مجلة تكريت للعلوم السياسية

اسم المقال: الإشاعة وأثارها السلبية على الشباب الجامعي – دراسة تطبيقية
اسم الكاتب: أ.م. ياسين طه موسى حمودي
رابط ثابت: https://political-encyclopedia.org/index.php/library/7718
تاريخ الاسترداد: 2026/11/02 14:27 +03

الموسوعة السياسيّة هي مبادرة أكاديمية غير هادفة للربح، تساعد الباحثين والطلاب على الوصول واستخدام وبناء مجموعات أوسع من المحتوى العلمي العربي في مجال علم السياسة واستخدامها في الأرشيف الرقمي الموثوق به لإغناء المحتوى العربي على الإنترنت.
لمزيد من المعلومات حول الموسوعة السياسيّة – Encyclopedia Political، يرجى التواصل على info@political-encyclopedia.org

استخدامكم لأرشيف مكتبة الموسوعة السياسيّة – Encyclopedia Political يعني موافقتك على شروط وأحكام الاستخدام المتاحة على الموقع https://political-encyclopedia.org/terms-of-use

تم الحصول على هذا المقال من موقع مجلة تكريت للعلوم السياسية جامعة تكريت ورفده في مكتبة الموسوعة السياسيّة مستوفياً شروط حقوق الملكية الفكريّة ومتطلبات رخصة المشاع الإبداعي التي ينضوي المقال تحتها.

: https://doi.org/10.25130/tjfps.v3i7.83

TJFPS

ISSUE 7

IRAQI Academic Scientific Journals

العراقية المجلات الاكاديمية العلمية

ISSN: 2663-9203 (Electronic)
ISSN: 2312-6639 (print)

Contents lists available at:
http://tjfps.tu.edu.iq/index.php/poiltic

Tikrit Journal For Political Science

Tikrit Journal For Political Science
SINCE 2014

الإشاعة وأثارها السلبية على الشباب الجامعي – دراسة تطبيقية

"The Rumor and its Negative Effects on University Youth - an Applied Study"

Yaseen Taha Mousa [a]
College of Arts /Department of Media -University of Tikrit [a]

أ.م ياسين طه موسى حمودي [a 1]
قسم الاعلام / كلية الآداب جامعة تكريت [a]

Article info.

Article history:
- Received 12 July. 2016
- Accepted 14 August. 2016
- Available online 30 September. 2016

Keywords:
- Rumor
- College/University students
- Negative impact
- Applied study
- Psychological effects

©2016 Tikrit University \ College of Political Science. THIS IS AN OPEN ACCESS ARTICLE UNDER THE CC BY LICENSE
http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/

Abstract: Rumors are the spread or dissemination of unconfirmed or false information among individuals, and they tend to spread rapidly in the modern age, facilitated by social media and the internet. Rumors can have negative effects on college students in several aspects:

1. Psychological Impact: College students already face significant psychological pressures during their academic journey. When exposed to false rumors, these pressures can increase, causing anxiety and mental distress.
2. Social Impact: Rumors can tarnish a person's image among their fellow college students, creating an atmosphere of tension and mistrust. This negative social environment affects social relationships and interactions on campus.
3. Academic Impact: Rumors can affect students' focus and attention, leading to academic distraction and a decline in their academic performance. They may feel pressured and succumb to the rumors rather than focusing on achieving their academic goals.
4. Behavioral Impact: Rumors can influence college students to make wrong decisions or engage in inappropriate behaviors. For instance, they may withdraw from classes or postpone their studies due to rumors that raise doubts about the quality of education or the difficulty of courses.

[1] **Corresponding Author:** Yassin TAha Mussa Hamody,**E-Mail:** yaseentaha@tu.edu.iq, **Tel:xxx , Affiliation**: College of Arts /Department of Media -University of Tikrit.

معلومات البحث :

تواريخ البحث:
- الاستلام : 12/ تموز /2016
- القبول :14/آب /2016
- النشر المباشر: 30/ ايلول /2016

الكلمات المفتاحية :
- الإشاعة
- الشباب الجامعي
- الأثر السلبي
- الدراسة التطبيقية
- الأثر النفسي

الخلاصة : الإشاعة هي نقل أو نشر معلومات غير مؤكدة أو غير صحيحة بين الأشخاص، وتنتشر عادة بسرعة كبيرة في العصر الحديث بفضل وسائل التواصل الاجتماعي والإنترنت. وقد تكون للإشاعات تأثير سلبي على الشباب الجامعي في عدة جوانب:

.1تأثير نفسي: يعاني الشباب الجامعي من ضغوطات نفسية كبيرة في فترة الدراسة، وعندما يتعرضون لإشاعات غير صحيحة قد تزيد هذه الضغوطات وتسبب لهم القلق والاضطرابات النفسية.

.2تأثير اجتماعي: قد تؤدي الإشاعات إلى تشويه صورة الشخص أمام زملائه الجامعيين، وقد تؤدي إلى خلق جو من التوتر وعدم الثقة بين الطلاب، وهذا يؤثر سلبًا على العلاقات الاجتماعية والتفاعلات في الحرم الجامعي.

.3تأثير أكاديمي: قد تؤثر الإشاعات على تركيز الطلاب وتشتت انتباههم، مما يؤدي إلى تراجع أدائهم الأكاديمي وتأثر نتائجهم الدراسية. قد يشعرون بالضغط والاستسلام أمام الإشاعات بدلاً من التركيز على تحقيق أهدافهم الأكاديمية.

4. تأثير سلوكي: قد تدفع الإشاعات الشباب الجامعي إلى اتخاذ قرارات خاطئة أو سلوكيات غير ملائمة. على سبيل المثال، قد يقومون بالانسحاب من الفصول الدراسية أو تأجيل الدراسة بسبب الإشاعات التي تثير الشكوك حول جودة التعليم أو صعوبة المقررات.

المقدمة:

أصبحت الإشاعات جزء من فن السياسة وفن الحرب وفن الأعلام والترويج التجاري والفني، وأساليب الصراع الاجتماعي والمهني، إذ تم توظيف الإشاعات لغرض تحطيم المعنويات والتغطية على الوقائع والقضاء على مصداقية الخصم وإيقاعه في دائرة التفكير المضطرب وتشويه صورته ورسم الهالة حول ذلك.

ولا شك ان الاشاعة ظاهرة قديمة قدم المجتمع البشري فهي لا تقتصر على زمان محدد او مكان معين , بل حيثما وجد التجمع البشري وطالما وجدت العلاقات الاجتماعية ظهر خطر الإشاعة وأثرها الضار على المجتمع، وقد لوحظ في الآونة الأخيرة انتشار الإشاعة وسرعة تداولها بين افراد المجتمع من خلال وسائل الاعلام بشكل عام ووسائل التواصل الاجتماعي بشكل خاص، فضلا عن الاتصال الشخصي الذي لا يحتاج إلى وسيلة لإيصالها بشكل سريع جدا بحيث لا يستطيع الفرد ان يدرك معانيها وإبعادها، وتختلف الإشاعة في طبيعتها وهدفها والمجتمع المستهدف من ورائها، فبعضها يكون ذات صبغه سياسية هدفها تقويض الامن العام في المجتمع وفي نفس الوقت قد تكون أمنية أو عسكرية هدفها نفس الغرض أعلاه والبعض الاخر منها قد تكون اقتصادية تهدف الى تشكيك المواطن بالوضع الاقتصادي في البلد، فضلا عن الإشاعات الأخرى وقد تكون سلبية هدفها دفع الأفراد إلى ابتداع سلوكيات تتنافى وطبيعة المجتمع الذي يعيش فيه وقد لعبت تلك الوسائل دورا رئيسا في انتشار الإشاعات.

من خلال ما تقدم آنفا وجدت الحاجة لدراسة هذه الظاهرة التي قد تكون في أغلب الأحيان سلبية أكثر مما هي ايجابية.

قسم البحث على ثلاثة مباحث الأول منها تناول الإطار المنهجي اما المبحث الثاني النظري فتطرق إلى الإشاعة أنواعها أهدافها طرق انتشارها وأسبابها، فضلا عن طرق معالجتها في حين احتوى المبحث الثالث والأخير اجراءات البحث (مجتمع البحث والعينة وادات البحث ومنهجه) وبعدها الدراسة الميدانية نتائجها والاستنتاجات فالمصادر.

المبحث الأول الإطار المنهجي

أولا: مشكلة البحث

يشير الباحثون إلى أن اختيار مشكلة البحث وتحديدها ربما يكون أصعب من إيجاد الحلول لها[1] والمشكلة هي عبارة عن موقف أو قضية أو فكرة أو مفهوم يحتاج إلى البحث والدراسة العلمية للوقوف على مقدماتها وبناء العلاقات بين عناصرها ونتائجها الحالية ويعالج صياغتها من خلال نتائج الدراسة ووضعها في الإطار العلمي السليم[2] فالإشاعات ظاهره تسبب مشاكل في المجتمع ولها أثارها الخطيرة على الفرد بشكل خاص والمجتمع بشكل عام , لذلك رأى الباحث دراسة هذه المشكلة من خلال تسليط الضوء على أثارها السلبية في المجتمع الجامعي في عصرنا تطورت فيه وسائل الاتصال والأعلام ومنها على سبيل المثال الثورة في التقنية المتمثلة بشبكة المعلومات الدولية الانترنت التي أصبحت اخطر من وسائل الأعلام في نقل الإشاعات الضارة في المجتمع والدول فهي تؤثر على الأمن القومي والاقتصادي والوطني والحياة الاجتماعية والقرارات السياسية لجميع الدول هذا في وقت السلم أما في وقت الأزمات والحروب فهي سلاح من أسلحة الحرب النفسية تستخدم للتأثير على الروح المعنوية للأفراد (مدني عسكري) على حد سواء لذا فان مشكلة الدراسة تتلخص بالتعرف على هذه الظاهرة من خلال تعريفها أنواعها طرق انتشارها والوقاية منها.

ثانيا :<u>أهمية البحث</u> : يهدف البحث إلى اظهار دور الإشاعات الهدامة في المجتمع وأمنه وفي مختلف الجوانب الحياتية، تأتي الأهمية من كون البحث يتناول الإشاعات كإحدى أساليب الحرب النفسية في أوقات

(1). احمد بدر- أصول البحث العلمي ومناهجه- ط 9- الكويت -وكالة المطبوعات -سنة 1984 -ص 85.

[2]() محمد عبد الحميد- البحث العلمي في الدراسات العملية -ط 5- القاهرة - عالم الكتب -سنة 2.15- ص 11..

الأزمات ولما لها من تأثير على الرأي العام وسلوكياته وأثارت عواطفه والعمل على بلبلت الأفكار والتشويش عليها وتغير اتجاهات الرأي العام بعد تعرضهم لها.

ثالثا: أهداف البحث : يهدف البحث إلى التعرف على ما ياتي :-

1. تعريف الإشاعة وأهدافها .
2. أنواع الإشاعات وطرق انتشارها والعوامل التي تسهم في هذا الانتشار .
3. إيضاح خطر الإشاعات على امن المجتمع وإظهار أثارها السلبية .
4. أبراز أهمية الإشاعات كوسيلة من وسائل الحرب النفسية في أوقات الأزمات .
5. طرق الوقاية منها.

رابعا- التساؤلات : وتتضمن الاتي :.

1. ما الإشاعات وما أنواعها وكيف تنتشر ؟
2. ما دور الإشاعات في الحرب النفسية وأثارها على الروح المعنوية للأفراد (مدنيين , عسكريين) ؟
3. مادور وسائل الأعلام في مكافحة الإشاعات ؟
4. كيف يتم معالجة الإشاعات وطرق الوقاية منها؟
5. مادور المسئولين في معالجة الإشاعات أثناء حدوث الأزمة ؟

خامسا- حدود البحث: الحدود الزمانية : يمتد المجال الزماني للبحث عبر المدة المحصورة بين 2.16/1/1 ولغاية 2.16/3/31 وهي الفترة الزمنية التي أجرى بها الباحث استبيانه على مجتمع البحث.

1. الحدود المكانية:- اتخذ البحث طلبة قسم الأعلام المرحلة المنتهية في كلية الآداب بجامعة تكريت مجالا مكانيا للبحث
2. الحدود الموضوعية : تعرض طلبة قسم الأعلام . المرحلة المنتهية لظاهرة الإشاعات.

سادسا- تحديد المصطلحات

1- موقع التواصل الاجتماعي :

مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع في 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[1] ويعرفها زاهر راضي أنها منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمشترك فيها بإنشاء

([1]) عبدالامير فيصل – مدخل في صحافة الانترنت – دار الكتاب الجامعي – الأمارات – ط1 – سنة 2.14 – ص 14.

مواقع خاصة به ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها[1] وفي اللغة يطلق عليها (social media) وهو المصطلح المتعارف عليه كما أن هناك مصطلح أخر (social net working) أي الترابط الشبكي الاجتماعي[2].

2- **الأزمات** :يعرف قاموس رندام الأزمة بأنها ظرف انتقالي يتسم بعدم التوازن ويمثل نقطة تحول تحدد في ضوئها أحداث المستقبل التي تؤدي إلى تغير كبير[3] فأنها تعبر عن موقف وحالة يواجهها متخذ القرار في إحدى الكيانات الإدارية (دولة، مؤسسة، مشروع، أسرة) تتلاحق فيها الأحداث وتتشابك معها الأسباب بالنتائج ويفقد معها متخذ القرار قدرته بالسيطرة عليها أو على اتجاهاتها المستقبلية , وتضعه في مأزق الاختبار بين ما يمكن أن يتخذه من قرارات في ظل الشروع السائد بعدم التأكد وقصور المعارف واختلاط الأمور بعضها مع البعض بحيث تتداعى أمامه الأحداث ويلوح أمامه المجهول لما يمكن أن تؤول أليه أمور ألازمة فيما بعد وما تتمخض عنه النتائج .

3 -**الحرب النفسية** :هي استخدام مخطط من جانب دولة أو مجموعة دول للدعاية وغيرها من الإجراءات الإعلامية التي تستهدف جماعات معادية أو محايدة أو صديقة للتأثير على أرائها وعواطفها واتجاهاتها وسلوكها بطريقة تساعد على تحقيق سياسة الدولة أو الدول المستخدمة لها وتحقيق أهدافها[4]

سابعا -**منهج البحث** : تم الاعتماد على المنهج المسحي وهو ابرز المناهج المستخدمة في البحث الإعلامي التي تستهدف الظاهرة العملية ذاتها[5]، فقد حاول الباحث في هذا المنهج استكشاف المضامين التي تعرض الإشاعات من خلال استمارة الاستابنه، اشتملت تلك الاستمارة عدد من الأسئلة استهدفت استثارة المبحوثين بطريقة منهجية ومقننه لتقديم حقائق وأراء معينة عن طبيعة الإشاعات[6]

(المبحث الثاني) الإطار النظري

[1] زاهر راضي- استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي - مجلة التربية - جامعة عمان الأهلية - عمان -سنة 3..2 - ص 23.

[2] بشرى جميل الراوي - دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغير - مدخل نظري - جامعة بغداد - كلية الأعلام -سنة 2.12-ص 91.

[3] حسين عوضي،اثر التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية المجتمعية لدى فئة الشباب، جامعة القدس، سنه 2.13، ص2.

[4] رمزي المنياوي -الحرب النفسية والطابور الخامس - دار الكتاب العربي - القاهرة -سنة 2.1. -ص 14-15.

[5] سعد سلمان المشهداني - مناهج البحث الإعلامي - الأمارات العربية المتحدة - دار الكتاب الجامعي -سنة 2.16 - ص 163

[6] بسام عبد الرحمن مشاقبه - البحث الإعلامي وتحليل الخطاب - عمان - دار أسامة للتوزيع والنشر، سنة 2001. - ص 6.-61.

1.الإشاعات

تعريفها : الإشاعات حسب المعنى العام هي الأخبار الكاذبة أو المسيئة لفرد أو جماعة أو دولة وهي تقصد الترويج لشيء غير حقيقي [1]، ويطلق على عملية أطلاق الإشاعات ونشرها بالإرجاف، فالإرجاف هو أشاعه الأخبار الكاذبة المسيئة، وهو مشتق من الرجف والرجفان هو الاضطراب والتزلزل، فالمرجفون قوم يتلقون الأخبار فيتحدثون بها في المجالس والنوادي ويخبرون بها من يسأل ومن لا يسأل، ومعنى الإرجاف هنا أنهم يرجفون بما يؤذي الآخرين لإيقاع الشك في نفوس الناس والخوف وسوء ظن بعضهم وأتباعه [2]وهم الذين قال الله تعالى فيهم (أذا جاءهم أمر من الأمن أو الخوف أذاعوا به) [3]، وقد ورد العديد من التعاريف يمكن الإشارة لبعضها كما يأتي :-

1- أنها كل قضية أو عبارة يجري تداولها شفهيا وتكون قابلة للتصديق وذلك دون أن تكون هناك معايير أكيدة، لصدقها أي معلومة لا يتم التحقق من صحتها ولا من مصدرها وتنتشر عن طريق النقل الشفوي[4].

2- لمختار التهامي أنها (الترويج لخبر مختلق لا أساس له في الواقع أو تعمد المبالغة أو التهويل أو التشويه في سرد خبر فيه جانب ضئيل من الحقيقة وذلك بهدف التأثير النفسي في الرأي العام المحلي أو الإقليمي أو العالمي أو النوعي تحقيقا لأهداف سياسية- اقتصادية أو عسكرية على نطاق دولة واحدة أو عدة دول أو النطاق العالمي بأجمعه)[5]

يذهب البحث مع التعريف الثاني من حيث إشاعة خبر فيه نسبة من ضئيلة من الحقيقة لجعل المتلقي في حالة المصداقية في الإشاعة التي وردته بأي شكل من الأشكال التي تتخذها أو التي يرسمها المسئول على بثها .

---

[1] محمد أبو زهرة – العقوبة – دار الفكر العربي- القاهرة- سنة 1976 – ص 33.

([2]) أيسر التفاسير لأبي بدر الجزائري – تفسير سورة الأحزاب (6.-61).

([3]) القران الكريم – سورة النساء – آية 83

[4] صبري محمد خليل أستاذ الفلسفة – جامعة الخرطوم –الإشاعة تعريفها وأنواعها وعوامل انتشارها https///dr.sabrukhalil.wordpress.com.

([5]) مختار التهامي – الرأي العام والحرب النفسية – دار المعارف – القاهرة – 1974 – ص 1.3

3- عرفت من قبل الآخرين بأنها مضمون اتصالي غير مثبت ينتقل عادة بالكلمة المنطوقة في مواقف الكبت أو القلق وخاصة في المواقف التي تشتد بها الحاجة إلى المعلومات ولا تتوفر القنوات الصادقة التي يمكن الركون إليها [1] .

4- التعريف الأخير فيتناول الإشاعة في منظور ميشال لويس روكيت الذي عرفها في عام 1951 بأنها تدل على تقرير غير متحقق ينتقل من شخص إلى شخص ولها علاقة في موضوع أو حدث أو مسالة تلقي اهتماما عاما[2].

يرجع هذا التعدد في التعاريف إلى إن كل تعريف يركز على خصيصة أو خصائص معينة في الإشاعة دون غيرها من الخصائص الأخرى وبالجمع بين هذه التعاريف يمكن الركون إلى تعريف للإشاعة بأنها خبر مجهول المصدر غير مؤكد الصحة يتم تداوله شفاها عادة قابل للتصديق والانتشار بشكل تلقائي دون إن يعلم ناقل الخبر كذب هذا الخبر، بينما الإشاعة تنتشر بشكل قصدي أي بفعل فاعل على الأقل في مراحلها الأولى ويعي هذا الفاعل كذب الخبر فالإشاعات صورة من صور الحرب النفسية بل هي الحرب النفسية التي عرفها الإنسان من أقدم العصور في ابسط نماذجها وان تبلورت معالمها بوضوح خلال الحرب العالمية الثانية[3].

1. تصنيف الإشاعات

صنفت الإشاعات من قبل الباحثين والمفكرين إلى عدة أصناف إذ جاءت هذه التصنيفات بناءا على خلفية هؤلاء المفكرين الاجتماعية السياسية والنفسية، كما وتعد الإشاعة ظاهره من الظواهر التي يمكن إن تكون مرضية، ذات هدف سلبي وسيء في القيم والسلوكيات الاجتماعية والمعايير الأخلاقية والوطنية، أو تكون ظاهرة صحية ايجابية سوية هدفها لتحديد مساريه ورفع الروح المعنوية والضمير العام[4] , ونظرا لكون الإشاعات عبارة عن أقوال وأحاديث وروايات يتناقلها الناس دون التأكد من صحتها بل ودون التحقق من صدقها فهي ظاهرة سيكولوجية لها دلالة ولها معنى ودوافع خاصة أدت إلى ظهورها واهم هذه التصنيفات هي كما يأتي :-

---

[1] احمد أبو حجاب – الحرب النفسية – دار النشر والتوزيع – جمهورية مصر العربية – سوهاج –2..5- ص 19..

[2] ميشال لويس روكيت – الشائعات – ترجمة وجيه اسعد – دار البشائر – دمشق – ط1 – سنة 1994 – ص 13-14.

([3]) هاني الرضا و رامز عمار – الرأي العام والأعلام والدعاية – المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع – بيروت – سنة 1988- ص 214.

([4]) محمد نجاتي – علم النفس في حياتنا اليومية – مكتبة الانجلو المصرية – القاهرة – ط 1 – سنة 1984 – ص 15.

1- تصنيف الإشاعة وفق المناخ العام الذي تخلقه وتقسم إلى[1]

أ. الإشاعات البيضاء : وهي الإشاعات التي تكون ذات طابع تفاؤلي مناخها الأمل، الرجاء، الحرية ورفع المعنويات والتسلية.

ب. الإشاعات السوداء : وهي الإشاعات التي تكون ذات طابع تشاؤمي مناخها اليأس، الإحباط ،كبت الحريات، والرحمان من الحاجات العضوية وغيرها .

ت. إشاعات الأمل أو الأماني أو الأحلام : تعبر هذه الإشاعات عن رغبات وآمال أولئك الذين تروج بينهم وتنتشر بين الناس كون لديهم حاجات ورغبات وآمال فيها، فهي عبارة عن تنفيس لهذه الحاجات والرغبات .

ث. إشاعات اليأس والخوف : وهذه الإشاعات عكس إشاعات الأمل كونها تعتمد على نشر الخوف والقلق فهي تنتشر في وقف خوف الناس , فالإنسان في حالة الخوف والقلق مستعد لان يتوهم أمورنا كثيرة لا أساس لها من الصحة وهو مستعد لان يفسر الحوادث العادية تفسيرات خاطئة يمليها عليه الخوف والوهم فضلا عن كونه مستعد لان يصدق كل ما يقال له على أن يكون له علاقة بموضوع خوفه وقلقه وهذا الصنف من الإشاعات يكثر انتشاره في أوقات الأزمات والحروب .

ج. إشاعات الكراهية وتحويل الولاء ودق الأسافين : يصدر هذا النوع من الإشاعات ليعبر عن شعور الكراهية والبغض ودوافع العدوان التي تجيش بها نفوس بعض الناس وتثير النعرات الطائفية أو الحزبية أو العشائرية[2].

1. الإشاعات وفق الموضوع الذي تتضمنه وتقسم الى([3])

أ- السياسية : تتناول موضوعا سياسيا أو تتعلق بالقادة السياسيين.

ب- الاقتصادية: تتناول موضوعا بالعملة أو بالنمو الاقتصادي، البنوك أو الأسعار.

جـ - العسكرية : تتناول موضوعا يختص بالجيش وقادته وأسلحته وتحركاته .

د - الدينية : تتناول موضوعا يختص بالعقائد والمراجع الدينية وهي تكون أقوى من الإشاعات الأخرى كون هدفها الفتنة الطائفية بين أبناء المجتمع الواحد.

تصنيف الإشاعات وفق المكان وتنقسم إلى:[1]

---

[1] منال هلال مزاهره – الدعائية أساليبها ومدارسها – دار المسيرة – عمان –2012 - ط 1 – ص 139.

[2] سناء محمد الجبور – الإعلام والرأي العام العربي والعالمي – دار أسامة للنشر التوزيع ، الأردن ، سنة 2001. ص 267.

[3]() خليل حسونة وآخرون – الحرب النفسية الحديثة – مطبعة ومكتبة الأمل التجارية – غزة – 2004 – ط 1- ص 119-122.

1. الإشاعات المحلية : ينتشر هذا النوع من الإشاعات ويختفي في محيط الإطار المحلي الذي أطلقت منه .
2. الإشاعات القومية : ينتشر هذا النوع في الإطار القومي التي تخص الوطن بشكل عام أو التي يهتم بها المجتمع في إطاره القومي .
3. الإشاعات الدولية: أذا طغى أطار الإشاعة وتوسع انتشارها وتتناقلها عدد من المجتمعات، ثم وكالات الأنباء العالمية تصبح الإشاعة عالمية .

هناك الكثير من الإشاعات التي تدخل من باب الاستمرارية وبعدها الزمني وكذلك الإشاعات ذات الأهداف، وعندما نطلع على جميع الإشاعات التي تم ذكرها نستطيع أن نحصر المستهدف الرئيس فيها هو الرأي العام والقوات العسكرية والقادة السياسيين والهدف من ذلك هو التمويه وخداع الجميع لتغيير اتجاهاتهم وأرائهم حول قضية ما فضلا عن التأثير في القرارات السياسية والاقتصادية التي قد يتخذها المسئولين في القيادة خاصة في أوقات الأزمات[2].

3 – أهداف الإشاعات : على الرغم من الطابع الاجتماعي والسيكولوجي الغالب على هدف الإشاعات إلا أن جوهرها ينطوي على أهداف سياسية بالدرجة الأولى وتتداخل مع بقية الأهداف المتوخاة إلى درجة يصعب فيها تفكيك تلك الأهداف وكما مبينه في أدناه[3]

أ. بث الخوف والرعب والحقد والكراهية والعداوة وزرع بذور الفتنة والشك واليأس والأمل في نفوس الجمهور المستهدف.

ب. تشويه سمعة وصورة الأفراد والجماعات والمجتمعات والشعوب والقادة .

ت. خلخلة وحدة الصف وتهجير المدنيين عن طريق بث الرعب في قلوبهم .

ث. تحطيم أرادة القتال لدى العدو و تثبيط معنويات المدنيين والعسكريين .

ج. العمل على تكوين الرأي العام أو تعبئته أو تضليله حول موضوع ما يلامس حياة الناس اليومية.

ح. العمل على تقوية الروح المعنوية خاصة وقت الأزمات والحروب والكوارث الطبيعية[4].

([1]) محمد الأخضر الداقوقي . دور الأعلام في ترويج ومكافحة الشائعات . الإشاعة والحرب النفسية . المركز العربي للدراسات الفنية والتدريب الرياضي . الرياض . ط1 . سنة 1989 . ص83 .

[2] هاني الكايد . الإشاعة المفاهيم والأهداف والآثار . دار الراية للنشر والتوزيع . عمان الأردن . ط1. سنة2009 . ص55

[3] حسن السعيد . سيكولوجية الإشاعة . رؤية قرآنية . دار دجلة . الأردن . ط1 . سنة 2009 . ص28

[4] ذياب موسى البدانية، استخدام التقنيات الحديثة في الشائعات، ندوة علمية حول أساليب مواجهة الإشاعات، مركز الدراسات والبحوث، أكاديمية نايف العربية الأمنية، الرياض، 2005، ص 129 .

تأسيسا على ذلك أعتبر علماء الحرب النفسية الإشاعة من أهم الأسلحة التي يلجئون إليها في وقت الحرب داخليا وخارجيا، وتقوم الكيانات السياسية باستخدام الإشاعات كسلاح يغتالون به سمعة أعدائهم خلقيا ووظيفيا ونزاهة [2] وهذا ما نشاهده ونلمسه في حياتنا اليومية معركة بين قوى الخير والشر معركة واسعة ضارية وخطيرة وفي مقدمتها الحرب النفسية التي تشنها الدول المعادية بكل أجهزتها الدعائية الضخمة، ومختبراتها السياسية وكارتلاتها الاقتصادية العملاقة، وشبكاتها المخابراتية المتشعبة

4- العوامل التي ساعدت على انتشار الإشاعات :[1]

1. انعدام المعلومات وندرة الأخبار بالنسبة للشعب.
2. المجتمعات غير المتعلمة وغير الواعية التي تسهل عملية انطلاء الأكاذيب عليهم.
3. وجود أجواء التوتر النفسي التي تخيم على المجتمع .
4. الفراغ حيث يشغل العاطلون عن العمل والفارغون أوقاتهم بالقيل والقال ويصبح جل همهم البحث والتنقيب في أحوال الناس .
5. انتشار وسائل الاتصال الحديثة التي تعد سبب هام في انتشار الإشاعات، فهي تقوم بنشر كم هائل جدا من المعلومات يقابلها فقدان الثقة بوسائل الإعلام المحلية مما يدفع المواطن بالتوجه في حصوله على الأخبار والمعلومات بنسبة كبيرة جدا من وسائل الإعلام الوافدة لبلده .
6. انعدام الثقة ما بين الرأي العام والقيادة السياسية والوصول إلى نقطة يصبح فيه الرأي العام في واد والقيادة في واد أخر .

5- <u>أركان الإشاعات</u> :.

1. الركن الأول :. الحقيقة المبهمة أو الغامضة، قد تكون الإشاعات قد تأسست على واقع ما ولكن يحفه الغموض، والغموض يتمثل بانعدام الخبر أو اقتضابه أو عدم الثقة به، لذلك لا تسري الإشاعات على كل من يدرك الوقائع ولديه إمكانية استدلال الحقيقة منها [2].
2. الركن الثاني :. أهمية الحدث أو الموضوع، إذ لا يمكن أن تسري الإشاعات على الناس و يتناقلونها أذا لم تتناول موضوعا مثيرا وهاما ولكي تكون الإشاعة بمستوى اهتمام العامة لابد ان يكون موضوعها متناسق

---

[1] عبد المنعم علي الحسين، الحرب النفسية وتأثيرها على معنوية الجماهير، الندوة العلمية لمركز دراسات الخليج العربي، جامعة البصرة، سنة 1988، ص 50 .

[2] فخري الدباغ، الحرب النفسية، وزارة الثقافة والفنون، العراق، سنة1979، ص24 .

والظروف الحياتية، والواقع ألمعاشي الذي يعيشه المجتمع الذي سرت فيه الإشاعات، فهذان الشرطان يعتبران أهم عوامل انتشارها [1].

6. طرق الوقاية ومقاومة الإشاعات

من خلال ما تم ذكره أنفا عن الإشاعات هناك طرق وقاية ومقاومة انتشار الإشاعات هي [2]:

1. تعاون الجمهور في الإبلاغ عن الإشاعات وتكذيبها وعدم ترديدها .
2. تكاتف وسائل الإعلام المختلفة من أجل عرض الحقائق في وقتها وإشاعة الثقة بين المواطنين وتنمية الوعي العام وتحصينه ضد الحساسية النفسية بصفة عامة وضد الإشاعات بصفة خاصة.
3. التوعية المستمرة لتثبيت الإيمان والثقة بالبلاغات الرسمية عن طريق الندوات، المحاضرات والمناقشات.
4. اقتفاء خط سير الإشاعة والوصول إلى جذورها وإصدار البيانات الصحيحة الصريحة والتخطيط الشامل وتكاتف الجهود لتحقيق ذلك .
5. الثقة بالقادة والرؤساء وأن تحاط الأمور العسكرية بالسرية والكتمان الدائمين، والثقة بأن العدو يحاول خلق الإشاعات عندما لا تتيسر لديه الحقائق .
6. القضاء على ظاهرة البطالة أو محاولة التقليل من نسبتها بين أفراد المجتمع .

المبحث الثالث إجراءات البحث

التمهيد: أن التحليل العقلي للإشاعة ضروري ضرورة مطلقة كخطوة أولى نحو تفنيدها فبدون التحليل لا يمكن فهم طبيعة الإشاعة ولا يمكن دحضها، فالمنهج التحليلي المقترح مكون من عدة جوانب يقابل كل جانب منها جانبا من جوانب الإشاعة وهي:

1. مصدر الإشاعة
2. توقيت الإشاعة .
3. موضوع الإشاعة .
4. جمهور الإشاعة .
5. الطرق التي تسير فيها الإشاعة .
6. التداعيات النفسية التي تحدها الإشاعة .
7. الطرق التي يمكن أن نواجه بها الإشاعة .

([1]) رمزي المنياوي، الحرب النفسية والطابور الخامس، مصدر سابق، ص155 .

([2]) عبد الرزاق محمد، الإعلام إشكاليات التخطيط والممارسة، دار جرير للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، سنة 2010، ص198 .

وسيتم استعراض الخطوات الإجرائية التي ستجيب على مشكلة البحث والتساؤلات، وذلك من خلال عرض المنهج المستخدم وتحديد مجتمع وعينة البحث بالإضافة إلى أدوات البحث وعرض النتائج حول الإشاعة وآثارها السلبية على الشباب الجامعي.

منهج البحث :يعتمد البحث على المنهج المسحي، وتتكون عينة البحث من عينة عمدية من طلبة قسم الإعلام المرحلة المنتهية في كلية الآداب بجامعة تكريت للعام 2016، أختارها الباحث طبقا لما يراه من سمات أو خصائص تتوفر في أفراد العينة بما يخدم أهداف البحث، تكونت عينة البحث من (50) فردا، وقد خضعت استمارة الاستبيان للتحكيم من قبل مجموعة من أساتذة قسم الإعلام في كلية الآداب بجامعة تكريت[1]

أولا . خصائص العينة من طلبة قسم الأعلام

1 . النوع

جدول رقم (1) بين توزيع المبحوثين من طلبة قسم الأعلام ونسبتهم المئوية

ت	الجنس	التكرار	النسبة المئوية
1	ذكور	42	%84
2	إناث	8	%16
3	المجموع	50	%100

أظهر نتائج الدراسة الميدانية أن الخصائص الشخصية لعينة البحث المكونة من (50) مفردة من طلبة المرحلة المنتهية لقسم الإعلام في كلية الآداب بجامعة تكريت للعام الدراسي 2015 .2016 من الدراستين الصباحية والمسائية كانت من الذكور حيث بلغ عددهم (42) بنسبة مئوية بلغت (84%) قياسا إلى عدد الإناث اللواتي بلغ عددهن (8) بنسبة مئوية بلغت (16%) وكما مبين في الجدول رقم (1) أعلاه .

2 . العمر

جدول رقم (2) يبين توزيع المبحوثين حسب متغير الفئات العمرية ونسيتهم المئوية

ت	الفئات العمرية للمبحوثين	التكرار	النسبة المئوية
1	فئة (21 . 25) سنة	34	%68
2	فئة (26 . 30) سنة	11	%22
3	فئة (31) سنة فما فوق	5	%10
4	المجموع	50	%100

[1] أ.د سعد سلمان المشهداني، أ.م . د سلام خطاب أسعد، ا.م.د فريد صالح فياض، أ.م.د يوسف محمود حسن

أظهرت الدراسة وحسب ما مبين في الجدول رقم (2) أعلاه توزيع أعمار المبحوثين إلى (3) فئات، جاءت الفئة العمرية (21 –25) بالمرتبة الأولى بواقع (34) مبحوثا وبنسبة مئوية بلغت (68%) من أجمالي العينة، وفي المرتبة الثانية جاءت الفئة العمرية من فئة (26 –30) سنة بواقع (11) مبحوثا وبنسبة مئوية (22%)، في جاءت الفئة العمرية (31 سنة فما فوق) بالمرتبة الثالثة بواقع (5) مبحوث وبنسبة مئوية (10%)، وهذا يدل على أن الفئات في هذه العينة من فئة الشباب .

ثانيا: نتائج إجابات المبحوثين حول الإشاعة

جدول رقم (3) يوضح الوسائل التي ترد من خلالها الإشاعة إلى مجتمع البحث

ت	فئات الوسائل	التكرار	النسبة المئوية
1	وسائل الاتصال الالكتروني	38	% 48/71
2	وسائل الإعلام	27	% 34/61
3	الاتصال بالأصدقاء	13	% 16/66
4	المجموع	78	%..1

أظهرت نتائج الدراسة الميدانية لعينة البحث ومن خلال تدوين إجاباتهم حول الوسائل التي ترد من خلالها الإشاعة إليهم، تبين أن فئة (وسائل الاتصال الالكتروني) قد جاءت بالمرتبة الأولى بتكرارات (38) وبنسبة مئوية(48/71%) في حين جاءت فئة (وسائل الإعلام) بالمرتبة الثانية وبتكرارات (27) وبنسبة (34/61%)، أما فئة (الاتصال بالأصدقاء) فقد جاءت بالمرتبة الثالثة وبتكرارات (13) وبنسبة مئوية (16/66%)، وهذا ما يوضح أن وسائل الإعلام في المحافظة ضعيفة الأداء من حيث إيصال الحقيقة إلى المتلقين مما حدى بهم التوجه إلى وسائل أخرى بديلة.

جدول رقم (4) يوضح الفئات الفرعية لوسائل الاتصال الالكتروني

ت	الفئة الفرعية	التكرار	النسبة المئوية
1	الفيس بوك	30	% 78/97
2	التويتر	5	% 13/15
3	انستكرام	3	% 7/89
4	المجموع	38	% 100

يوضح الجدول رقم (4) الفئات الفرعية لوسائل الاتصال الالكتروني التي ترد عن طريقها الإشاعة إلى المبحوثين، حيث جاء بالمرتبة الأولى الفيس بوك بتكرارات (30) بنسبة مئوية (78/94 %) في وردت الفئة

الفرعية التوتير بالمرتبة الثانية بتكرارات (5) بنسبة مئوية (13/15 %) تلتها بالمرتبة الثالثة فئة أنستكرام بتكرارات (3) بنسبة مئوية (7/89 %) .

جدول رقم (5) يوضح الفئات الفرعية لوسائل الإعلام

ت	الفئة الفرعية	التكرار	النسبة المئوية
1	التلفزيون	23	% 85/ 18
2	الصحافة	4	% 18/ 86
3	الراديو	صفر	صفر %
4	المجموع	27	% 100

يوضح الجدول رقم (5) الفئات الفرعية لوسائل الإعلام التي ترد من خلالها الإشاعة إلى المبحوثين فقد وردت فئة التلفزيون في المرتبة الأولى بتكرارات (23) بنسبة مئوية (85/18 %) في حين جاءت فئة الصحافة المرتبة الثانية بتكرارات (4) بنسبة مئوية (18/86%) أما فئة الراديو لم تحصل على أي مستوى يذكر، وهذا يوضح ضعف وسائل الإعلام وانعدام وسائل الإعلام المحلية في المحافظة، حيث أعتمد المبحوثين على التلفزيون فقط ونقصد بها القنوات الفضائية

جدول رقم (6) يوضح الفئات الفرعية للأصدقاء

ت	الفئة الفرعية	التكرار	النسبة المئوية
1	منتسبي الأجهزة الأمنية	4	% 30/67
2	طلبة الجامعة	3	% 23/70
3	مسوؤلين	2	% 15/38
4	أساتذة جامعة	2	% 15/38
5	مواطن عادي	1	% 7/69
6	موظفين	1	% 7/69
7	المجموع	13	%100

يوضح الجدول رقم (6) الفئات الفرعية للفئة الرئيسية للأصدقاء التي ترد من خلالها الإشاعة إلى المبحوثين فقد جاءت فئة منتسبي الأجهزة الأمنية بالمرتبة الأولى بتكرارات (4) بنسبة مئوية (30/67%) وجاءت فئة طلبة الجامعة بالمرتبة الثانية بتكرارات (3) بنسبة مئوية (23/70%) في حين جاءت الفئتين

(مسوؤلين،أساتذة جامعة) بالمرتبة الثالثة بتكرارات (2) بنسبة مئوية (15/38%) لكل منهما أما الفئتين (مواطن عادي،موظفين) فقد جاءت بالمرتبة الرابعة وبتكرارات (1) بنسبة مئوية (7/69%) لكل منهما .

جدول رقم (7) يوضح قرب الأشخاص من الأحداث من عدمه

ت	الفئة	التكرار	النسبة المئوية
1	كلا	11	%84/61
2	نعم	2	% 15/38
3	المجموع	13	%..1

يوضح الجدول رقم (7) قرب الأشخاص من الأحداث التي نقصد بها قربهم من صانعي القرار في المحافظة حيث جاءت الفئة (كلا) بالمرتبة الأولى بتكرارات (11) بنسبة مئوية (84/61 %) بينما حصلت الفئة (نعم) على المرتبة الثانية بتكرارات (2) بنسبة مئوية (15/38 %) .

جدول رقم (8) يوضح المكانة الاجتماعية للأشخاص الذين يطلقون الإشاعة

ت	الفئة	التكرار	النسبة المئوية
1	كلا	33	%66
2	نعم	17	%34
3	المجموع	50	%100

يوضح الجدول رقم (8) المكانة الاجتماعية التي يتمتع بها الأشخاص ناقلي الإشاعة، فقد جاءت الفئة (كلا) بالمرتبة الأولى بتكرارات (33) بنسبة مئوية (66%) في حين جاءت الفئة (نعم) بالمرتبة الثانية بتكرارات (17) بنسبة مئوية (34%)، نقصد بالفئة (نعم) في الجدول أعلاه المسئولين في المحافظة الذين يتناقلوا الأخبار من خلال وسائل الاتصال المختلفة نسبة الصدق فيها ضعيفة بشكل مقصود أو غير مقصود وهذا بدوره يؤثر على نفسية الرأي العام في المحافظة خاصة في وقت حدوث الأزمة

جدول رقم (9) يوضح رأي المبحوثين هل الإشاعة تطلق وقت الأزمات من عدمه

ت	الفئة	التكرار	النسبة المئوية
1	نعم	.4	%.8
2	كلا	10	% 20
3	المجموع	50	%100

يوضح الجدول رقم (9) رأي المبحوثين انطلاق الإشاعة وقت حدوث الأزمة من عدمه فقد جاءت الفئة (نعم) انطلاقها وقت الأزمة بالمرتبة الأولى بتكرارات (40) بنسبة مئوية (80%) وجاءت الفئة (كلا) بالمرتبة الثانية بتكرارات (10) بنسبة مئوية (20%).

جدول رقم (10) يبين أنواع الإشاعات التي تطلق في أوقات الأزمات

ت	نوع الإشاعة	التكرار	النسبة المئوية
1	الأمنية	24	% 44/44
2	الاقتصادية	15	% 27/ 77
3	العسكرية	9	% 16/ 66
4	الاجتماعية	6	% 11/ 11
5	الطاقة	صفر	صفر
6	المجموع	54	% 100

يوضح الجدول رقم (10) أنواع الإشاعات التي تطلق في أوقات الأزمات حيث جاءت الإشاعة الأمنية بالمرتبة الأولى بتكرارات (24) بنسبة مئوية (44/44%) وجاءت الإشاعة الاقتصادية بالمرتبة الثانية بتكرارات (15) بنسبة مئوية (77 /27%) وفي المرتبة الثالثة جاءت الإشاعة العسكرية بتكرارات (9) بنسبة مئوية (66 /16%) وجاءت بالمرتبة الرابعة الإشاعة الاجتماعية بتكرارات (6) بنسبة مئوية (11 /11%) في حين لم تحصل إشاعة الطاقة على أي نسبة تذكر، النتائج التي افرزها الجدول رقم (10) يتطابق مع الرأي السائد أن الإشاعات (الأمنية،الاقتصادية، العسكرية) تطلق في أوقات الأزمات والتي تؤثر تأثيرا مباشرا على الاستقرار الأمني في المحافظة، مما يؤدي إلى تدهور الحالة النفسية والمعنوية للرأي العام المحلي تكمله الإشاعات الاقتصادية من حيث شحه أو فقدان المواد الغذائية وارتفاع أسعارها واندفاع المواطن لاقتنائها بأي شكل من الأشكال وتحت أي تصرف عقلاني أو غير عقلاني مما يؤدي بالتالي إلى انهيار الجبهة الداخلية (المدنية) واتساع تداعياتها إلى الجبهة العسكرية التي تتخذ من الجبهة الداخلية عمق استراتيجي لها تمدها بالقوة والروح المعنوية العالية .

جدول رقم (11) يوضح أنواع الإشاعات التي تطلق في جميع الأوقات

ت	نوع الإشاعة	التكرار	النسبة المئوية
1	الاقتصادية	9	% 33/ 33
2	البطالة	9	% 33/ 33
3	تخص المسئولين	8	% 29/ 62
4	الطاقة	1	% 3/ 70
5	المجموع	27	% 100

يوضح النتائج في الجدول رقم (11) وحسب إجابة المبحوثين الإشاعات التي تطلق في جميع الأوقات فقد جاءت الإشاعتين (الاقتصادية و البطالة) بالمرتبة الأولى بتكرارات (9) بنسبة مئوية (33 /33%) لكل منهما، وبالمرتبة الثانية جاءت الإشاعة التي تطلق اتجاه المسئولين في المحافظة بتكرارات (8) بنسبة مئوية (29/62%) وفي المرتبة الثالثة الأخيرة جاءت إشاعة الطاقة بتكرارات (1) بنسبة مئوية (70 /3%) .

جدول رقم (12) يوضح الصيغة التي تصل بها الإشاعة للمبحوثين

ت	الصيغة	تكرار	النسبة المئوية
1	حديث مع الناس	30	% 44/ 77
2	خبر فقط	22	% 32/ 83
3	خبر وصورة	14	% .2/ 89
4	مقطع فيلم	1	% 1/ 49
5	المجموع	67	% 100

يوضح الجدول رقم (12) أعلاه الصيغة التي ترد بها الإشاعة إلى المبحوثين فقد جاءت الصيغة (الحديث مع الناس) بالمرتبة الأولى بتكرارات (30) بنسبة مئوية (44/77%) تليها بالمرتبة الثانية الصيغة (الخبر فقط) بتكرارات (22) بنسبة مئوية (32/83%) أما الصيغة (خبر وصورة) فقد جاءت بالمرتبة الثالثة بتكرارات (20/89%) وجاءت بالمرتبة الرابعة الصيغة (مقطع فيلم) بتكرارات (1) بنسبة مئوية (1/49%) .

جدول رقم (13) يوضح سرعة سريان الإشاعة وقت الأزمات

ت	صفة السرعة	التكرار	النسبة المئوية
1	سرعة فائقة	30	% 60
2	سرعة اعتيادية	20	% 40
3	سرعة بطيئة	صفر	صفر
4	المجموع	50	%100

يوضح الجدول رقم (13) أعلاه سرعة سريان الإشاعة أثناء أوقات الأزمات فقد جاءت صفة (سرعة فائقة) بالمرتبة الأولى بتكرارات (30) بنسبة مئوية (60%) وجاءت بالمرتبة الثانية صفة(سرعة اعتيادية) بتكرارات (20) بنسبة مئوية (40%) في حين لم تحصل صفة (سرعة بطيئة) على أي نسبة تذكر.

جدول رقم (14) يوضح أسباب انتشار الإشاعة

	السبب	التكرار	النسبة المئوية
	انعدام الثقة بالمسئولين	35	% 52/ 23
	ضعف المستوى الثقافي	20	% 29/ 85
	ضعف أو انعدام وسائل الإعلام	8	% 11/ 94
	ضعف أو انعدام وسائل الاتصال	2	% 2/ 98
	أخرى *	2	% 2/ 98
	المجموع	67	% ..1

يوضح الجدول رقم (14) أعلاه أسباب انتشار الإشاعات فقد جاء سبب (انعدام الثقة بالمسئولين) بالمرتبة الأولى بتكرارات (35) بنسبة مئوية (23 /52%) وجاء سبب (ضعف المستوى الثقافي) بالمرتبة الثانية بتكرارات (20) بنسبة مئوية (85 /29%) وجاء بالمرتبة الثالثة سبب (ضعف أو انعدام وسائل الإعلام) بتكرارات (8) بنسبة مئوية (94 /11%) في حين جاء سببي (ضعف أو انعدام وسائل الاتصال وأخرى) بنفس المستوى بتكرارات (2) بنسبة مئوية (98 /2 %) لكل منهما، الأخرى هنا يقصد بها المبحوثين في إجاباتهم (تعدد وسائل الإعلام وانعدام المصداقية في نقل الخبر أو الحدث و عدم وجود مسئول في المحافظة يرد على الإشاعة وقت انطلاقها من خلال وسائل الإعلام .

جدول رقم (15) يوضح التداعيات التي تحدثها الإشاعة

ت	التداعيات	التكرار	النسبة المئوية
1	الخوف الذي يظهر على تصرفات الناس	38	% 58/ 46
2	الفوضى في تصرفات الأجهزة الأمنية	17	% 26 / 15
3	تعطيل الدوام الرسمي	10	% 15/ 38
4	المجموع	65	% 100

يوضح الجدول رقم (15) التداعيات التي تحدثها الإشاعة في أوقات الأزمات فقد جاء (الخوف الذي يظهر على تصرفات الناس) بالمرتبة الأولى بتكرارات (38) بنسبة مئوية (46 /58%) وجاءت (الفوضى في تصرفات الأجهزة الأمنية) بالمرتبة الثانية بتكرارات (17) بنسبة مئوية (15 /26%) وبالمرتبة الثالثة جاء (تعطيل الدوام الرسمي) بتكرارات (10) بنسبة مئوية (38 /15%) .

جدول رقم (16) يوضح رأي المبحوثين هل تكرر الإشاعة نفسها في أوقات الأزمات

ت	الجواب	التكرار	النسبة المئوية
1	نعم	43	% 86
2	كلا	7	% 14
3	المجموع	.5	% ..1

يوضح الجدول رقم (16) رأي المبحوثين هل الإشاعات تكرر نفسها في أوقات الأزمات فكان جواب (نعم) بالمرتبة الأولى بتكرارات (43) بنسبة مئوية (86 %) وجاء بالمرتبة الثانية (كلا) بتكرارات (7) بنسبة مئوية (14%) .

جدول رقم (17) يوضح هل الظروف نفسها ساعدت على تكرار الإشاعة نفسها

ت	الجواب	التكرار	النسبة المئوية
1	نعم	38	% 76
2	كلا	12	% 24
3	المجموع	50	% 100

يوضح الجدول رقم (17) هل الظروف هي نفسها التي ساعدت الإشاعة على تكرار نفسها فقد جاء الجواب (نعم) بالمرتبة الأولى بتكرارات (38) بنسبة مئوية (76%) وجاء بالمرتبة الثانية (كلا) بتكرارات (12) بنسبة مئوية (24%) .

جدول رقم (18) يوضح الظروف التي ساعدت على تكرار الإشاعات نفسها

ت	الظروف	التكرار	النسبة المئوية
1	أمنية	34	% 50/ 74
2	سياسية	22	% 32/83
3	اقتصادية	11	% 16/ 41
4	عسكرية	صفر	صفر
5	المجموع	67	%/ 100

يوضح الجدول رقم (18) الظروف التي ساعدت الإشاعات على تكرار نفسها فقد جاءت الظروف الأمنية بالمرتبة الأولى بتكرارات (34) بنسبة مئوية (74 /50%) وبالمرتبة الثانية وردت الظروف السياسية بتكرارات (22) بنسبة مئوية (32/83%) أما الظروف الاقتصادية فقد جاءت بالمرتبة الثالثة بتكرارات (11) بنسبة مئوية (41 /16%) في حين لم تحصل الظروف العسكرية على أي نسبة مئوية تذكر .

جدول رقم (19) يوضح تصرف المسئولين تجاه انتشار الإشاعات

ت	الجواب	التكرار	النسبة المئوية
1	ضعيف	37	% 74
2	متوسط	11	%22
3	جيد	2	%4
4	المجموع	50	% 100

يوضح الجدول رقم (19) تصرفات المسئولين تجاه انتشار الإشاعات فقد جاء جواب المبحوثين (ضعيف) بالمرتبة الأولى بتكرارات (37) بنسبة مئوية (74%) وجواب (متوسط) جاء بالمرتبة الثانية بتكرارات (11) بنسبة مئوية (22%) أم الجواب (جيد) فقد جاء بالمرتبة الثالثة بتكرارات (2) بنسبة مئوية (4%) .

جدول رقم (20) يوضح أسباب ضعف تصرف المسئولين تجاه انتشار الإشاعات

ت	السبب	التكرار	النسبة المئوية
1	الضعف في اتخاذ القرارات	35	%94/59
2	عدم التعرض لوسائل الإعلام	2	%5/.4
3	المجموع	37	%..1

يوضح الجدول رقم (20) أسباب ضعف تصرف المسئولين تجاه انتشار الإشاعات فقد جاء سبب (الضعف في اتخاذ القرارات) بالمرتبة الأولى بتكرارات (35) بنسبة مئوية (94/59%) وجاء سبب (عدم التعرض لوسائل الإعلام) بالمرتبة الثانية بتكرارات (2) بنسبة مئوية (5/40%) .

جدول رقم (21) يوضح رد فعل المواطنين تجاه الإشاعات لتكذيبها

ت	الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
1	ضعيف	25	%50
2	متوسط	14	%28
3	جيد	11	%22
4	المجموع	50	%100

يوضح الجدول رقم (21) ردود أفعال المواطنين تجاه الإشاعات لتكذيبها فقد جاء جواب (ضعيف) بالمرتبة الأولى بتكرارات (25) بنسبة مئوية (50%) وجاء جواب (متوسط) بالمرتبة الثانية بتكرارات (14) بنسبة مئوية (28%) وبالمرتبة الثالثة جاء جواب (جيد) بتكرارات (11) بنسبة مئوية (22%) .

جدول رقم (22) يوضح أسباب ضعف رد فعل المواطنين تجاه تكذيب الإشاعات

ت	السبب	التكرار	النسبة المئوية
1	تخوف المواطن من تعرضه للمسألة القانونية	18	%.6
2	عدم قدرة المواطن على المواجهة	9	%.3
3	تردي العلاقات الاجتماعية بين المواطنين	3	%10
4	المجموع	30	%100

يوضح الجدول رقم (22) أسباب ضعف رد فعل المواطنين تجاه تكذيب الإشاعات فقد جاء السبب (تخوف المواطن من تعرضه للمسألة القانونية) بالمرتبة الأولى بتكرارات (18) بنسبة مئوية (60%) وجاء بالمرتبة الثانية جواب (عدم قدرة المواطن على المواجهة) بتكرارات (9) بنسبة مئوية (30%) وجاء بالمرتبة الثالثة جواب (تردي العلاقات الاجتماعية بين المواطنين) بتكرارات (3) بنسبة مئوية (10%)، تنويه مجموع التكرارات في الجدول أعلاه (30) أعلى من تكرارات (ضعف المواطن) في الجدول (21) والبالغة (25) وذلك يعود إلى إجابة المبحوثين على أكثر من سبب .

جدول رقم (23) يوضح طرق التصدي للإشاعات

ت	الطريقة	التكرار	النسبة المئوية
1	وسائل الإعلام	37	%.5
2	وسائل الاتصال الالكتروني	20	%27/270
3	الاتصال بالمواطنين	17	%22/970
4	المجموع	74	%100

يوضح الجدول رقم (23) طرق التصدي للإشاعات فقد جاءت بالمرتبة الأولى طريقة(وسائل الإعلام) بتكرارات 37 بنسبة مئوية (50%) وجاءت بالمرتبة الثانية طريقة (الاتصال الالكتروني) بتكرارات (20) بنسبة مئوية (27/270%) وجاءت بالمرتبة الثالثة طريقة (الاتصال بالمواطنين) بتكرارات (17) بنسبة مئوية (22/970%) .

النتائج: .

1. أوضحت الدراسة أن وسائل الاتصال الالكترونية جاءت بالمرتبة الأولى وبالمرتبة الثانية وسائل الإعلام وبالمرتبة الثالثة الأصدقاء وبنسب متفاوتة وحسب ما أوضحته الجداول انفه الذكر .فقد جاء الفيس بوك بالمرتبة الأولى من بين الوسائل الالكترونية وبنسبة مئوية (78/94%) وجاءت وسيلة التلفزيون من بين وسائل الإعلام بالمرتبة الأولى بنسبة مئوية (20 /86%) وجاءت بالمرتبة الأولى من فئة الأصدقاء فئة الطلبة بنسبة مئوية (27/27%) .

2. جاءت إجابة المبحوثين بصدد قرب الأشخاص من الإحداث من عدمه بنسب متفاوتة، حيث جاءت إجابة (كلا) بالمرتبة الأولى وبنسبة عالية، فضلا عن عدم تمتع هؤلاء الأشخاص بالمكانة الاجتماعية التي تجعل المتلقي أن يصدق ما يصدر عنهم من كلام أو حديث .

3. أوضحت الدراسة أن الإشاعة تنتشر بصيغ مختلفة فقد جاء في مقدمة ذلك (الحديث مع الأصدقاء) تلتها صيغة (الخبر) بالمرتبة الثانية وهذا يتطابق مع الرأي السائد أن البطالة العالية في كثرة الحديث بين الأصدقاء والتي تصدر من خلالها الإشاعة .

4. أوضحت الدراسة أن الإشاعات يزداد انتشارها في وقت الأزمات كما أوضحه الجدول رقم (9) فقد جاءت الإشاعة الأمنية بالمرتبة الأولى، وأوضح المبحوثين من خلال إجاباتهم بوجود إشاعات تطلق وفي جميع الأوقات هي إشاعتي أثناء الأزمات وهذا يتطابق مع ما ذهب إليه الباحثين بأن (الغموض والأهمية) تزيدان من سرعة انتشار الإشاعة في أوقات الأزمات .

5. أوضحت الدراسة أن السبب الرئيس في انتشار الإشاعة هو انعدام الثقة بالمسئولين، وان التداعيات التي تحدثها الإشاعة بعد انتشارها عدة منها عامل الخوف بين المواطنين التي جاء بالمرتبة الأولى تليها الفوضى التي تظهر على تصرفات عناصر الأجهزة الأمنية خاصة وقت الأزمات، هذين العنصرين (الفوضى والارتباك) هي من العناصر المطلوب تحقيقها في أطلاق الإشاعة التي تؤدي بالتالي إلى انهيار المعنويات والاستسلام لأمر الواقع .

6. أوضحت الدراسة أن الإشاعة تكرر نفسها كلما تهيئة لها الظروف كما في الجداول (18/17/16) أنفة الذكر .

7. أفرزت الدراسة ضعف تصرف المسئولين تجاه انتشار الإشاعة والسبب يعود إلى الضعف في اتخاذ القرارات الصائبة والسريعة في معالجة الإشاعة، كما أوضحت الدراسة ضعف رد فعل المواطن تجاه الإشاعة والسبب يعود إلى تخوفه من تعرضه للمسألة القانونية .

8. أوضحت الدراسة إجابة المبحوثين أن طرق التصدي للإشاعة يكون عن طريق وسائل الإعلام التي جاءت بالمرتبة الأولى من باقي الوسائل الأخرى .

الاستنتاجات :.

1. أن أغلب الطلبة من كلا الجنسين يرى أن وسائل الاتصال الالكترونية هي الوسيلة الأولى من تدفق الإشاعات من خلالها والسبب يعود إلى ضعف أو انعدام وسائل الإعلام في المحافظة فضلا عن تعزز الثقة بتلك الوسائل حتى وأن وجدت .

2. أن الإشاعات تكرر نفسها وأن الإشاعة الأمنية تأتي في المقدمة من بين الإشاعات وذلك بسبب الظروف الأمنية التي أحاطت وما زالت بالمحافظة .

3. تزعزع الثقة بين مسئولي المحافظة والمواطنين وضعف دورهم في التصدي لأي سلبية تنتشر في المحافظة زاد من انتشار الإشاعة .

المصادر

1. القران الكريم

2. أحمد أبو حجاب، الحرب النفسية، دار النشر والتوزيع، جمهورية مصر العربية، سوهاج، 2005.
3. أحمد بدر، وأصول البحث العلمي ومناهجه، الكويت، وكالة المطبوعات،1984، ط1
4. بسام عبد الرحمن مشاقبه، البحث الإعلامي وتحليل الخطاب، عمان، الأردن، دار أسامة للتوزيع والنشر،2010.
5. بشرى جميل الراوي، دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغير، مدخل نظري، جامعة بغداد، كلية الإعلام، 2012.
6. حسين عوضي، أثر التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية المجتمعية لدى فئة الشباب، جامعة القدس المفتوحة،2013.
7. حسن السعيد، سيكولوجية الإشاعة، رؤية قرآنية، دار دجلة، الأردن،2009، ط1
8. خليل حسونة وآخرون، الحرب النفسية الحديثة، مطبعة ومكتبة الأمل التجارية، غزه،2004، ط1.
9. رمزي المنياوي، الحرب النفسية والطابور الخامس، دار الكتاب العربي، القاهرة، 2010.
10. زاهر راضي، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية، جامعة عمان الأهلية، عمان، سنة 2003 .
11. سعد سلمان المشهداني، مناهج البحث الإعلامي، الإمارات العربية المتحدة، دار الكتاب الجامعي، سنة 2016 .
12. سناء محمد الجبور، الإعلام والرأي العام العربي والعالمي، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، سنة 2010.
13. عبد الرزاق محمد الدليمي، الإعلام إشكاليات التخطيط والممارسة، دار جرير للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، سنة 2010.
14. عبد الأمير فيصل، مدخل في صحافة الانترنت، دار الكتاب الجامعي، الإمارات، ط1، سنة 2014.
15. عبد المنعم علي الحسين،الحرب النفسية وتأثيرها على معنوية الجماهير، الندوة العلمية لمركز دراسات الخليج العربي، جامعة البصرة، سنة 1988 .
16. علي بن هلهول الرولي ، إدارة الأزمات، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، السعودية، سنة 2011.
17. فخري الدباغ، الحرب النفسية، وزارة الثقافة والفنون، العراق، سنة 1979 .
18. منال هلال مزاهره، الدعاية أساليبها ومدارسها، دار الميسرة، عمان، ط 1، سنة 2012 .
19. محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات العلمية، ط5، القاهرة، عالم الكتب، سنة 2015 .
20. ميشال لويس روكيت، الشائعات، ترجمة وجيه اسعد، دار البشائر، دمشق، ط1، سنة 1994 .
21. محمد ابو زهرة، العقوبة، دار الفكر العربي، القاهرة، سنة 1996 .
22. محمد الأخضر الداقوقي، دور الأعلام في ترويج ومكافحة الشائعات – الإشاعة والحرب النفسية، المركز العربي للدراسات الفنية والتدريب الرياضي، الرياض، ط1، سنة 1989 .
23. محمد نجاتي، علم النفس في حياتنا اليومية، مكتبة الانجلو المصرية، القاهرة، ط1، 1984.
24. مختار التهامي، الرأي العام والحرب النفسية، دار المعارف، القاهرة، سنة 1974.
25. هاني الكايد، الإشاعة المفاهيم والأهداف والآثار، دار الراية للنشر والتوزيع، عمان الأردن،ط1، سنة 2009.

26. هاني الرضا، رامز عمار، الرأي العام والأعلام والدعاية، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت، سنة 1988.

27. ذياب موسى البدانية، استخدام التقنيات الحديثة في الاشاعات، ندوه علمية حول أساليب مواجهة الإشاعات، مركز الدراسات والبحوث، أكاديمية ناف العربية الأمنية، الرياض، سنة 2005.

Sources:

The Holy Quran

2. Ahmed Abu Hijab, Psychological War, Publishing and Distribution House, Arab Republic of Egypt, Sohag, 2005.

3. Ahmed Badr, Principles of Scientific Research and Its Methods, Kuwait, Publications Agency, 1984, 1st Edition.

4. Bassam Abdel-Rahman Mashaqbeh, Media Research and Discourse Analysis, Amman, Jordan, Dar Osama for Distribution and Publishing, 2010.

5. Bushra Jamil Al-Rawi, The Role of Social Networking Sites in Change, A Theoretical Approach, University of Baghdad, College of Mass Communication, 2012.

6. Hussein Awadi, The impact of social communication on the development of social responsibility among young people, Al-Quds Open University, 2013.

7. Hassan Al-Saeed, The Psychology of Rumor, a Quranic View, Dar Degla, Jordan, 2009, 1st Edition

8. Khalil Hassouna and others, Modern Psychological War, Al-Amal Commercial Press and Library, Gaza, 2004, 1st edition.

9. Ramzy El Miniawy, Psychological War and the Fifth Column, Dar Al-Kitab Al-Arabi, Cairo, 2010.

10. Zaher Radi, The Use of Social Networking Sites in the Arab World, Education Journal, Al-Ahliyya Amman University, Amman, 2003.

11. Saad Salman Al-Mashhadani, Media Research Methods, United Arab Emirates, University Book House, 2016.

12. Sanaa Muhammad al-Jabour, Arab and international media and public opinion, Osama House for Publishing and Distribution, Jordan, 2010.

13. Abd al-Razzaq Muhammad al-Dulaimi, Media Problems of Planning and Practice, Jarir House for Publishing and Distribution, Amman, Jordan, in 2010.

14. Abdul Amir Faisal, An Introduction to Internet Journalism, University Book House, Emirates, 1st Edition, 2014.

15. Abdel Moneim Ali Al-Hussein, Psychological warfare and its impact on the morale of the masses, the scientific symposium of the Center for Arab Gulf Studies, University of Basra, in 1988.

16. Ali bin Halhoul Al-Rawli, Crisis Management, Naif Arab University for Security Sciences, Saudi Arabia, in 2011.
17. Fakhri al-Dabbagh, Psychological War, Ministry of Culture and Arts, Iraq, 1979.
18. Manal Hilal Mazahreh, Propaganda, Its Methods and Schools, Dar Al-Maysarah, Amman, 1st Edition, 2012.
19. Mohamed Abdel-Hamid, Scientific Research in Scientific Studies, 5th Edition, Cairo, World of Books, 2015.
20. Michel Louis Roquette, Rumors, translated by Wajih Asaad, Dar Al Bashaer, Damascus, 1st Edition, 1994.
21. Muhammad Abu Zahra, Al-Oqabah, Dar Al-Fikr Al-Arabi, Cairo, 1996.
22. Muhammad al-Akhdar al-Daqouqi, The Role of the Media in Promoting and Combating Rumors - Rumor and Psychological Warfare, The Arab Center for Artistic Studies and Sports Training, Riyadh, 1st Edition, 1989.
23. Muhammad Nagati, Psychology in Our Daily Lives, Anglo Egyptian Bookshop, Cairo, 1st edition, 1984.
24. Mukhtar Al-Tohamy, Public Opinion and Psychological Warfare, Dar Al-Maarif, Cairo, 1974.
25. Hani Al-Kayed, Rumor, Concepts, Objectives and Effects, Dar Al-Raya for Publishing and Distribution, Amman, Jordan, 1st Edition, in 2009.
26. Hani Al-Ridha, Ramiz Ammar, Public Opinion, Media and Propaganda, University Foundation for Studies, Publishing and Distribution, Beirut, 1988.
27. Dhiab Musa Al-Badaniyya, The Use of Modern Technologies in Rumors, Scientific Symposium on Methods of Confronting Rumors, Center for Studies and Research, Naf Arab Security Academy, Riyadh, 2005.