعرض هذه النتائج وذلك وفقا لفرضيات الدراسة.

جدول رقم 02: يوضح مفردات العينة حسب الجنس

الجنس	التكرار	النسبة المئوية
ذكور	41	%41
إناث	59	%59
المجموع	100	%100

من خلال القراءة الإحصائية لهذا الجدول نلاحظ أن: نسبة الإناث والذكور متقاربة نوعا ما، حيث بلغت نسبة الإناث 59%، بينما بلغت نسبة الذكور 41%.

جدول رقم (3) يوضح مفردات العينة المدروسة حسب الفئة العمرية

السن	التكرار	النسبة المئوية
30-20	48	%48
41-31	21	%21
(من 42 فما فوق)	31	%31
المجموع	100	%100

من خلال القراءة الإحصائية لهذا الجدول نلاحظ أن:أغلبية المبحوثين سنهم محصور في المجال (20-30) حيث قدرت النسبة 48%، تليها مباشرة من سنهم (من42 فما فوق) حيث بلغت النسبة31%.تليها مباشرة من سنهم بين (31-41)، وبلغت النسبة 21% .

جدول رقم (4) يوضح مفردات العينة المدروسة حسب المستوى الدراسي

المستوى الدراسي	التكرار	النسبة المئوية
طور الليسانس	50	%50
طور الماستر	46	%46
طور الدكتوراه	04	%04
المجموع	100	%100

من خلال القراءة الإحصائية لهذا الجدول نلاحظ أن: 50% من أفراد العينة المدروسة، يدرسون في طور الليسانس، ونسبة 48% في طور الماستر، و04% يدرسون في طور الدكتوراه.

عرض وتحليل ومناقشة الفرضية الأولى:

نصت هذه الفرضية على ما يلي :

هناك آثار نفسية مترتبة على إطلاق الشائعات المتعلقة بوباء كورونا في مواقع التواصل الاجتماعي على الطالب الجامعي.

- للتحقق من هذه الفرضية تم حساب التكرارات والنسب المئوية.

جدول رقم 05 يوضح الآثار النفسية المترتبة على إطلاق الشائعات المتعلقة بوباء كورونا في مواقع التواصل الاجتماعي على الطالب الجامعي.

العبارة	نعم	النسبة المئوية	أحيانا	النسبة المئوية	لا	النسبة المئوية
هل تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي في ظل أزمة كورونا	100	%100	00	%00	00	%00
هل تستغرق مدة طويلة هذه الأيام في استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي	56	%56	23	%23	21	%21
هل تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي هذه الأيام بشكل يومي (في ظل أزمة كورنا)	81	%81	10	%10	09	%09
هل تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي هذه الأيام لغرض التواصل مع الأصدقاء للحصول على المعلومات المتعلقة بوباء كورونا	79	%79	14	%14	17	%17
هل تنشر الكثير من الشائعات المتعلقة بوباء كورونا كوفيد- 19 عبر مواقع التواصل	51	%51	35	%35	14	%14
هل تساهم في نشر وتداول الأخبار المتعلقة بوباء كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي	45	%45	42	%42	13	%13
هل تعتقد أن أكثر الأخبار المتعلقة بوباء كورونا المتداولة عبر مواقع التواصل صحيحة	33	%33	47	%47	20	%20
هل تؤثر فيك الأخبار المتعلقة بوباء كورونا غير الصحيحة المتداولة عبر مواقع التواصل الاجتماعي	58	%58	23	%23	19	%19
هل تسبب لك الأخبار غير الصحيحة المتعلقة بوباء كورونا المنتشرة عبر مواقع التواصل الخوف والذعر	66	%66	23	%23	11	%11
هل تتوتر عندما تصلك الأخبار المتعلقة بوباء كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتتأكد من	57	%57	29	%29	14	%14

عدم صحتها						
هل تشعر بالغضب الشديد عندما تصلك الأخبار المغلوطة المتعلقة بوباء كورونا عبر مواقع التواصل	73	%73	27	%27	00	%00
هل تشعر بفقدان الثقة في المعلومات المتعلقة بوباء كورونا	49	%49	31	%31	20	%20
هل تشعر بالإحباط نتيجة الشائعات المتعلقة بوباء كورونا المنتشرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي	37	%37	33	%33	30	%30
هل تفضل هذه الأيام العزلة والانطواء نتيجة شعورك أنك مشتت لكثرة المعلومات المغلوطة المتعلقة بوباء كورونا المنتشرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي	29	%29	24	%24	47	%47
هل تشعر أنك لا تستطيع الصمود أمام الشائعات المتعلقة بوباء كورونا المنتشرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي	19	%19	41	%41	40	%40
هل تشعر في كثير من الأحيان بالخطر والتهديد أمام الشائعات المتعلقة بوباء كورونا المنتشرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي	57	%57	25	%25	18	%18
هل تشعر بالكراهية تجاه الأشخاص المروجين للشائعات المتعلقة بوباء كورونا المنتشرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي	46	%46	37	%37	17	%17
هل أصبحت تشعر باللا أمن في ظل كثرة الشائعات المتعلقة بوباء كورونا المنتشرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي	46	%46	41	%41	13	%13

من خلال القراءة الإحصائية للجدول نلاحظ أن المبحوثين يقرون على:

- استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في ظل أزمة كورونا بنسبة 100%
- استغراق مدة طويلة في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي (في ظل أزمة كورنا) بنسبة 56%.

- استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بشكل يومي (في ظل أزمة كورنا) بنسبة 81%.
- استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لغرض التواصل مع الأصدقاء للحصول على المعلومات المتعلقة بوباء كورونا بنسبة 79%.
- توجد الكثير من الشائعات المتعلقة بوباء كورونا كوفيد-19 منشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 51%.
- المساهمة في نشر وتداول الأخبار المتعلقة بوباء كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 45%.
- أكثر الأخبار المتعلقة بوباء كورونا المتداولة عبر مواقع التواصل الاجتماعي صحيحة بنسبة 33%.
- التأثر بالأخبار المتعلقة بوباء كورونا غير الصحيحة المتداولة عبر مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 58%.
- نسبة 66% من المبحوثين تسبب الأخبار غير الصحيحة المتعلقة بوباء كورونا المنتشرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي الخوف والذعر لهم.
- نسبة 57% من المبحوثين عندما تصلهم الأخبار المتعلقة بوباء كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي ويتأكدون من عدم صحتها يشعرون بالتوتر.
- نسبة 73% من المبحوثين يشعرون بالغضب الشديد عندما تصلهم الأخبار المغلوطة المتعلقة بوباء كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- نسبة 49% من المبحوثين يشعرون بفقدان الثقة في المعلومات المتعلقة بوباء كورونا.
- نسبة 37% من المبحوثين يشعرون بالإحباط نتيجة الشائعات المتعلقة بوباء كورونا المنتشرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- نسبة 29% من المبحوثين يفضلون هذه الأيام العزلة والانطواء نتيجة شعور كأنهم مشتتون لكثرة المعلومات المغلوطة المتعلقة بوباء كورونا المنتشرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- نسبة 19% من المبحوثين يشعرون أنهم لا يستطيعون الصمود أمام الشائعات المتعلقة بوباء كورونا المنتشرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

- نسبة 57% من المبحوثين يشعرون في كثير من الأحيان بالخطر والتهديد أمام الشائعات المتعلقة بوباء كورونا المنتشرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- نسبة 46% من المبحوثين يشعرون بالكراهية تجاه الأشخاص المروجين للشائعات المتعلقة بوباء كورونا المنتشرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- نسبة 46% من المبحوثين يشعرون باللا أمن في ظل كثرة الشائعات المتعلقة بوباء كورونا المنتشرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

نستنتج من خلال قراءة الجدول أن أغلبية أفراد العينة المدروسة تأثروا نفسيا (الخوف والذعر، القلق، الغضب الشديد، فقدان الثقة في المعلومات، الخطر والتهديد) فبعضهم يأخذون الشائعات على محمل الجدّ، قبل أن يتم تأكيدها من قبل الجهات الرسمية المعنية بذلك؛ مما يؤثّر سلبًا على روحهم المعنوية. ومنهم من يشرع بتداولها عبر مواقع التواصل الاجتماعي، دون النظر إلى مدى مصداقيتها أو مصدرها الحقيقي.

إن التعاطي مع الإشاعات اليومية على مواقع التواصل الاجتماعي، ليس بجديد على الجزائريين، إلا أن تأثيرها ازداد خلال فترة انتشار الوباء وإقرار إجراءات الوقاية، حيث يتزايد الطلب عل المعلومة والبحث عن المستجدّات من أيّ مصدر كان، فكل واحد منّا ربما وقع مرّة على الأقل في فخ هذه الإشاعات مهما كان مستواه المعرفي وتحصيله العلمي.

وتؤكد دراسة أجريت على (2015) اتجاهات طلبة الاتصال حول دور القنوات الفضائية المحلية في الحد من انتشار الشائعات "دراسة استكشافية في جامعة الشارقة." أن الشائعات لها آثار نفسية وحسية بالغة، فبمقدورها القضاء على مجتمعات كاملة في وقت أنها لم تواجه من قبل الأطراف الواعية، وتزداد خطورتها إذا كانت إذا كانت هناك جهة تزيد من نشرها في المجتمع، وذلك لبث الفرقة والسيطرة على عقول أفراد المجتمع، وتغيير السلوكيات وتعاطي الأفراد مع أمور معينة قد يصعب إبطالها أحيانا لتفشيها في المجتمع[16].

وأقر (عمرو بيومي) في مقاله حول: مشاهير بـ «التواصل الاجتماعي» يعيدون تدوير الشائعات:"أن خبراء يؤكدون: نشر الأكاذيب أخطر من «الوباء».. أن اختصاصيون نفسيون واجتماعيون: أحمد السيد، وعلاء عبدالله، ونورا حسن، وخلود حمدي، حددوا خمسة أسباب تدفع الأفراد لإعادة نشر محتوى الشائعة، شملت الشعور بالذعر والقلق ما يدفع المتلقي لإعادة نشر الشائعة، والانخراط الشخصي، في حال ترويج الشائعة على أنها تجربة شخصية أو شهادة عيان، وغموض المحتوى ونسبته إلى مصادر رسمية مهمة، حيث يميل الناس لتصديق ما ينسب للشخصيات والجهات المسؤولة أكثر من اهتمامهم بالتفكير في المحتوى نفسه، بالإضافة إلى الجاذبية من خلال تزويد الشائعة بصور أو فيديو إلى جانب النصوص[17].

وأثبتت دراسة (Keefer and Kimmel ,2000) الارتباط النفسي بين قبول الشائعات عن الإيدز وانتقال المرض. أن خطورة المرض وسرعة انتشاره أدى إلى سرعة نشر الشائعة بين الجماهير عبر شبكة الانترنيت[18].

وأكدت دراسة أحمد (2008) الإشاعة لدى طلبة الجامعة "دراسة اجتماعية لمضمون الإشاعات المنتشرة لدى طلبة جامعة دمشق، سرعة انتشار الشائعات في الأوساط المتجانسة كالوسط الطلابي، كما أظهرت تغير في بنية الشائعة عند انتقالها من شخص لآخر بسبب الإضافات التي طرأت عليها، فزادت معناها أو غيرته كليا في بعض الأحيان[19].

وأثبتت دراسة رجب (2011) الإشاعة وتأثيرها في المجتمع (دراسة ميدانية في مدينة الموصل) أن الإشاعة لها تأثير واضح على المجتمع والأفراد، وأنها تؤدي إلى خلل في البناء الاجتماعي لأي مجتمع.

وتبين أن من خصائص الشائعة سرعة نشر المعلومات وسهولة انطلاقها في المجتمع، ولكن من الصعوبة أن تتوقف[20]، وعليه نستنتج مما سبق تحقق الفرضية الأولى.

عرض وتحليل ومناقشة الفرضية الثانية:

نصت هذه الفرضية على ما يلي: هناك طرق للتعامل مع الشائعات في حالة تعرض لها الطالب الجامعي في ظل أزمة كورونا، للتحقق من هذه الفرضية تم حساب التكرارات والنسب المئوية.

جدول رقم 06 يوضح طرق التعامل مع الأخبار عند تلقيها في ظل أزمة كورونا

كيف تتعامل مع الأخبار عند تلقيها	التكرار	النسبة المئوية
أتأكد منها من مصادر موثوقة	48	%48
أرسلها على الفور	43	%43
أتجاهلها لعدم التأكد منها	04	%04
أرسلها دون تحمل مسئوليتها (وضع عبارة منقول)	05	%05

من خلال القراءة الإحصائية للجدول أقر المبحوثين أنهم يتعاملون مع الأخبار عند تلقيها في ظل أزمة كورونا بالتأكد منها من مصادر موثوقة، حيث بلغت النسبة 48%. وهناك من يرسلها على الفور، حيث بلغت النسبة 43%، وهناك من يتجاهلها لعدم التأكد منها، حيث بلغت النسبة 04%، أما من يرسلها دون تحمل مسؤوليتها ،بلغت النسبة 05%.

نستنتج مما سبق أن آراء المبحوثين متباينة، بين من يتأكد من صحتها وبين من يرسلها على الفور.

وأرجعت أكاديمية سميرة النعيمي، حسب ما ورد في مقال عمر وبيومي حول مشاهير بـ «التواصل الاجتماعي» يعيدون تدوير الشائعات**:** أن خبراء يؤكدون: نشر الأكاذيب أخطر من «الوباء»: انتشار الشائعات عبر وسائل التواصل الاجتماعي إلى مسألة إعادة الإرسال، دون النظر أو التفكير في المحتوى، مشيرةً إلى أنه على الرغم من وجود نضج مجتمعي ناتج عن جهود الدولة في التثقيف والتوعية، وقيام الجهات الرسمية بإعلان المعلومات كافة بوضوح وشفافية، فإن البعض ينساق وراء جاذبية السوشيال ميديا، ويعيد نشر صور ومعلومات ورسائل دون التأكد من صحتها.

ومؤكدة: من المهم التعامل بالحكمة وتحري مصادر المعلومات مع ملف (فيروس كورونا المستجد)، وأن نتابع التطورات ونتبع الإرشادات والتعليمات من القنوات الرسمية[21].

جدول رقم 07 يوضح محاولة التأكد من صحة المعلومة في ظل أزمة كورونا من خلال

غالبا ما أحاول التأكد من صحة المعلومة من خلال:	التكرار	النسبة المئوية
أتأكد منها من صديق	23	%23
من جهة مختصة	03	%03
من البحث في الانترنت	22	%22

من خلال القراءة الإحصائية للجدول أقر المبحوثين أنهم يتعاملون مع الأخبار عند تلقيها في ظل أزمة كورونا بالتأكد منها من مصادر موثوقة، حيث بلغت النسبة 48%، وأنهم يحاولون التأكد من صحة المعلومة من البحث في الانترنيت، وبلغت النسبة 22% ومن صديق، بلغت النسبة 23%، أما المختصين 03% فقط.

جدول رقم 08 يوضح الهدف من نشر الشائعات في ظل أزمة كورونا

من وجهة نظر كما هو الهدف من نشر الشائعات	التكرار	النسبة المئوية
لفت النظر وجذب الاهتمام	56	%56
زعزعة الأمن وبث الرعب والخوف	22	%22
التسلية والتلاعب بمشاعر الآخرين	22	%22

من خلال القراءة الإحصائية للجدول أقر المبحوثين أن الهدف من نشر الشائعات في ظل أزمة كورونا لفت النظر وجذب الاهتمام، حيث بلغت النسبة 56%، أما بهدف زعزعة الأمن وبث الرعب والخوف وبلغت النسبة 22%، وهناك من يرى أنها بهدف التسلية والتلاعب بمشاعر الآخرين، حيث بلغت النسبة 22%، ومن خلال الاطلاع على الدراسات والآراء لفئات متعددة من المجتمع، ضمت: قانونيين، واختصاصيين نفسيين واجتماعيين، وأكاديميين،

وموظفين، وطلبة جامعيين، أجمعوا على أن الشائعات عبر الإنترنت تكتسب زخماً بسبب عوامل رئيسة عدة، أهمها: سرعة واتساع نطاق الانتشار عبر الشبكات الاجتماعية، وسهولة تجهيل مصدر الشائعة ومن يقف خلف إطلاقها، خصوصاً مع انتشار الحسابات الوهمية على وسائل التواصل الاجتماعي، وتوافر تقنيات تزييف الصور والفيديوهات، لإضفاء صدقية مزيفة على محتوى الشائعة تساعد على انتشارها، إضافة إلى جهل معظم المتلقين للحقيقة، وعدم وجود مراكز متخصصة لرصد ومكافحة الشائعات وقت الأزمات. وأشاروا إلى أن الأخبار الزائفة والشائعات تتخذ أشكالاً عدة، تشمل المحتوى الملفق الهادف إلى الخداع والأذى، والمحتوى المزور الذي ينتحل هوية المصادر الحقيقية، والمحتوى المضلل الذي يستخدم المعلومات بطريقة مضللة لتحقيق غرض خبيث، عبر التلاعب بالمحتوى، إضافة إلى التهكم أو السخرية التي قد تتسبب أيضاً في التضليل.

جدول رقم 09 يوضح طرق القضاء على الإشاعة

طرق القضاء على الإشاعة	التكرار	النسبة المئوية
عقوبات رادعة	81	%81
نشر الوعي اللازم	96	%96
الإحساس بالمسؤولية والرقابة الذاتية	71	%71

من خلال القراءة الإحصائية للجدول أقر الباحثون أن طرق القضاء على الإشاعة يجب أن تكون بداية بنشر الوعي اللازم، حيث بلغت النسبة 96%، وإصدار عقوبات رادعة، حيث بلغت النسبة 81%، ثم بضرورة الإحساس بالمسؤولية والرقابة الذاتية، حيث بلغت النسبة 71%.

وتؤكد دراسة الكرناف (2014) تصور استراتيجي لمكافحة الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي بالمملكة العربية السعودية (تويتر أنموذجا) أن من آثار الشائعات إيصال المجتمع إلى ذروة الاهتزاز، وأن المجتمع المتمتع بالشفافية والصراحة يستطيع مواجهة الشائعة دون عناء،لأن الحقائق تقتل الشائعة في مهدها[22].

وأثبتت دراسة العزعزي (2016) الإشاعات وشبكات التواصل الاجتماعي "المخاطر وسبل المواجهة" ضرورة مواجهة مخاطر الشائعة في شبكات التواصل الاجتماعي من خلال وضع سياسة إستراتيجية للرد وقت الأزمة،وثقافة المسؤولية الإعلامية للجمهور والجمهور المشارك. ومحاربة الشائعات يتطلب الرد عليها ومحاصرتها ثم القضاء عليها بنشر الحقائق في الأوقات المناسبة[23].

نستنتج مما سبق أن أفراد العينة يؤكدون على ضرورة زيادة وعي الجمهور وبنائه ثقافياً. فالوعي هو العنصر الفاعل في مواجهة الشائعات، وهو الذي يجعل الجمهور قادراً على التمييز والانتقاء من بين ما يعرض عليه، وكما لا يخفى فإن من أهم آليات مواجهة الشائعات إتاحة المعلومة الصحيحة؛ لأن غياب المعلومة يهيئ البيئة الخصبة لانتشار الشائعات بشكل كبير، كما أشارت عدة دراسات استطلاعية، كما لا بد من توحيد الجهود وإيجاد مظلة لجميع الحسابات والصفحات التي تعنى بكشف لشائعات الإلكترونية ومحاربتها، بالإضافة إلى وضع عقوبات واضحة لكافة أشكال التعاطي الإلكتروني معها، ودعوة المؤسسات العاملة في حقل الإعلام إلى تأهيل كوادرها وتدريبهم على التحقق من الأخبار والمصادر الإلكترونية. وعليه تتحقق الفرضية الثانية.

الخاتمة:

مع أزمة فيروس كورونا، تنتشر الشائعات المتداولة حوله على مواقع التواصل الاجتماعي، مثل انتشار "النار في الهشيم"، كما يقولون، وهو ما جعل المؤسسات الحكومية تنشغل بالرد يوميًا على كل شائعة، حتى يوضحون الحقيقة للمواطنين منعاً للذعر، ورغم ذلك فإن الدولة تحاول عدم التأثر وتحرص على التوعية الدورية بكيفية مواجهة أخطار هذا الفيروس.

وبالعودة إلى عناصر معادلة انتشار الشائعات نؤكد على اليقظة للشائعات في أوقات الأزمات، حين يكون المناخ قابلا لانطلاق الشائعات.

والعنصر الثاني الأهم هو توافر المعلومات الصحيحة والصادقة عن أي موضوع يهم الناس، وتبنى أعلى درجات الشفافية مع الناس حتى لا يقعوا فريسة الغموض والالتباس، والعنصر الثالث التركيبة النفسية للناس ويستدعى

الاهتمام بتعليم الناس وثقافتهم، والأهم من ذلك تربية النشء على التفكير النقدي الذي يمحص الأمور قبل أن يصدقها أو يقبلها أو يرفضها، وأخيرا إشاعة فضيلة الصدق في المجتمع، واعتباره من أهم المقومات الأخلاقية للناس بوجه عام، ولقادة السياسة والفكر بشكل خاص.

الاقتراحات والتوصيات: ويمكن التخطيط لمواجهة الشائعات من خلال مايلي:

- تأليف لجنة عليا اختصاصية من شؤون علوم النفس والاجتماع والإعلام والسياسة، والاقتصاد والتاريخ والجغرافيا البشرية، ترتبط بالدوائر المعنية بمكافحة الشائعات، وبوجه خاص في وسائل الإعلام.
- تشكيل فرق خاصة لجمع الشائعات التي تنتشر بين الناس لتحليلها من قبل اللجنة العليا وتصنيفها لمعرفة مصدرها.
- دراسة تلك الشائعات التي تم جمعها وتحليل مضمونها لمعرفة الشروط المعينة التي سبقت ظهورها، سواء عن طريق التعبير اللفظي أوفي وسائل الإعلام.
- تقويم تلك الشائعات وتحديد مدى خطورتها لمعرفة التوقعات المستقبلية وللبدء فيوضع خطة المواجهة أو الحملة المضادة.
- تعاون الجمهور في الإبلاغ عن الشائعات وتكذيبها وعدم ترديدها.
- تكاتف وسائل الإعلام المختلفة من أجل عرض الحقائق في وقتها وبث الثقة بين المواطنين.
- خلق الثقة بين الوسائل الإعلامية والجمهور من خلال بث الأخبار الصحيحة، والاستعداد الدائم لدحض أي شائعة، وذلك بعرض الحقائق أمام الجمهور قدر الإمكان.
- رفع المستوى التعليمي والثقافي لأبناء المجتمع، لأن التعليم والوعي يساهمان في عدم تصديق الشائعات.
- إدماج المستخدم نفسه في مواجهة الشائعات، عن طريق نشر الوعي بين المستخدمين، وحثهم على الإبلاغ عن المحتوى المشكوك فيه.

قائمة المراجع المعتمدة:

1- ابن منظور، معجم لسان العرب، المجلد الثامن، دار صادر، بيروت، 1984.
2- أميرة أحمد، الإشاعة لدى طلبة الجامعة- دراسة اجتماعية نفسية لمضمون الإشاعات المنتشرة لدى طلبة جامعة دمشق، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة دمشق، سوريا، 2008.
3- إيمان حمادي رجب، الإشاعة وتأثيرها في المجتمع، دراسة ميدانية في مدينة الموصل، مجلة آداب للرافدين، (60)، 2011.
4- جيهان أحمد رشتي، الأسس لنظريات الإعلام، دار الفكر العربي، القاهرة، 1978.
5- جان نويل كابفرير، تر: تانيا ناجيا، الشائعات (الوسيلة الإعلامية الأقدم في العالم)، دار الساقي، بيروت، 2007.
6- رائد بن الكرناف، تصور استراتيجي لمكافحة الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي بالمملكة العربية السعودية (تويتر أنموذجا)، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، المملكة العربية السعودية، 2014.
7- عبد الفتاح عبد الغني وشلدان الهمص وفايز كمال، الأبعاد النفسية والاجتماعية في ترويج الإشاعات عبر وسائل الإعلام وسبل علاجها من منظور إسلامي، مجلة الجامعة الإسلامية (سلسلة الدراسات الإنسانية) المجلد الثامن عشر، العدد الثاني، ص145 - ص 174، 2010.
8- فوزية عبد الله علي، اتجاهات طلبة الاتصال حول دور القنوات الفضائية المحلية في الحد من انتشار الشائعات. دراسة استكشافية في جامعة الشارقة، مجلة البحوث والدراسات الإنسانية، (11)، 2015، ص289-320 .
9- فضيل دليو، مقدمة في وسائل الاتصال الجماهيري، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1998.
10- محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي، دار الفجر النشر والتوزيع، مصر، 2004.
11- موسى ذياب، أساليب مواجهة الشائعات، مركز الدراسات والبحوث، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية،2001.
12- محمد بن أبي بكر الرازي، مختار الصحاح، الهيئة العامة للكتاب، القاهرة، 1976.
13- مجدي محمد الفارس وفاتن بركات، علم النفس الإعلامي، منشورات جامعة دمشق، 2015.
14- مشتاق طلب فاضل، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين الرأي العام المحلي (2014-2017)، مجلة تكريت للعلوم السياسية، (12)،2017، 193-229.
15- مجمع اللغة العربية، معجم الوسيطن ج 1، طهران، المكتبة العلمية، 1972.
16- مصطفى عبد السميع محمد وآخرون، تكنولوجيا التعليم، دار الفكر ناشرون وموزعون، الأردن، 2004.
17- وديع محمد العزعزي، الإشاعات وشبكات التواصل الاجتماعي "المخاطر وسبل المواجهة"، مجلة الإعلام والعلوم الاجتماعية للأبحاث التخصصية، (3)، 2016، ص29-53.

18- Kimmel, A.j ,and Keefer, R.(2000).Psychological Correlates of the Transmission and acceptance of rumors about AIDS. Journal of Applied Social Psychology.21, 18, 465- 497.
19- الموقع الرسمي لمنظمة الصحة العالمية، مرض فيروس كورونا (كوفيد-19): سؤال وجواب، تاريخ الزيارة: 2020/06/11 على الساعة: 17:00 مساءا، ينظر الموقع:
https://www.who.int/ar/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/advice-for-public/q-a-coronaviruses
20- بيومي عمرو، مشاهير بـ «التواصل الاجتماعي» يعيدون تدوير الشائعات أن خبراء يؤكدون: نشر الأكاذيب أخطر من «الوباء»، تاريخ الزيارة: 2020/06/11 على الساعة 15:15. ينظر الموقع:
https://www.emaratalyoum.com/local-section/health/2020-03-17-1.1321063
21- السويدي، طلال، الشائعات وأثرها النفسي وقت الأزمات والكوارث، موجودة على الموقع: تاريخ الزيارة: 2020/06/11 على الساعة 20:21، ينظر الموقع: https://alroya.om/post/261856.

الهوامش:

[1]- عبد الفتاح عبد الغني، وشلدان الهمص وفايز كمال، الأبعاد النفسية والاجتماعية في ترويج الإشاعات عبر وسائل الإعلام وسبل علاجها من منظور إسلامي، 2009.

[2]- مجدي محمد الفارس وفاتن بركات، علم النفس الإعلامي، منشورات جامعة دمشق، 2015، ص107.

[3]- السويدي، طلال:الشائعات وأثرها النفسي وقت الأزمات والكوارث، موجودة على الموقع: تاريخ الزيارة: 2020/06/11 على الساعة 20:21، ينظر الموقع: https://alroya.om/post/261856.

[4]- المرجع السابق، ص108.

[5]- موسى ذياب، أساليب مواجهة الشائعات، مجلة الدراسات والبحوث، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، العدد 284،2001، ص53-57.

[6]- محمد بن أبي بكر الرازي، مختار الصحاح، الهيئة العامة للكتاب، القاهرة، 1976، ص 55.

[7]- ابن منظور، معجم لسان العرب، المجلد الثامن، دار صادر، بيروت، 1984، ص353.

[8]- جان نويل كابفرير، تر: تانيا ناجيا، الشائعات (الوسيلة الإعلامية الأقدم في العالم)، دار الساقي، بيروت، 2007، ص 14-15.

[9]- مجمع اللغة العربية، معجم الوسيط، ج 1، طهران المكتبة العلمية، 1972، ص50.

[10]- محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي، دار الفجر النشر والتوزيع، مصر، 2004، ص301.

[11]- مصطفى عبد السميع محمد وآخرون، تكنولوجيا التعليم، دار الفكر ناشرون وموزعون، الأردن، 2004، ص 54-55.

[12]- فضيل دليو، مقدمة في وسائل الاتصال الجماهيري، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1998، ص 9 .

[13]- جيهان أحمد رشتي، الأسس لنظريات الإعلام، دار الفكر العربي، القاهرة، 1978، ص 50.

[14]- مشتاق طلب فاضل، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين الرأي العام المحلي (2014-2017)، مجلة تكريت للعلوم السياسية،(12)، 2017، 199.

[15]- الموقع الرسمي لمنظمة الصحة العالمية ،مرض فيروس كورونا (كوفيد-19): سؤال وجواب ،تاريخ الزيارة :2020/06/11 على الساعة :17:00 مساءا، ينظر الموقع :
:https://www.who.int/ar/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/advice-for-public/q-a-coronaviruses

[16]- فوزية عبد الله علي، اتجاهات طلبة الاتصال حول دور القنوات الفضائية المحلية في الحد من انتشار الشائعات، دراسة استكشافية في جامعة الشارقة، مجلة البحوث والدراسات الإنسانية، (11)، 2015.

[17]- بيومي عمرو، مشاهير بـ «التواصل الاجتماعي» يعيدون تدوير الشائعات أن خبراء يؤكدون: نشر الأكاذيب أخطر من «الوباء»، تاريخ الزيارة: 2020/06/11 على الساعة 15:15، ينظر الموقع:
https://www.emaratalyoum.com/local-section/health/2020-03-17-1.1321063

[18]- Kimmel, A.j , and Keefer, R.(2000), Psychological Correlates of the Transmission and acceptance of rumors about AIDS, Journal of Applied Social Psychology, 21, 18, 465- 497.

[19]- أميرة أحمد، الإشاعة لدى طلبة الجامعة - دراسة اجتماعية نفسية لمضمون الإشاعات- المنتشرة لدى طلبة جامعة دمشق، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة دمشق، سوريا، 2008.

[20]- إيمان حمادي رجب، الإشاعة وتأثيرها في المجتمع، دراسة ميدانية في مدينة الموصل، مجلة آداب للرافدين، (60)، 2011، ص390-412.

[21]- بيومي،عمرو: مشاهير بـ «التواصل الاجتماعي» يعيدون تدوير الشائعات أن خبراء يؤكدون: نشر الأكاذيب أخطر من «الوباء» تاريخ الزيارة: 2020/06/11 على الساعة 15:15، ينظر الموقع :

https://www.emaratalyoum.com/local-section/health/2020-03-17-1.1321063

[22]- رائد حزام الكرناف، تصور استراتيجي لمكافحة الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي بالمملكة العربية السعودية (تويتر أنموذجا)، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية ،الرياض، المملكة العربية السعودية، 2014.

[23]- وديع محمد العزعزي، الإشاعات وشبكات التواصل الاجتماعي "المخاطر وسبل المواجهة"، مجلة الإعلام والعلوم الاجتماعية للأبحاث التخصصية، (3)، 2016، ص29-53.