

شائعات مواقع التواصل الاجتماعي
وأثارها السلبية على طلاب جامعة الملك سعود

إعداد

د/ عبدالرحمن عبدالله علي بدوي

أستاذ علم الاجتماع المشارك

كلية الملك خالد العسكرية

شائعات مواقع التواصل الاجتماعي وآثارها السلبية على طلاب جامعة الملك سعود

د/ عبدالرحمن عبدالله علي بدوي*

الملخص:

هدفت الدراسة التعرض لشائعات مواقع التواصل الاجتماعي وبيان آثارها السلبية على طلاب جامعة الملك سعود، اعتمدت الدراسة الحالية على منهج المسح الاجتماعي بالعينة العشوائية البسيطة، واعتمدت على الاستبانة من أجل جمع البيانات المتطلبية، وتكونت عينة الدراسة من ١٠٠ طالب، بكلية الآداب قسم الدراسات والسادس والسابع والثامن وعددهم (١٠٠) طالب، بكلية الآداب قسم الدراسات الاجتماعية بجامعة الملك سعود بالرياض، وتوصلت النتائج إلى ما يلي: أكثر شبكات التواصل الاجتماعي استخدامًا بالنسبة للطلاب جاءت بالترتيب التالي (واتس أب، تويتر، اليوتيوب، الانستجرام، الفيس بوك، المدونات، الإيميلات)، أن هناك توافقًا كبيرًا جدًا في درجة موافقة أفراد عينة الدراسة على عبارات السؤال الأول: ما اتجاهات الشباب الجامعي نحو الشائعات؟ إذ بينت الاستجابات أن متوسطات موافقتهم على العبارات تراوحت ما بين (٣,٩٦) إلى (٣,١٩)، أن هناك استجابة بدرجة كبيرة جدًا على جميع العبارات التي تصف أثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في اتجاهات الشباب الجامعي نحو الشائعات، أن هناك استجابة بدرجة كبيرة جدًا على جميع العبارات التي تصف العوامل المرتبطة باتجاهات الشباب الجامعي نحو الشائعات.

الكلمات المفتاحية: شائعات، مواقع التواصل الاجتماعي، الآثار السلبية

* د/ عبدالرحمن عبدالله علي بدوي: أستاذ علم الاجتماع المشارك - كلية الملك خالد العسكرية.

Rumors of Social Networking Sites and their Negative Impact on King Saud University Students

ABSTRACT

The current study aimed to explore the rumors of social networking sites and show their negative impacts on King Saud University students. The study made use of the social survey method and the participants were randomly assigned. The study utilized a questionnaire for collecting the required data, and the sample consisted of the students at the fifth, sixth, seventh and eighth levels (totaling 100 students) at the Faculty of Arts, Department of Social Studies at King Saud University in Riyadh. The results of the study revealed that the frequent used social networks by the students were Whatsapp, Twitter, YouTube, Instagram, Facebook, Blog , E-mails. The results of the study also revealed that there was a common consensus concerning the degree of agreement among the study sample about the first question (What are the attitudes of the university students towards rumors?). The responses indicated that the participants' average agreement ranged from (3.96) to (3.19). Moreover, there was a strong agreement to all the statements describing the impact of social media on the attitudes of university students in terms of rumors. Finally, there was a strong agreement on all the statements describing the factors associated with university students attitudes towards rumors.

Keywords: rumors, social networks, negative impact.

المقدمة:

تمثل الشائعة كظاهرة اجتماعية عنصرًا مهمًا في نسيج كل ثقافة من الثقافات البشرية، فهي وليدة مجتمعها، وتعبّر تعبيرًا عميقًا عن ظروفه النفسية والسياسية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية؛ ولذلك تعد المفتاح الذهبي لدراسة المجاهل العميقة لهذا المجتمع وتحديد ملامحه وخصائصه.

والإشاعة قديمة قدم الإنسان، وينتظر أن تعيش ما عاش الإنسان، ولا يكاد يخلو مجتمع منذ فجر التاريخ من إشاعة، لأن النفس الإنسانية فيها القابلية لهذا الأمر ما لم تتهذب بميزان الإسلام.

ويعد إبليس أول من روج للإشاعات الكاذبة تحت مسميات براءة وتغطيتها بسور شفافة ومسميات حسنة لتحسين القبح، فقد دخل على آدم وحواء كليهما عليهم السلام من باب تحبه النفوس وهو باب الخلد في الدنيا والملك فيها قال تعالى: [فَوَسْوَسَ لَهُمَا الشَّيْطَانُ لِيُبْدِيَ لَهُمَا مَا وُورِيَ عَنْهُمَا مِنْ سَوْآتِهِمَا وَقَالَ مَا نَهَاكُمَا رَبُّكُمَا عَنْ هَذِهِ الشَّجَرَةِ إِلَّا أَنْ تَكُونَا مَلَكَتَيْنِ أَوْ تَكُونَا مِنَ الْخَالِدِينَ (٢٠) وَقَاسَمَهُمَا إِنِّي لَكُمَا لَمِنَ النَّاصِحِينَ (٢١) فَذَلَّاهُمَا بِغُرُورٍ فَلَمَّا ذَاقَا الشَّجَرَةَ بَدَتْ لَهُمَا سَوْآتُهُمَا وَطَفِقَا يَخْصِفَانِ عَلَيْنَهُمَا مِنْ وَرَقِ الْجَنَّةِ وَنَادَاهُمَا رَبُّهُمَا أَلَمْ أَنْهَكُمَا عَنْ تِلْكَمَا الشَّجَرَةِ وَأَقُلْتُ لَكُمَا إِنَّ الشَّيْطَانَ لَكُمَا عَدُوٌّ مُبِينٌ] سورة الأعراف: آية ٢٠، ٢١.

وتاريخ الأنبياء عليهم السلام يشهد لذلك، فهذا نوح -عليه السلام- اتهم من قومه بأنه: {يُرِيدُ أَنْ يَفْضَلَ عَلَيْكُمْ} [المؤمنون: ٢٤] أي يتزعم ويتأمر، وهود -عليه السلام- يواجه التقلبات والتخرصات الشبيهة، وموسى -عليه السلام- يتهم من قبل فرعون بالسحر والتأمر فيشاع هذا الخبر بين الملأ. ويشيع عنه بنو إسرائيل أنه آدر، وقصة يوسف -عليه السلام- على رغم التكتّم والتحفّظ الإعلامي الشديد من قبل قصر العزيز فإن إشاعتها قد تفشت في نساء مصر، وغيرها من القصص التي يرويها القرآن من سيرة الأنبياء والصالحين، أما نبينا -صلى الله عليه وسلم- فقد واجه منذ بداية الدعوة حملات الإشاعة والتشكيك، ومنها ما قالوا عنه في مكة من أكاذيب: كتهمة الجنون والسحر والكذب، ولكن الله تعالى كان لهم بالمرصاد وكان ينزل على نبيه -صلى الله عليه وسلم- من سبع سموات آيات تكذيبهم

وتسفههم ويبرئ نبيه -صلى الله عليه وسلم- من أكاذيبهم، أما في الفترة المدنية فقد استمرت الإشاعات بل ازدادت وتضاعفت، وصار يخلتها ويديرها أساطين الشر: اليهود، والمنافقون، ولولا تماسك البنية الاجتماعية الإسلامية لكان لمكر هؤلاء شأن آخر، ولكن التهذيب الإسلامي للمجتمع أو تأكيده على وحده كلمة المؤمنين وطاعة الرسول -صلى الله عليه وسلم- فوت على أعداء الله أغراضهم، أما الإشاعة في الميدان العسكري من حياته -صلى الله عليه وسلم- فكانت لا تنقص كثيراً من حياته الدعوية (الأثري، د.ت، ص ٧).

ولا يوجد مجتمع بشرى دون شائعات، فقد عرفها الإنسان منذ فجر التاريخ وأولها الباحثون بالاهتمام، ودرسوا أسبابها وسمات مروجها وطرق محاربتها عبر العصور المختلفة وقد تزايدت هذه الأهمية لدراسة الشائعات في عصر المعلومات، حيث النمو المستمر والمتراكم والهائل للمعلومات في مختلف أوجه النشاط الإنساني وأحوال المجتمعات، هذا التغير والتطور في الرصيد المعلوماتي أثر على الرصيد المعلوماتي للأفراد والمجتمعات وعلى طبيعة الشائعات التي خضعت أيضاً للتطور والتغير الذي ميز طابع هذا العصر وزاد من أهمية وانتشار الشائعات، فالشائعات لا تزال الغذاء اليومي لكثير من المجتمعات المعاصرة على الرغم من الانتشار السريع لأجهزة الإعلام المرئية والمسموعة والمقروءة، وما يسمى بثورة المعلومات إلى أتاحتها وهيأت أرضها شبكة الإنترنت، والتي أصبحت هي نفسها أقوى وسيلة لترويج الشائعات وتفريخها (هاشم، ٢٠٠٣، ٥٥).

وقد كثرت الشائعات في الآونة الأخيرة وراجت كثيراً، ولم تستثن جانباً من الحياة أو أمراً من أمورها إلا دخلته وأثرت فيه، بل طالت كافة المجالات (Difonzo, N & Bordia, 2007, 54). وهي لا تنطلق بصورة عشوائية، بل هي صناعة متقنة ومنظمة، لها خبراؤها وأوقاتها المناسبة، وهناك مكاسب ومصالح تتحدد بموجب تلك الشائعات التي تنطلق بقوة تفوق قوة الحقائق. وما أكثر الشائعات التي تُطلق في أوساطنا ونسمعها في هذه الأيام، شائعات مقصودة، وشائعات غير مقصودة، فلا تكاد تشرق شمس يوم جديد إلا ونسمع بشائعة من هنا وهناك. فنسمع عن موت زعيم، أو تغيير وزارة أو حكومة، أو ثورة شعب أو جماعة، أو ارتفاع في أسعار السلع التموينية والمواد الغذائية، أو انتشار الأمراض المعدية وغيرها. ومما ساعد على انتشار الشائعات في هذا العصر

ظهور التقنيات الحديثة المتمثلة في جانبها السلبي في استخدامها غير المشروع وخاصة في مجال الجريمة والبطالة، وتلويث الثقافة ونظام القيم والمعايير والتفسخ الاجتماعي، وازدياد الشائعات بسبب التنافس الشديد بين الأفراد والمؤسسات، وأصبح البحث عن وسائل إضعاف وتدمير للطرف الآخر أسهل الطرق لنجاح بعض الأفراد أو الأطراف في ذلك، كما أن الآلة قد دخلت كوسيط لنقل الشائعة بين المرسل والمستقبل، وكبديل عن الإنسان في النشر، كالإذاعة والتلفزيون والإنترنت (البدائية، ٢٠٠١، ٥٤). وتظهر بين الفنية والأخرى شائعات سياسية واقتصادية وصحية وغيرها في مختلف الميادين، ويتم تناقلها بسرعة فائقة بواسطة التقنية الحديثة كالهواتف المحمولة وشبكة الإنترنت بعد أن كانت تتناقلها الأفواه في السابق عبر المحادثات الشخصية المباشرة، وهذا ما يزيد من خطورتها وانتشارها.

وتتضح أهمية دراسة الشائعات من التأثير الكبير الذي لها على المجتمعات، فقد تؤدي إلى تفكك وتدهور المجتمع، كما قد تؤدي إلى تماسكه وفقاً لدورها في خفض أو رفع الروح المعنوية لذلك المجتمع، فمن خلال الشائعات يمكن أن تتبدل أو تتغير مواقف الأفراد وعلاقاتهم وتفاعلاتهم، ويمكن أن يعزف الناس عن شراء منتج أو زيارة مكان، فالشائعات يمكن أن تؤثر في الجوانب الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والنفسية والثقافية للشعوب، ويمكن أن تؤثر في العلاقات الدولية واستقرار المجتمعات. (أبا نمي، ٢٠٠٩م، ص ٤٤).

وهي سلاح يتطور مع تطور المجتمعات وتقدم التكنولوجيا، فقد تزايدت هذه الأهمية لدراسة الشائعات في عصر المعلومات، حيث النمو المستمر والمتراكم والهائل للمعلومات في مختلف أوجه النشاط الإنساني، وهذا التطور في الرصيد المعلوماتي أثر على الرصيد المعلوماتي للأفراد والمجتمعات وعلى طبيعة الشائعات التي خضعت لتطور التقنية وثورة الاتصالات التي ميزت طابع هذا العصر وزادت من أهمية الشائعات. (أبو زيد، ٢٠٠٠م، ص ٥٨).

فالشائعات لا تزال الغذاء اليومي لكثير من المجتمعات المعاصرة على الرغم من الانتشار السريع لأجهزة الإعلام المرئية والمسموعة والمقروءة، وما يسمى بثورة المعلومات التي أتاحتها وهيات أرضيتها شبكة الإنترنت التي أصبحت هي نفسها أقوى وسيلة لترويج الشائعات وتفريخها.

وتذكر مجلة ديوجين الصادرة عن منظمة اليونسكو في عددها (٢١٣) أنه من الغريب أن تتضاءل ثقافة البحث في الشائعات في العلوم الاجتماعية، حيث أصبح البحث فيها محدودًا عندما أصبح الإنترنت هو أسهل وسائل النقل والتحويل للشائعات. (Allport, G. Postman;2004,P87).

وإن الفترة التي نعيشها هي فترة الازدهار لبرامج التواصل الاجتماعي المختلفة، كما أن للتوأمة بين الأجهزة الذكية وهذه البرامج دورًا جعل الشباب يقضون ساعات في التواصل الافتراضي الاجتماعي عبر هذه البرامج باختلافها وتنوعها.

كما أن الفجوة بين مجالات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وبين مدى تأثير الظواهر الاجتماعية المختلفة بهذه البرامج تتسع، ويترتب على ذلك العديد من المشكلات الاجتماعية والأخلاقية التي تؤثر على منظومة القيم والعلاقات الاجتماعية بين الأفراد في المجتمع ومن هنا تأتي أهمية البحث العلمي والنظري التي ينبغي أن يكون لها دور في تفسير ظاهرة الشائعات وتأثيرها على المجتمع. (Dimaggio, P., (et., al.); 2001 .P3).

ولقد حاربت الشريعة الإسلامية الشائعات المضللة بطرق عديدة منها: محاربة الكذب فإن الشائعات تبدأ أولاً من الذين يصوغون الكلام المخالف للواقع مما يعد كذباً محرماً في الشريعة حيث تواترت النصوص بتحريم الكذب قال تعالى: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّادِقِينَ﴾ [التوبة: ١١٩]، ويقول النبي - صلى الله عليه وسلم-: (إن الصدق يهدي إلى البر وإن البر يهدي إلى الجنة وإن الرجل ليصدق حتى يكون صديقاً، وإن الكذب يهدي إلى الفجور وإن الفجور يهدي إلى النار وإن الرجل ليكذب حتى يكتب عند الله كذاباً) (البخاري، ١٩٨٧، رقم ٦٠٩٤)، وفي الحديث الآخر: (الصدق طمأنينة والكذب ريبة) (الترمذي، ١٩٧٥، ج٤، رقم ٢٥١٨)، ومن علامات المنافق أنه إذا حدث كذب (البخاري، ١٩٨٧، ج١، رقم ٣٣).

كما حاربت الشريعة ترويج الشائعات المضللة من خلال النهي عن نقل الكلام غير الموثوق كما جاء في الحديث: (كفى بالمرء كذباً أن يحدث بكل ما سمع) (أبو داود، د.ت، رقم ٤٩٩٢) وفي الحديث الآخر: (من حدث عني بحديث يرى أنه كذب فهو أحد الكاذبين) (الترمذي، ١٩٧٥، رقم ٢٦٦٤).

أما السامع أو متلقي الإشاعة فقد أمره الله سبحانه وتعالى بالثبوت، والتأكد مما يسمع، وحذره من المسارعة في تصديق كل ما يبلغه فيقع في ندامة من أمره، قال تعالى: ﴿ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْبِحُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ ﴾. فكم من إشاعة أطلقها مغرض، وسمعتها، وصدقها متعجل أدت إلى تباعض الإخوان، والأصدقاء، والعداوة بين الأصحاب، والزملاء، وإساءة سمعة الفضلاء، وتشتيت أسر، وتفريق جماعات، ونكبة شعوب، وانهيار، وهزيمة جيوش؛ فترك ذلك جراحاً عميقة؛ لا تندمل، وفرقة دائمة لا تجتمع (الهمص، وشلدان، ٢٠٠٩، ١٧، ١٨).

ولئن كان الكذب محرماً على الإطلاق يستحق صاحبه الإثم والعقوبة من الله، فإن الكذب الذي ينتشر بين الناس يكون أعظم إثماً وأشدّ جرماً، وقد ذكر النبي صلى الله عليه وسلم - أنه رأى في المنام أنه مرّ به مع ملكين على رجلٍ مستلقٍ لفقاه وإذا آخر قائم عليه بكلوب من حديد فإذا هو يأتي أحد شقي وجهه فيشرش شذقه إلى قفاه ومنخره إلى قفاه وعينه إلى قفاه، ثم يتحول إلى الجانب الآخر فيفعل به مثل ما فعل بالجانب الأول، فما يفرغ من ذلك الجانب حتى يصح ذلك الجانب كما كان، ثم يعود عليه فيفعل مثل ما فعل في المرة الأولى، قال: فقلت: سبحان الله ما هذان؟ إلى أن قال: فقالا لي: إن الرجل الذي أتيت عليه يشرش شذقه إلى قفاه ومنخره إلى قفاه، فإنه الرجل يغدو من بيته فيكذب الكذبة تبلغ الآفاق (البخاري، ١٩٨٧، رقم ٧٠٤٧).

ولما اتهمت إحدى النساء الفاضلات في عهد النبوة كذباً وبهتاناً شنع الله عز وجل على من أثار تلك الشائعة فقال سبحانه: ﴿ إِنَّ الَّذِينَ جَاءُوا بِالْإِفْكِ عُصْبَةٌ مِّنْكُمْ ۚ لَا تَحْسَبُوهُ شَرًّا لَّكُم ۚ بَلْ هُوَ خَيْرٌ لَّكُمْ ۚ لِكُلِّ امْرِئٍ مِّنْهُمْ مَّا اكْتَسَبَ مِنَ الْإِثْمِ ۚ وَالَّذِي تَوَلَّىٰ كِبْرَهُ مِنْهُمْ لَهُ عَذَابٌ عَظِيمٌ ﴾ [النور: ١١].

ولذلك يجب على العبد أن يحذر من إطلاق كلمة تكون سبباً في إثارة الشائعة، جاء في الحديث: (إن العبد ليتكلم بالكلمة ما يتبين ما فيها يزل بها إلى النار أبعد مما بين المشرق والمغرب) (البخاري، ١٩٨٧، رقم ٦٤٧٧)، و(مسلم، ١٩٩٢، رقم ٢٩٨٨).

أولاً - مشكلة الدراسة:

يعد الاتصال أقدم أوجه النشاط البشري، حيث كان ولا يزال أحد الأنشطة الإنسانية التي ارتبط وجودها بوجود الإنسان ذاته، وقد تعددت وسائل وأساليب

الاتصال الإنساني، وارتبطت باحتياج كل مجتمع لاكتساب خبراته وتبادل معارفه وفهم واقعه.

حيث تتحدد الطريقة التي يتصرف بها الأفراد داخل المجتمع الواحد كثيرًا بعلاقة كل منهم بالآخر، وبشكل وطبيعة العلاقات الاجتماعية القائمة فيما بينهم بما في ذلك الاستعدادات والضبط الاجتماعي، لكونها أحد أهم عوامل تحديد الفعل، كما عبر عن ذلك ميرتون بأن السلوك والتوافق الاجتماعي يعتمدان دائمًا على ما يفعله ويعتقده الآخرون. (أبو زيد، ٢٠٠٠م، ص ١١).

وبعد انتهاء الحرب الثانية اهتم المختصون بعلم الاجتماع بدراسة الشائعات، ما جعلها موضوعًا للدراسة العلمية، حيث يذكر أبو زيد في ذلك أن الباحثين في علم الاجتماع والأنثروبولوجيا الاجتماعية فيما بين الحربين العالميتين، وفي أعقاب الحرب العالمية الثانية بدؤوا بتناول هذه الظاهرة بمزيد من التحليل والدراسة. (أبو زيد، ٢٠٠٠م، ص ١٤).

واعتبرت الشائعات أسهل طرق الدعايات وأشدّها تأثيرًا في تحقيق الغرض الذي قامت من أجله، ويذهب الباحثان (وران وجست) إلى أن الشائعات هي الجهود الجمعية لتفسير المواقف والاتجاهات نحو موضوع معقد له علاقة عكسية بين الأهمية والغموض.

ويذهب الكثير من الباحثين إلى أن الشائعات يمكن أن تعكس تحركات واتجاهات الرأي العام ومستوى النضج الذي وصل إليه، فالشائعات ترمي في نهاية مطافها إلى خلق رأي عام له نوعية معينة لم يكن موجودًا من قبل حول موضوع معين، كما ترمي إلى تحويل الاتجاهات والآراء وتحويل رأي عام قائم بالفعل عن اتجاهه، أو تعبئة رأي عام مستعد ومستقل، ولكنه لم يجد إطارًا محددًا يبرز فيه طاقاته. (ألبورت، ٢٠٠٤م، ص ٢٠٣).

كما أن تغيير الاتجاهات نحو الشائعات يعد من أهم أساليب تغيير عادات وسلوك الأفراد نحوها، وفي هذا الصدد تؤكد الدراسات والنظريات أنه لا بد من التعرف على طبيعة الاتجاهات المراد تغييرها قبل أن يتم اقتراح طريقة أو إستراتيجية التغيير، وفي ذلك يذكر الخشت أن نجاح الشائعات يتوقف على القدرة بين الربط بين مضمون الشائعة والاتجاهات القيمية عند المجتمع. والمهارة تكمن

هنا في إخفاء أهداف الشائعات وراء أقنعة غير مثيرة للريبة، حيث ضعف ذاكرة المجتمع وقابليته للإيحاء وعدم تمتعه بعقلية نقدية. (الخشيت، ١٩٩٥م، ص ١٥). وقد انتهجت أجهزة الاتصال الرسمية أسلوباً أيديولوجياً في التعامل مع الخبر من حيث مصداقيته، ولم تسمح للكثير من الشائعات أن تنتقل عن طريقها، وبقي هذا منهج التعامل مع الشائعات حتى وقت قريب. (الأخرس، ١٤١٨هـ، ص ٥٦). وبعد عقد من بدء الألفية الجديدة ظهرت برامج التواصل الاجتماعي المختلفة والمتجددة سنة بعد أخرى، ما جعلها أداة لنقل الكثير من الأخبار والشائعات، حيث التواصل الاجتماعي غير الرسمي وفي ذلك يذكر (البداينة) أن هذا العصر نظراً لأنه يقوم أساساً على المعلومة، فقد نشطت الشائعات وذلك لأنها تقوم على المعلومة المخفية المصدر والغامضة الجاذبة للناس والمثيرة لاهتمامهم، وقد وفرت الوسائط المتعددة (الصوت، والصورة والكلمة، والنص، والحركة) عناصر جديدة للإسهام في نشر الشائعات بسرعة أكثر وبمساحات من التلقين. (البداينة، ٢٠٠١م، ص ٧٥).

فكانت برامج التواصل الاجتماعي ولاسيما الأسهل والأكثر استخداماً كبرنامج (App Whats) متيحاً وموفرًا للكلم الهائل من المعلومات نحو الخبر الواحد أو القضية الواحدة، ما جعلها أداة لتفشي الكثير من الشائعات، وبذلك سرعة انتقال الخبر ورواج الشائعة بشكل قد يكون يومياً أو لحظياً يقاس بمدى أهمية وغموض الخبر. (Chih Hung, (et., al.); 2008.P88).
ثانياً - أسئلة الدراسة:

تحاول الدراسة الإجابة عن السؤال الرئيسي التالي: ما الآثار السلبية لوسائل التواصل الاجتماعي على اتجاهات الشباب نحو الشائعات من منظور اجتماعي؟ ويتفرع عنه الأسئلة الفرعية التالية:

- ١- ما اتجاهات الشباب نحو الشائعات؟
 - ٢- ما أثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في اتجاهات الشباب نحو الشائعات؟
 - ٣- ما أهم العوامل المرتبطة باتجاهات الشباب نحو الشائعات؟
- ثالثاً - أهداف الدراسة:
- ١- تعرف اتجاهات الشباب نحو الشائعات.

٢- تعرف أثر استخدام برامج التواصل الاجتماعي في اتجاهات الشباب نحو الشائعات.

٣- تعرف أهم العوامل المرتبطة باتجاهات الشباب نحو الشائعات.
رابعاً- أهمية الدراسة:

(١) الأهمية العلمية:

تكمن الأهمية العلمية للدراسة في تسليطها الضوء على الجانب الاجتماعي لظاهرة الشائعات، ومدى تأثير اتجاهات الشباب بوسائل التواصل الاجتماعي نحو هذه الظاهرة، وخاصة برنامج (App Whats)، وإمكانية خروج الدراسة ببعض التوصيات التي يمكن من خلالها محاربة الشائعات.

(٢) الأهمية العملية:

تعد الشائعات من الظواهر السلبية المنتشرة في جميع المجتمعات، خاصة بعد ظهور وانتشار برامج التواصل الاجتماعي المختلفة، حيث شكلت هذه البرامج وسيلة سريعة لنقل الخبر ورواجه عبرها، ومن هنا تسعى الدراسة للتعرف على تأثير برامج التواصل الاجتماعي على اتجاهات الشباب نحو هذه الظاهرة والأسباب المؤدية إلى ذلك.

ويمكن أن يستفيد من نتائج هذه الدراسة في توعية الشباب لمواجهة الشائعات المؤسسات التالية: الأسرة، المدرسة، الجامعات، وسائل الإعلام، مؤسسات قياس الرأي العام.

خامساً- مصطلحات الدراسة:

(١) وسائل التواصل الاجتماعي:

تعرف وسائل التواصل الاجتماعي بأنها مجموعة من البرامج ارتبطت بشبكة الإنترنت، وقد ظهرت مع الجيل الثاني للويب، تتيح التواصل بين الأفراد في مجتمع افتراضي يجمعهم حسب مجموعات اهتمام أو شبكة انتماء (بلد، جامعة، مدرسة، شركة...إلخ) كل هذا يتم عن طريق خدمات التواصل المباشر مثل: المحادثة الفورية وإرسال الرسائل أو الاطلاع على الملفات الشخصية للآخرين ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض، إضافة إلى أغراض أخرى مثل: التدوين ومشاركة مقاطع الفيديو والصور والصوت. (Kraut, Robert, et.).(Al.,;2004, P99).

وتصنف برامج التواصل الاجتماعي ضمن مواقع الويب ٢؛ لأنها بالدرجة الأولى تعتمد على مستخدميها في تشغيلها وتغذية محتواها. (العتيبي، ٢٠١١م، ص ٦٥).

وفي ضوء ما سبق يمكن تعريف وسائل التواصل الاجتماعي إجرائياً بأنها: تلك البرامج القائمة على شبكة الإنترنت وتسمح بإنشاء وتبادل المحتوى، وتقدم المزج بين التكنولوجيا والتفاعل الاجتماعي. حيث تتيح هذه التجمعات التي كونها مستخدموها ببرامج عدة، منها برنامج (App Whats) بتبادل الاهتمامات المشتركة والإسهام في تشكيل علاقات وحوارات وتبادل آراء وأفكار فيما بينهم. (Kraut, R., L, Muko., T;1998 ,P33).

(٢) الاتجاهات:

قد يرجع الخطأ بين القيم والاتجاهات إلى طريقة تكوين كل منهما، فكلاهما مكتسب، والعناصر التكوينية للاتجاهات هي العناصر التكوينية للقيم من معرفية وانفعالية ونزوعية، فالقيم هي التي توجه الاتجاهات، والاتجاهات تعكس القيم. (السيد، ١٩٩٧م، ص ٤٥).

ولكن الفرق يظهر في أن موضوعات القيم تقيس ما ينبغي أن يكون، أما الاتجاه فينصب على المواقف الخاصة، وعدد القيم لدى الشخص أقل من عدد الاتجاهات لديه، كما أن للقيم وضعاً أساسياً في النسق المعرفي لدى الشخص؛ لذا يكون تأثيرها على السلوك والشخصية أعمق من الاتجاهات بالإضافة إلى أن القيم ترتب ترتيباً هرمياً حسب الأولوية، ولكن الاتجاه يتميز بأنه يقيس نوعاً من التفصيل وعدم التفضيل. (رمضان، ١٩٩٢م-٥٧).

ويشير مفهوم الاتجاه إلى حالة من الاستعداد العصبي والنفسي تنظم من خلاله خبرة الشخص، وتكون ذات أثر توجيهي أو دينامي على استجابة الفرد لجميع الموضوعات والموافق التي تثير هذه الاستجابة، والاتجاهات، وقد تكون إيجابية أو سلبية، كما قد تكون عامة أو نوعية. (بدوي، ١٩٩٣م، ص ٣٠)

وعرف (البورت) الاتجاه بأنه حالة من الاستعداد الذهني والعصبي تتشكل من خلال التجربة لتمارس تأثيرها التوجيهي والحركي على استجابة الفرد للأشياء والموافق التي له صلة بها. (مان، ١٩٩٩م، ص ٣٦).

وفي ضوء ما سبق يمكن تعريف الاتجاهات إجرائياً بأنها: حالة من الاستعداد الذهني تتشكل من خلال التجربة الحياتية للشباب، وتمارس هذه

الاستعدادات أثرها على استجابة الشاب، ما يؤثر على آرائه ومدى ارتباطها باتجاهاته نحو الشائعات، وذلك من خلال مشاركته في برامج التواصل الاجتماعي، وتكون هذه الاتجاهات إما معرفية أو سلوكية أو وجدانية.

(٣) الشائعات:

يعرف (مختار التهامي) الإشاعة بأنها الترويج لخبر مختلف لا أساس له من الواقع أو تعمد المبالغة أو التهويل أو التشويه في سرد خبر فيه جانب ضئيل من الحقيقة، أو إضافة معلومة كاذبة أو مشوهة لخبر معظمه صحيح أو تفسير خبر صحيح، والتعليق عليه بأسلوب مغاير للواقع والحقيقة؛ وذلك بهدف التأثير النفسي في الرأي العام المحلي أو الإقليمي أو العالمي أو القومي تحقيقاً لأهداف سياسية أو اقتصادية أو عسكرية على نطاق دولة واحدة أو عدة دول أو على النطاق العالمي بأجمعه. (التهامي، ٢٠٠٩م، ص ١١٤).

وهي فكرة خاصة يعمل رجل الدعاية على أن يؤمن بها الناس، كما يعمل على أن ينقلها كل شخص إلى الآخر حتى تذيب بين الجماهير جميعها، ويجب أن تكون قابلة للتصديق وغير مبالغ فيها. (حاتم، ٢٠٠٩م، ص ٣٤). (عقل، ٢٠٠٥م، ص ٩٩).

والشائعات هي الأقوال والأحاديث والروايات التي يتناقلها الناس دون التأكد من صحتها، بل دون التحقق من صدقها.

فالإشاعة هي رواية تتناقلها الأفواه دون أن تركز على مصدر موثوق به يؤكد صحتها أو ترويج لخبر مختلق أو مبالغة وتحريف لخبر يحتوي على جزء من الحقيقة. (رضوان، ٢٠٠٨م، ص ٣٤).

وهي مقولة متداولة بين الناس حول موضوع محدد أو شخص معين خلال فترة زمنية معينة. (القاضي، ١٩٩٧م، ص ١٢٧).

والشائعة بمثابة أخبار مشكوك في صحتها يتعذر التحقق من أصلها، وتتعلق بموضوعات لها أهمية لدى الموجهة إليهم، ويؤدي تصديقها أو نشرها إلى إضعاف روحهم المعنوية.

وهي الترويج لخبر مختلق من أساسه يوحي بالتصديق أو المبالغة بسرد خبر يحتوي على جزء ضئيل من الحقيقة، وهي تنشر من خلال الكلمة الشفهية، دون أن تتطلب مستوى من البرهان أو الدليل، كما أنها قد تنتقل من خلال النكتة

أو الحركة التعبيرية والثرثرة والتنبؤ، والنوادر، والطرائف، وإذا استخدمت في أيام الحرب، فإنها تعتبر من أسلحة الحرب النفسية؛ لأنها تثير العواطف الجماهيرية، وتعمل على بلبلة الأفكار. أما إذا استخدمت بعيداً عن ميدان القتال، فتسمى همساً، كذلك إذا استعملت بدون تعمد تسمى ثرثرة أو دردشة. (منصور، ٢٠٠٠م، ص ١٨٠).

والشائعة هي تلك المعلومات أو الأفكار التي يتناقلها الناس دون أن تكون مستندة إلى مصدر موثوق يشهد بصحتها. (أحمد، ٢٠٠٠م، ص ٧٦).
والشائعة ترويح لخبر مختلق لا أساس له من الواقع أو هي المبالغة التي تكون في سرد خبر يحتوي على جزء ضئيل من الحقيقة. وتنتقل عن طريق اللفظ أو من خلال النكتة أو الحركة التعبيرية، وتهدف إلى التأثير على تفكير الإنسان وعلى انفعاله وخياله بصورة تجعله يضيف إلى الشائعة كلاماً وفي الوقت نفسه تزداد انتشاراً وجاذبية. (عبدالله، ٢٠٠٩م، ص ١٦٥).

ويقول البورت، وبوستمان: الشائعة كل قضية أو عبارة نوعية قابلة للتصديق، وتتناقل من شخص إلى آخر بالكلمة المنطوقة، وذلك دون أن تكون هناك معايير للصدق. (Allport, G & Postman; 2007, PP501-502).

وتعرف الشائعة أيضاً بأنها تقرر غامضاً أو غير دقيق أو قصة أو وصفاً يتم تناقله بين أفراد المجتمع عن طريق الكلمة المنطوقة غالباً، وتميل إلى الانتشار في أوقات الأزمات، وتدور حول أشخاص أو أحداث يمثلون أهمية لأفراد المجتمع في ظل توافر معلومات غامضة عن هؤلاء الأشخاص أو الأحداث. (Reber, A; 2005, P654).

فهي قصة غير متحقق من صدقها تنتشر في المجتمع ويزعم فيها حدوث واقعة معينة. (Drever, J; 2001, P250).

وهي رواية تتناقل عن طريق الاتصال الشخصي دون وجود مصدر يؤكد صحتها؛ إذ إنها اختلاق لقضية أو خبر ليس له أساس من الصحة في الواقع، وقد يعبر عن هذا الخبر بالرسم الكاريكاتيري أو النكتة. وتظهر الشائعات وتنتشر في الأوقات التي تزداد فيها رغبات الجماهير واهتماماتهم. (السيد، ١٩٩٧م).

كما أن الإشاعة هي معلومات أو أخبار شفوية أو كتابية غير مؤكدة المصدر، وتظهر الإشاعة لتفسير موقف نتيجة لغياب الأخبار الدقيقة والموضوعية والشاملة، ويدور موضوع الإشاعة حول شخص أو فكرة أو شيء ما،

ويعتمد مدى انتشار الإشاعة على أهمية موضوعها في مخيلة الناس ووجود غامض يحتاج إلى تفسير (الفار، ٢٠١٠م).

وفي ضوء ما سبق يمكن أن تعرف الشائعات إجرائياً بأنها: خبر غير موثوق، شاع في المجتمع، ولم يتم تأكيد صحته، ولم يستند إلى مصدر مسئول، ويتم تناقله بين الشباب عن طريق الأجهزة الذكية على شكل رسائل ارتبطت بخاصية الويب (٢) الداعمة لبرامج التواصل الاجتماعي المختلفة.

سادساً - الإطار النظري:

أهمية دراسة الشائعات:

تتضح أهمية دراسة الشائعات أيضاً من التأثير الكبير الذي لها على المجتمعات، فقد تؤدي إلى تفكك وتدهور المجتمع، كما قد تؤدي إلى تماسكه وفقاً لدورها في خفض أو رفع الروح المعنوية لذلك المجتمع، فمن خلال شائعة يمكن أن تتبدل أو تتغير مواقف الأفراد وعلاقاتهم وتفاعلاتهم، ويمكن أن يعزف الناس عن شراء منتج أو زيارة مكان، فالشائعات يمكن أن تؤثر في الجوانب الاقتصادية والاجتماعية والنفسية والثقافية للمجتمع. (عبد الهادي، ٢٠٠٧م، ص ٤٤).

ولا يوجد مجتمع بشري دون شائعات، فقد عرفها الإنسان منذ فجر التاريخ وأولها الباحثون الاهتمام، ودرسوا أسبابها وسمات مروجها وطرق محاربتها عبر العصور المختلفة، وقد تزايدت هذه الأهمية لدراسة الشائعات في عصر المعلومات، حيث النمو المستمر والمتراكم والهائل للمعلومات في مختلف أوجه النشاط الإنساني وأحوال المجتمعات، وهذا التغيير والتطور في الرصيد المعلوماتي أثر على الرصيد المعلوماتي للأفراد والمجتمعات، وعلى طبيعة الشائعات التي خضعت أيضاً للتطور والتغير الذي ميز طابع هذا العصر وزاد من أهمية وانتشار الشائعات، فالشائعات لا تزال الغذاء اليومي لكثير من المجتمعات المعاصرة على الرغم من الانتشار السريع لأجهزة الإعلام المرئية والمسموعة والمقروءة، وما يسمى بثورة المعلومات التي أتاحتها وهيأت أرضها شبكة الإنترنت، التي أصبحت هي نفسها أقوى وسيلة لترويج الشائعات وتفريخها. (هاشم، ٢٠٠٣م، ص ٥٥).

الآثار السلبية للشائعات:

وتعوق الشائعة عملية فهم المجتمعات لطبيعة الظروف التي تمر بها، كما أنها تجعل هذه المجتمعات عاجزة عن استيعاب الضرورات التاريخية التي تؤثر

في اتجاه حركتها ونموها على أرض الواقع، وفي العموم ليس من السهل معرفة مدى خطورة الشائعات في إعاقة خروج المجتمعات من أزمتها في الوقت المناسب واكتشاف الكيفية التي تعمل بها وفهمها بهذا الاتجاه، فالشائعة تعمق الأزمة وتوسع نطاقها أيضاً، وتعمل على استفحال حالات الفوضى التي تصيب الواقع، والمشكلة الكبرى أن تهمل السلطات المعنية وأجهزة الإعلام التعامل معها ومواجهتها باعتبارها شائعات لا أهمية لها، وليست حقائق، وبهذا تتضخم الشائعات، وتصبح في مثل هذه الأوضاع مؤثرة إلى الحد الذي تعجز معها السلطات وأجهزة الإعلام أحياناً عن مجاراتها، ولهذا كانت الحاجة ملحة لدراسة الشائعات وتحليلها للخروج من دائرة الأزمة. (أحمد، ٢٠٠٠م، ص ٨٦).

وفي ترويح الشائعات إظهاراً للمنكرات؛ لأن المرء عندما يسمع عن خلق كثير بأنهم يفعلون منكراً معيناً يخف استنكار هذا الفعل في قلبه مما يحتمل معه إقدامه عليه، ولذلك جعل الله ترويح الشائعات من إشاعة الفاحشة كما قال تعالى: ﴿إِنَّ الَّذِينَ يُحِبُّونَ أَنْ تَشِيعَ الْفَاحِشَةُ فِي الَّذِينَ آمَنُوا لَهُمْ عَذَابٌ أَلِيمٌ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ ۗ وَاللَّهُ يَعْلَمُ وَأَنْتُمْ لَا تَعْلَمُونَ﴾ [النور: ١٩]؛ قال ابن كثير: "هذا تأديب ثالث لمن سمع شيئاً من الكلام السيء فقام بذهنه شيء منه، فلا يتكلم به ولا يكثر منه ولا يشيعه ولا يذيعه فقد قال تعالى: ﴿إِنَّ الَّذِينَ يُحِبُّونَ أَنْ تَشِيعَ الْفَاحِشَةُ فِي الَّذِينَ آمَنُوا﴾ أي يختارون ظهور الكلام عنهم بالقبيح" (ابن كثير، ١٩٨٠، ج ٣، ٢٨٥) ^(١).

وفي حادثة الإفك عاب الله على الذين يروجون تلك الشائعة النكراء بقوله: وَلَوْلَا فَضْلُ اللَّهِ عَلَيْكُمْ وَرَحْمَتُهُ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ لَمَسَّكُمْ فِي مَا أَفَضْتُمْ فِيهِ عَذَابٌ عَظِيمٌ ﴿١٤﴾ إِذْ تَلَقَّوْنَهُ بِأَلْسِنَتِكُمْ وَتَقُولُونَ بِأَفْوَاهِكُمْ مَا لَيْسَ لَكُمْ بِهِ عِلْمٌ وَتَحْسَبُونَهُ هَيِّئًا وَهُوَ عِنْدَ اللَّهِ عَظِيمٌ ﴿١٥﴾ وَلَوْلَا إِذْ سَمِعْتُمُوهُ قُلْتُمْ مَا يَكُونُ لَنَا أَنْ نَتَكَلَّمَ بِهَذَا سُبْحَانَكَ هَذَا بُهْتَانٌ عَظِيمٌ ﴿١٦﴾ يَعِظُكُمُ اللَّهُ أَنْ تَعُودُوا لِمِثْلِهِ أَبَدًا إِنْ كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ ﴿١٧﴾ وَبَيَّنَّ اللَّهُ لَكُمْ الْآيَاتِ ۗ وَاللَّهُ عَلِيمٌ حَكِيمٌ ﴿١٨﴾ [النور: ١٤-١٨]. وعبر بقوله: (تَلَقَّوْنَهُ بِأَلْسِنَتِكُمْ) مع أن التلقي يكون بالأذن؛ لأنهم يسمعونه

(١) ابن كثير (إسماعيل بن عمر): تفسير القرآن العظيم، بيروت، دار الفكر، ج ٣،

بآذانهم ثم يتكلمون به بألسنتهم مباشرة بدون تفكير في صحته فكأنهم يتلقونه باللسان مباشرة بدون مرور على أذن تسمع ولا عقل يفكر.

قال سعيد بن جبير: في هذه الآية عبرة عظيمة لجميع المسلمين إذا كانت فيهم خطيئة، فمن أعان عليها بفعل أو كلام أو عرض لها أو أعجبه ذلك أو رضي به فهو في تلك الخطيئة على قدر ما كان منه (السيوطي، ٢٠١١، ١٥٣).

كما يرى الباحث أن الشائعات تعمل على إثارة الفوضى في المجتمع، وتضعف الروح المعنوية لأفراده، كما أنها تعمل على انخفاض الثقة بين أفراد المجتمع وقياداته، كما أنها تضعف من بعض الشركات والمؤسسات الوطنية لصالح الشركات والمؤسسات الأجنبية.

سابعاً - النظرية المفسرة للدراسة: نظرية انتقال الشائعات:

نشر تايلور بكنر في عام (١٩٦٥م) نظرية عن انتقال الشائعات، استناد إلى العديد من الدراسات التي أجراها في هذا المجال. حيث يرى بكنر أن الفرد يجد نفسه في واحد من ثلاثة توجيهات أو حالات فيما يتعلق بالشائعات.

فهو قد يتوجه نحو إجراء نقدي، أو اتجاه غير نقدي أو إعادة توجيه الشائعات. فإذا اختار الشخص الاتجاه النقدي: فإن ذلك يعني استطاعته استخدام القدرة النقدية في فصل الحقيقة عن الباطل في الشائعات التي يسمعها.

أما إذا اختار الشخص الاتجاه غير النقدي: فهذا يعني أنه غير قادر على استخدام القدرة النقدية لاختبار حقيقة الشائعات التي يسمعها.

أما إذا اختار إعادة توجيه الشائعات (نقلها): فهذا يعني أن قدرته النقدية ليست ذات صلة بما ينقل. (أحمد ١٩٩٨م، ص ١٨).

١ - الاتجاه النقدي:

إذا كان الشخص على دراية وعلم بموضوع الشائعات، فقد تكون له تجربة شخصية مباشرة مع هذا الموضوع، ولذا فإن خلفيته العملية أو خبراته الشخصية تحدد له إطاراً من المعلومات ذات صلة بموضوع الشائعات، حتى وإن لم تكن الشائعات تتناسب مع ما يعرفه من قبل.

وتنشأ الكثير من الشائعات في موضوعات محددة، وإذا كان الوضع مألوفاً للشخص؛ فسيعرف ما يمكن على أساس من تجاربه السابقة أن يوجه تلك الشائعات. فالشخص الذي تدرّب على النقد أو اعتاد الشك، قد يكون لديه القدرة

على تعرف السمات المميزة للشائعة، وسوف يتحقق من واقعية المصادر قبل نشر الشائعة أو التصرف بناء على ما سمع.

وهناك سمة أخرى تساعد على تنمية القدرة النقدية، وهي استقرار منظومة التفاعل. فإذا سمع الشخص الشائعة من أحد الغرباء فسيكون غير قادر على تقييم الشائعة. أما إذا كان يسمع من صديق، أو من شخص قال له شائعات سابقاً. فإنه سوف يعيد التفكير ويتحقق من صدق الراوي ومدى الثقة فيما يروييه.

٢- الاتجاه غير النقدي:

أ- بعض الظروف والمشاعر تعرقل أو تقضي على إمكانية ممارسة القدرة النقدية. وإذا كان تصديق الشائعة يرضي حاجة الفرد، فسيكون أميل إلى تصديقها. وإذا كان يميل إلى أن تكون الشائعة صحيحة؛ فنادراً ما سيقرب ببطلاتها، فقبل وقت قصير من نهاية الحرب العالمية الثانية، انتشرت شائعة بأن الحرب قد انتهت سريعاً لأن الكثير من الناس تمنوا صحتها. حتى إن كثيراً من المشككين صدقوها. (الجوهري، ١٤٣٠هـ، ص ٨٧).

ب- قد يجد الفرد نفسه في حالة لا يوجد لديه علم سابق يرجح الشائعة. شخص استيقظ في الليل على صرخة لقد انهار السد، فهو في موقف لا يستطيع به تبين صحة أو زيف هذه الشائعة، ولا يسعه إلا التصرف بموجها، كما أن خطورة المواقف أو نقص المعلومات الموضوعية، أو كليهما، يمكن أن تحد من قدرة الفرد النقدية.

ج. في حالات الأزمات، فإن كثيراً من الناس يتخبطون في الشائعة، ويسعى الجميع للتماس المعلومات، حتى إن مصادر الإشاعات المعروفة تتعطل، ونادراً ما يتسنى تقييم مصداقية ناقلي الإشاعة، وفي بعض الأحيان هذا التخبط هو الميزة التي يستغلها المحرض على الشائعة للحصول على غرضه منها. (الهوري، ١٤١٣هـ، ص ٨١).

د. إذا كان الحدث يخص المصلحة العامة ولا يتوافر أي معلومات أكيدة عنه؛ فإن ذلك يؤدي إلى تقلص المعايير النقدية لحين توافر معلومات موثوق بها.

هـ. بعض الناس معايرهم الدلالية منخفضة، وكثيراً ما يعزى ذلك للمستوى التعليمي المنخفض أو الإحساس بعدم الأمان تجاه العالم.

• إعادة توجيه الشائعة (نقل الشائعة):

التوجه النهائي الذي قد يتخذه شخص تجاه شائعة هي كيفية تمريرها، وفي هذه الحالة فإن موضوع الشائعة لا يهمله نقلها، إنما ما يهمله يكمن في كيفية ترويجها، فمن يطلب من طفل صغير نقل بعض القيل والقال وإن كان لا يعي معناه لكنه يعتبر نقلاً للشائعة، وقد توصل (ألبورت وبوستمان) (١٩٤٧م) إلى أن المحايدة أكثر شيوعاً في التجارب المخبرية، حيث تمنح عددًا من التفاصيل الخاصة بموقف ما لشخص، ويطلب منه تمريرها، ويكون هدفه الرئيس كلمات الرسالة بدقة. وهذا المقاوم الأول اختبار لقوة الذاكرة. (تيماشيف نيقولا: ١٩٩٢م، ص٦٦).

وقد قامت نظرية بكنز لاتجاهات الأفراد نحو الشائعات، ووفقاً لمعطياتها فإنها ترتبط بالاتجاه بأنواعه الثلاثة (المعرفي والوجداني والسلوكي) إلا أن دراسة بكنز هنا لم تكن بشكل مباشر على الاتجاهات بشكلها العلمي المعد للدراسة في العلوم الإنسانية كافة.

حيث تميزت دراسة بكنز بأنها خاصة بالشائعات؛ لأنه كان موضوع البحث لديه، بالإضافة إلى ذلك درس الاتجاه مع بنية المجموعة، والتكرار للشائعات، ونمط المجموعة أيضاً. ما جعل دراسته للشائعات تشبه إلى حد كبير تجربة البوستمان المخبرية، إلا أنها اعتبرت بشكلها النظري كنظرية لدارسي الشائعات، كما قام بدراسة الاتجاه نحو الشائعات وما مدى ارتباطه بالمجموعة، حيث قسم المجموعات لديه وربطها بموضوع الشائعة.

وما يميز دراسة بكنز أنه قام بدراسة أنماط الشائعات، حيث عمد في دراستها إلى التقسيم لها بما أسماه بسلاسل وشبكات الشائعات وربطها ببنية المجموعة وتوجهات الأفراد داخل المجموعة، كما قام بدراسة خصائص مجتمع الشائعات وربطه بتقسيم الشائعات، كما قام بدراسة مقدار التكرار للشائعات وما يستحق التكرار دون غيره.

ومن الجدير بالذكر هنا أن دراسة بكنز لظاهرة الشائعات شاملة لكل جوانبها من أسباب وعوامل ومتغيرات خارجية وداخلية، كما قام بدراسة أنواع الشائعات وربطها مع بنية المجموعة وأشكال وخصائص بنية مجموعاتها.

كما أن دراسته لنمط المجموعات تتشابه إلى حد كبير مع الواقع الافتراضي الذي عليه برنامج (whatsApp)، حيث عمد مستخدموه إلى تكوين مجموعات أو

قروبات، ما جعلها تشبه إلى حد كبير شبكة التفاعل المعقدة، كما يعمد مروجو رسائل الشائعات إلى نقلها من مجموعة إلى أخرى، ما يجعل هذا يتشابه إلى حد ما مع ما أسماه بكنز بشبكة التفاعل المتعددة، أما شبكة السلاسل فهي من انتقال رسائل الشائعات من شخص إلى آخر دون المجموعة، أضف إلى ذلك خصائص المجموعة وما مدى نشرها للشائعة، فالشائعة التي قد ينشرها أحد أفراد العينة في قروب أو مجموعة ما كمجموعة الأصدقاء لا يعمد إلى نشرها في مجموعة العمل أو مجموعة العائلة. فخصائص كل مجموعة تختلف عن الأخرى في قروبات ومجموعات (whatsApp).

ثامناً - الدراسات السابقة:

(١) الدراسات المرتبطة بوسائل التواصل الاجتماعي:

- ١- دراسة هالة نوفل (٢٠٠٩م): وأوضحت نتائج الدراسة أن الإعلام بتشكيلاته الحديثة لم يقم بأدواره المفترضة في تشكيل الوعي الصحيح بحقيقة التمايزات والاختلافات الحضارية والثقافية بين الدول والشعوب وأن يتم التعاون من أجل خلق التواصل بين الدول، والتواصل المنبثق من هذا الوعي والإدراك، ولكن نظم التعليم والإعلام في شمال العالم وجنوبه تعمل في سياق مخالف لوحدة الجماعة البشرية، كما أشارت النتائج إلى زيادة تدفق وسريان المعلومات والأخبار، ما يؤكد أهمية الاستفادة من الإعلام.
- ٢- دراسة (لطفي، ٢٠٠٩م): وأكدت أن المجتمعات الافتراضية تمثل أداة مهمة لتحقيق الاستقلالية والتحرر لفئات كثيرة من البشر، كالأقليات العرقية والمرضى وكبار السن والخجولين، وبالمقابل، قد تكون مصدر انغلاق وعزل لفئات أخرى، خاصة للأميين أو الذين ليست لديهم ثقافة رقمية.
- ٣- دراسة (بخيت، ٢٠٠٩م): وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها أن استخدام الوسائل الإلكترونية كشف عن وجود اتجاه إيجابي لدى كل من ممارسي العلاقات العامة والصحفيين إزاء استخدام بعض وسائل التواصل التقليدية فيما بينهم، وخاصة فيما يتعلق باستخدام وسائل التواصل التليفوني والفاكس والمعلومات الصحفية والمقابلات والمؤتمرات والتجمعات العامة والإجراءات الرسمية.
- ٤- دراسة (عبد الواحد، ٢٠٠٩م): وقد توصلت إلى أن استخدام شبكات التعارف الاجتماعية مثل: الفيس بوك والمجموعات التي تتشكل فيها والمنتديات

والمدونات، كانت لحشد الجماهير المتفرقة جغرافياً وعقائدياً للضغط على الأنظمة السياسية للمطالبة بمزيد من الحقوق والتعبير بحرية كاملة عن الآراء والمعتقدات.

٥- دراسة (الصادق، ٢٠١٠م): وتوصلت إلى أن البعد التمويلي هو أكثر إشكالية في الإعلام الإلكتروني ورأى أن الإعلام الإلكتروني يتفوق عن نظيره التقليدي، وذلك بسبب المزايا التفاعلية في الإنترنت، وأوضح أن إعلام المواطن يمتاز بخاصية محورية وهي إضافؤه طابعاً ديمقراطياً على الفعل الإعلامي في جميع مراحلها، وتوصل إلى أنه ليس هناك إجماع بين دارسي وفاعلي الفضاء الإعلامي حول مستقبله، وأشار إلى أن الكثير من الممارسات المتعارضة الآن بين الإعلام التقليدي والإعلام الجديد وما يمثله من صحافة سيتم فيها الأخذ بصيغة تآلفية تجمع بين محاسن ومزايا هذين النمطين من الإعلام.

٦- دراسة (عبد الله، ٢٠١٠م): وأوضحت نتائج الدراسة أن الإعلام غير التقليدي متحرر من قواعد الممارسات، ورأى الباحث أن الحل في تعايش النمطين في حدود منظومة اتصالية اجتماعية جديدة، ولفت إلى أن إعلام الاستقطاب يقوم بمراقبة صحافة المواطن وصحافة المواطن تراقب إعلام الاستقطاب وتشكل من فعل المراقبة المزدوج سلطة إعلامية جديدة هي السلطة الخامسة.

٧- دراسة (بدر أبانمي، ٢٠١٠م): وأوضحت نتائج الدراسة أن أهم ملامح الإعلام الجديد في المستقبل نمو الشبكات الاجتماعية وبروز صحافة المواطن وذكرت أن أبرز الفروق بين الإعلام الجديد والتقليدي هي الشفافية، والسمة الرقمية، وسمة الاستخدام الفردية، وحرية الاختيار، وتعدد المصادر، وأن السبب في بروز أشكال معينة من الإعلام الجديد في العالم العربي مقارنة بالعالم الغربي يرجع إلى انخفاض التكلفة والمرونة والتخفي من الرقابة.

٨- دراسة (العتيبي، ٢٠١٠م): وتوصلت إلى أن نسبة انتشار استخدام الفيس بوك بين طلاب وطالبات الجامعات السعودية (٧٧%) وظهر تأثير الأهل والأصدقاء في التعرف عليه، وكان دافع الطقوسية وتمضية الوقت الأول في

دفعهم لاستخدام الفيس بوك، كما جاء هذا العامل في المرتبة الأولى في الإشاعات المتحققة من استخدامه، وأكدت العينة تحقيق الفيس بوك ما لا تحققة الوسائل الإعلامية الأخرى، وكذلك تأثير استخدام الفيس بوك على استخدامهم للوسائل الإعلامية الأخرى.

٩- دراسة المركز الوطني لأبحاث الشباب (٢٠١٢م): وقد أدت نتائجها إلى أن شباب المملكة احتل المرتبة ٣١ عالمياً من حيث استخدام الفيس بوك، وأن فئة الشباب في المرحلة العمرية من ١٨ إلى ٣٤ سنة كانوا الأكثر استخداماً لشبكة الفيس بوك، كما بينت أن الاطلاع على كل جديد هو أحد أكثر الدوافع لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، ثم تبادل الأخبار والمعلومات، وتبادل الخبرات مع الآخرين، وأهمية شبكات التواصل الاجتماعي في نقل ما يدور بسرعة ودورها في التواصل السريع مع الآخرين ولمعرفة أخبار الناس.

(٢) الدراسات المرتبطة بالشائعات:

١- دراسة (عقيل، ١٤٢٩هـ): وأشارت نتائجها إلى أن إسهام معرفة معلم التربية الإسلامية بالمرحلة الثانوية لطلابه وخصائص نموهم وكيفية التعامل معهم وإيصال المعلومات والحقائق العلمية لهم في مواجهة الشائعات كانت بدرجة كبيرة.

٢- دراسة (السلامة ٢٠٠٠): وأكدت نتائجها وجود علاقة موجبة بين مفهوم الذات الاجتماعية بجانبها (النضج الأخلاقي، والأهداف التربوية) وتصديق وترديد الشائعات أي أنه كلما ارتفعت الدرجات الحاصل عليها أفراد في العينة الذات الاجتماعية- انخفاض مفهوم الذات الاجتماعية بجانبها- زادت قابلية الفرد لتصديق وترديد الشائعات، وعدم وجود علاقة موجبة بين (العلاقات الاجتماعية) في مفهوم الذات الاجتماعية وتصديق وترديد الشائعات.

٣- دراسة (محمد، ١٤١٩هـ): واتضح عدم وجود فروق دالة إحصائية للتفاعل بين درجات أسلوب (الاندفاع مقابل التروي) ودرجات نمط (العصابية مقابل الاتزان الانفعالي) في ترويج الشائعة- كما اتضح وجود فروق دالة إحصائية بين متوسطات التحصيل الدراسي (المنخفض، المتوسط، المرتفع) في ترويج الشائعة لصالح المجموعة ذات المعدل المرتفع، ما يعني أنهم الأكثر تأثيراً بموضوعات وعمليات الشائعة، كما اتضح أن ترتيب موضوعات الشائعة المهمة الأكثر رواجاً من وجهة نظر العينة هي الموضوعات الاقتصادية

(الغلاء-النفط) وموضوعات الامتحانات وتعيين الخرجين، يلي ذلك موضوعات اجتماعية وسياسية.

٤- دراسة (المعيز، ١٩٩٥م): وأوضحت نتائجها أن الشائعات ذات الطابع السياسي والاقتصادي والعسكري غالباً ما تكون مصادرها من خارج البلاد، بينما يكون منشأ الشائعة الدينية والاجتماعية من داخل البلاد، ثم تبين من الدراسة أن أكثر الشائعات سرعة في الانتشار في أوساط المجتمع السعودي هي الشائعة السياسية والاقتصادية، ثم الدينية والعسكرية وأخيراً الشائعة الاجتماعية التي غالباً ما يكون انتشارها بطيئاً، ويزداد انتشار الشائعة الاجتماعية عند سكان القرى والأرياف والطلبة في المدارس، بينما يزداد انتشار الشائعة العسكرية عند العسكريين، أما الشائعة الدينية فقد ازداد انتشارها عند جميع فئات المجتمع السعودي.

٥- دراسة (الدوسري، ١٩٩٣م): وقد أكدت نتائجها وجود علاقة سالبة ذات إحصائية بين مستوى الصحة النفسية وبين تصديق الشائعات أي كلما قل مستوى الصحة النفسية زادت درجة ترديد وتصديق الشائعات، وأنه لا يوجد هناك خصائص سوسيو مترية تميز الأشخاص الأكثر ميلاً لتصديق وترديد الشائعات من الأشخاص الذين تقل لديهم الرغبة في تصديق وترديد الشائعات.

٦- دراسة (الحربي، ١٩٩١م): وتوصلت إلى وجود علاقة ارتباطية سلبية ذات دلالة إحصائية بين الذكاء وتصديق ترديد الشائعات بمعنى كلما زاد الذكاء قبل تصديق وترديد الشائعات، ووجود علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائية بين القلق وتصديق وترديد الشائعات بمعنى كلما زاد القلق زاد تصديق وترديد الشائعات، ووجود فروق دالة إحصائية بين الطلاب ذوي المستوى التعليمي المرتفع والطلاب ذوي المستوى التعليمي المنخفض في تصديقهم وترديدهم للشائعات.

٧- دراسة (أبو زيد، ١٩٨٠م): وقد أوضحت أنه ترتبط فعالية الشائعة بالقرية بعنصرين رئيسيين هما الفاعل والموقف الاجتماعي فمن الناحية الأولى يتدخل مركز الشخص في تحديد مدى تأثيره بالشائعة ويرتبط ذلك بدرجة الشعبية التي تعتبر انعكاساً لمدى توافقه وتوافق مع ما يوجد من معايير، فكلما كثرت

هذه الشعبية وعلا مركز الشخص وارتفعت مكانته كانت الشائعة أبعد أثرًا وأشد وقعًا مما إذا كان الشخص عاديًا.

٨- دراسة (البورت وبوستان، ١٩٩٨م): وأكدت نتائجها مدى تأثير وسائل التواصل الاجتماعي في تغيير اتجاهات الشباب نحو الشائعات وتناول الشائعات باعتبارها نتيجة لمؤثر (Whats App) من حيث كثرة التردد للشائعات عن طريقها باعتبارها أحد أهم المجتمعات الافتراضية في الوقت الحالي.

التعقيب على الدراسات السابقة: من خلال استعراض الدراسات السابقة لوحظ ما يلي:

١- أن الدراسة الحالية تمكنت من الاستفادة من الدراسات السابقة في التعرف على بعض العوامل التي أثرت في انتشار الشائعات وتأثيرها السلبي على الفرد والمجتمع بما يؤدي إلى إثراء المعرفة العلمية حول الظاهرة موضوع الدراسة.

٢- ركزت أغلب الدراسات الحديثة في تناولها لوسائل التواصل الاجتماعي كالإنترنت على طبيعة العلاقات الإنسانية والتفاعلات الاجتماعية في المجتمع ومدى تأثيرها السلبي والإيجابي بتلك الوسائل الحديثة.

٤- تناولت الدراسات السابقة ظاهرة الشائعات وتحليل أسبابها في المجتمع، وأوضحت أن هناك مجموعة من المتغيرات التي تؤثر على انتشارها في المجتمع كمستوى الوعي والثقافة العامة.

٥- استفاد الباحث من الدراسات السابقة في صياغة مشكلة البحث وتحديد أهميته وأهدافه وتساؤلاته وفي التعليق على النتائج العامة للدراسة الحالية.

تاسعاً - منهج الدراسة وإجراءاتها:

(١) منهج الدراسة:

اعتمدت الدراسة الحالية على منهج المسح الاجتماعي بالعينة العشوائية البسيطة من طلاب المستويات الخامس والسادس والسابع والثامن بما يتناسب مع نوع الدراسة وهي دراسة مسحية.

(٢) مجتمع الدراسة: تمثل مجتمع البحث في طلاب المستويات الخامس

والسادس والسابع والثامن بقسم الدراسات الاجتماعية بكلية الآداب بجامعة الملك

سعود بالرياض، وقد تم تطبيق الدراسة على عدد (١٠٠) طالب بالفصل الدراسي الأول للعام الجامعي ١٤٣٧/١٤٣٨ هـ.

(٣) عينة الدراسة: تكونت عينة الدراسة من الطلاب بالمستويات الخامس والسادس والسابع والثامن وعددهم (١٠٠) طالب، بكلية الآداب قسم الدراسات الاجتماعية بجامعة الملك سعود بالرياض.

(٤) أداة الدراسة:

- قام الباحث بتصميم استبانة للتعرف على الآثار السلبية لوسائل التواصل الاجتماعي على اتجاهات الشباب نحو الشائعات، وتم تصميمها في صورتها الأولية مستقيماً من الإطار النظري وبعض الدراسات السابقة، بالإضافة إلى خبرات الباحث في مجال العمل الأكاديمي.

- وصممت الاستبانة لتحديد آليات الحد من الآثار السلبية لوسائل الإعلام الجديدة في نشر التطرف الفكري بين الشباب الجامعي من منظور اجتماعي، وتكونت الاستبانة من جزأين رئيسيين، يشمل الجزء الأول البيانات الأولية (السن، والمستوى الدراسي، وأكثر شبكات التواصل الاجتماعي استخداماً بالنسبة للطلاب، وعدد ساعات التواصل الاجتماعي عبر الشبكات الاجتماعية) وتضمن الجزء الثاني من هذه الاستبانة أربعة محاور رئيسية، وقد جاءت على النحو التالي: (اتجاهات الشباب نحو الشائعات، أثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في اتجاهات الشباب نحو الشائعات، أهم العوامل المرتبطة باتجاهات الشباب نحو الشائعات).

علمًا بأن الإجابة عن فقرات الاستبانة ستكون وفقاً لمقياس ليكرت الخماسي على النحو الآتي:

جدول (١) توزيع الدرجات على عبارات الأداة وفقاً لمقياس ليكرت الخماسي

كبيرة جداً	كبيرة	متوسطة	ضعيفة	ضعيفة جداً
٥	٤	٣	٢	١

- صدق أداة الدراسة:

قد قام الباحث بالتأكد من صدق الاستبانة من خلال ما يلي:

أ- الصدق الظاهري (صدق المحتوى) لأداة الدراسة:

تم عرض الاستبانة على عدد من المحكمين من أساتذة علم الاجتماع بكلية العلوم الاجتماعية بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية بالرياض للتحقق من صدق الاستبانة الظاهري، وتم تعديل بعض الفقرات بما يتلاءم مع أهداف الدراسة وبلغ عدد عبارات الاستبانة في صورتها النهائية (٣٠) عبارة.

ب- الصدق البنائي للاستبانة (الاتساق الداخلي):

بعد التأكد من صدق أداة الدراسة قام الباحث بتطبيق الاستبانة على عينة عشوائية قوامها (١٥) طالبًا بقسم الإعلام بكلية الآداب جامعة الملك سعود، وقد تم حساب معاملات ارتباط بيرسون لمعرفة صدق الاتساق الداخلي للاستبانة، وتم حساب معامل الارتباط بين درجة كل عبارة من عبارات الاستبانة والدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه، وأشارت قيم معاملات الارتباط إلى أنها دالة إحصائيًا عند مستوى معنوية (٠.٠١) ما يؤكد أن عبارات الاستبانة تتمتع بدرجة عالية من الصدق تتيح للباحث الاعتماد عليها في تفسير نتائج الدراسة.

ثبات الاستبانة: قام الباحث بحساب معامل ثبات الأداء عن طريق استخدام معامل ألفا كرونباخ ويعرف الثبات بأنه إجراء يفيد في تقصي مدى قدرة الأداة المستخدمة على إعطاء قراءات متقاربة في كل مرة يستخدم فيها، واتضح أن معاملات ثبات ألفا كرونباخ تتراوح ما بين (٠,٨٤) إلى (٠,٩٣) كما أن معامل الثبات لجميع محاور الاستبانة (٠,٨٨)، بالإضافة إلى أن معاملات الصدق الإحصائي تتراوح ما بين (٠,٩٠) إلى (٠,٩١)، كما أن معامل الصدق الإحصائي لجميع محاور الاستبانة (٠,٩٢)، ما يدل أن الاستبانة تتمتع بدرجة عالية من الثبات، ويمكن الاعتماد عليها بدرجة عالية من الثقة في تحقيق أهداف الدراسة والثقة بجميع البيانات المتعلقة بإشكالية الدراسة.

واعتمد الباحث على مقياس (ليكرت Likert) الخماسي:

جدول (٢) تدرج الدرجات وفق مقياس ليكرت الخماسي

التدرج	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
الدرجة	٥	٤	٣	٢	١

وحيث إن المدى = ٥-١ = ٤ ومن ثم فإن طول كل فئة = ٤/٥ = ٠,٨، وهكذا

فإن مدى المتوسط الحسابي للعبارات يمكن توضيحه على النحو التالي:

جدول (٣) مدى المتوسط الحسابي

التدرج	الوزن النسبي	المتوسط الحسابي
--------	--------------	-----------------

غير موافق بشدة	١	من ١ إلى أقل من ١,٨٠
غير موافق	٢	من ١,٨١ إلى أقل من ٢,٦٠
محايد	٣	من ٢,٦١ إلى أقل من ٣,٤٠
موافق	٤	من ٣,٤١ إلى أقل من ٤,٢٠
موافق بشدة	٥	من ٤,٢١ إلى أقل من ٥,٠٠

عاشراً - تحليل بيانات الدراسة وتفسيرها:

(١) النتائج المتعلقة بوصف عينة الدراسة:

١ - السن:

جدول (٤) توزيع عينة مجتمع الدراسة وفقاً للسن ن=١٠٠

م	السن	ك	%
١	١٨ سنة إلى أقل من ٢٠ سنة	33	٣٣,٠
٢	٢٠ سنة إلى أقل من ٢٢ سنة	39	٣٩,٠
٣	٢٢ سنة فأكثر	28	٢٨,٠
المجموع		١٠٠	%١٠٠

يتضح من نتائج الجدول السابق أن: نسبة (٣٩,٠%) من عينة الدراسة من ذوي الفئة العمرية (٢٠ سنة إلى أقل من ٢٢ سنة) وأن نسبة (٣٣,٠%) من ذوي الفئة العمرية (١٨ سنة إلى أقل من ٢٠ سنة) وفي الترتيب الأخير تأتي المرحلة العمرية (٢٢ سنة فأكثر) بنسبة (٢٨,٠%)، ويتفق ذلك مع طبيعة المرحلة العمرية التي يمر بها الشباب الجامعي، خاصة في المستويات من الخامس إلى الثامن، الذين تتراوح أعمارهم ما بين (١٨) إلى (٢٢) سنة فأكثر.

٢ - المستوى الدراسي:

جدول (٥) توزيع عينة مجتمع الدراسة وفقاً للمستوى الدراسي ن=١٠٠

م	المستوى الدراسي	ك	%
١	المستوى الخامس	٢٥	٢٥,٠
٢	المستوى السادس	٢٥	٢٥,٠
٣	المستوى السابع	٢٥	٢٥,٠
٤	المستوى الثامن	٢٥	٢٥,٠
المجموع		١٠٠	%١٠٠

يتضح من نتائج الجدول السابق أن: عينة الدراسة موزعة بما يتناسب مع أعداد طلاب المستويات الأربع الأخيرة بنسبة (٢٥,٠%) لكل مستوى دراسي بالتساوي.

٣ - أكثر شبكات التواصل الاجتماعي استخداماً بالنسبة للطلاب:

جدول (٦)

أكثر شبكة من شبكات التواصل الاجتماعي استخدامًا بالنسبة للطلاب ن=١٠٠

م	اسم الشبكة	ك	%	الترتيب
١	تويتر	٧٨	٠,٧٨	٢
٢	الفيس بوك	٣٣	٠,٣٣	٥
٣	الانستجرام	٤٠	٠,٤٠	٤
٤	الإيميلات	٤	٠,٤	٧
٥	واتس آب	٨٦	٠,٨٦	١
٦	اليوتيوب	٤٩	٠,٤٩	٣
٧	المدونات	١١	٠,١١	٦

يتضح من نتائج الجدول السابق أن: أكثر شبكات التواصل الاجتماعي استخدامًا بالنسبة للطلاب جاءت بالترتيب التالي (واتس آب، تويتر، اليوتيوب، الانستجرام، الفيس بوك، المدونات، الإيميلات) ويتناسب ذلك مع طبيعة الشباب السعودي واهتماماتهم بوسائل التواصل الاجتماعي.

٤- متوسط عدد ساعات التواصل الاجتماعي عبر الشبكات الاجتماعية:

جدول (٧)

عدد ساعات التواصل الاجتماعي عبر الشبكات الاجتماعية ن=٦٠

م	عدد ساعات التواصل الاجتماعي	ك	%
١	أقل من ساعتين	٢٨	٠,٢٨
٢	من ثلاث ساعات إلى ست ساعات	٥٧	٠,٥٧
٣	من سبع ساعات إلى تسع ساعات	١١	٠,١١
٤	أكثر من عشر ساعات	٤	٠,٤٠
	المجموع	١٠٠	%١٠٠

يتضح من نتائج الجدول السابق أن نسبة (٠,٥٧) من عينة الدراسة عدد ساعات التواصل الاجتماعي بالنسبة لهم (من ثلاث ساعات إلى ست ساعات)، وأن نسبة (٤٠,٠%) من عينة الدراسة عدد ساعات التواصل الاجتماعي عبر الشبكات الاجتماعية (أكثر من عشر ساعات)، وأن نسبة (٢٨,٠%) من عينة الدراسة عدد ساعات التواصل الاجتماعي بالنسبة لهم (أقل من ساعتين)، وأن نسبة (٠,١١) من عينة الدراسة عدد ساعات التواصل الاجتماعي بالنسبة لهم (من سبع إلى تسع ساعات) ويظهر ذلك مدى ارتباط الشباب الجامعي بوسائل التواصل الاجتماعي وأنها تشغل جزءًا كبيرًا من وقته يوميًا.

(٢) النتائج المتعلقة بأسئلة الدراسة:

نتائج السؤال الأول: ما اتجاهات الشباب الجامعي نحو الشائعات؟

جدول (٨) يوضح اتجاهات الشباب الجامعي نحو الشائعات ن=١٠٠

م	اتجاهات الشباب الجامعي نحو الشائعات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب
١	أقوم بتحويل ما يرادني من أخبار عبر Whats App إلى المجموعات الأخرى التي أتابعها.	٣,٨٧	٠,٦٦	٢
٢	أشارك في نقل الرسائل المروجة لخبر ما عبر Whats App.	٣,٥٠	٠,٥٩	٦
٣	لا أقدر غيري في نقلي لرسائل الأخبار وتداولها بين مجموعات Whats App	٣,٦٦	٠,٨٩	٤
٤	من يروج للرسائل والأخبار التي لم يتم تأكيد صحتها لا يستطيع تحديد موقفه اتجاهها.	٣,٤٨	٠,٦٨	٧
٥	أفضل رسائل الأخبار التي توافق الطريقة التي أفكر بها وما هو قريب لشخصيتي.	٣,١٩	٠,٧٥	١٠
٦	لا ألقأ إلى التحقق من المعلومات الواردة إليّ عبر رسائل Whats App حول قضية ما.	٣,٩٦	٠,٦٤	١
٧	أستغرب نشر البعض للأخبار عبر مجموعات Whats App دون التأكد من صحة الخبر.	٣,٢٨	٠,٧٩	٩
٨	أتابع رسائل الأخبار التي تردني في Whats App بغض النظر عن مصدرها.	٣,٣١	٠,٦٣	٨
٩	لا أؤيد نشر خبر ما عبر Whats App أرى أنه يضر بالصالح الاجتماعي العام.	٣,٧٦	٠,٧٧	٣
١٠	أفاعل مع الرسائل التي ترد إليّ حول قضية أو خبر ما عندما تتطابق مع ما كنت أفكر به.	٣,٥٩	٠,٨٤	٥

المتوسط الحسابي العام (٣,٥٦) الانحراف المعياري العام (٠,٧٢)

يتضح من نتائج الجدول السابق ما يلي: أن هناك استجابة بدرجة كبيرة جداً على جميع العبارات التي تصف اتجاهات الشباب الجامعي نحو الشائعات، وقد بلغت قيمة المتوسط الحسابي العام (٣,٥٦) بانحراف معياري عام بلغت قيمته (٠,٧٢) وهي قيمة تقع في الفئة الأولى من فئات المقياس المتدرج الثلاثي التي تشير إلى درجة (نعم)، كما يتضح من الجدول أن هناك توافقاً كبيراً جداً في درجة موافقة أفراد عينة الدراسة على عبارات السؤال الأول: ما اتجاهات الشباب الجامعي نحو الشائعات؟ إذ بينت الاستجابات أن متوسطات موافقتهم على العبارات تراوحت ما بين (٣,٩٦) إلى (٣,١٩).

كما تم ترتيب عبارات المؤشر تنازلياً حسب موافقة أفراد الدراسة عليها وفقاً لأقل قيم للانحراف المعياري عند تساوي قيم المتوسط الحسابي كما يلي:

١- جاءت العبارة رقم (٦) المتضمنة (لا ألجأ إلى التحقق من المعلومات الواردة إليّ عبر رسائل Whats App حول قضية ما) بالمرتبة الأولى بين العبارات التي تصف اتجاهات الشباب الجامعي نحو الشائعات، بمتوسط حسابي (٣,٩٦) وانحراف معياري (٠,٦٤).

٢- جاءت العبارة رقم (١) المتضمنة (أقوم بتحويل ما يرد إليّ من أخبار عبر Whats App إلى المجموعات الأخرى التي أتابعها) بالمرتبة الثانية بين العبارات التي تصف اتجاهات الشباب الجامعي نحو الشائعات، بمتوسط حسابي (٣,٨٧) وانحراف معياري (٠,٦٦).

نتائج السؤال الثاني: ما أثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في اتجاهات الشباب نحو الشائعات؟

جدول (٩) أثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي

في اتجاهات الشباب الجامعي نحو الشائعات ن=١٠٠

م	أثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في اتجاهات الشباب الجامعي نحو الشائعات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب
١	تسهل وسائل التواصل الاجتماعي في تشويش آراء الشباب.	٣,٦٥	٠,٧٥	٤
٢	يحرص بعض الشباب على التحقق من صدق الأخبار قبل تداولها عبر القروبات.	٣,٥٨	٠,٥٦	٦
٣	يفقد الشباب الثقة في مؤسسات الدولة بسبب الترويج للأخبار غير الصحيحة.	٣,٨٩	٠,٩٠	٢
٤	التضارب في الأخبار المنقولة عبر وسائل التواصل تولد عدم الثقة بين الشباب.	٣,٦١	٠,٧١	٥
٥	يشعر بعض الشباب بالحرج عندما يروج لخبر كاذب.	٣,٤٩	٠,٦٨	٨
٦	تسهل بعض القروبات في التأثير على نشر التطرف الفكري بين الشباب.	٤,٠٠	٠,٧٣	١
٧	يتنافس الشباب على إثبات كذب بعض الأخبار عبر وسائل التواصل الاجتماعي.	٣,٤٥	٠,٨٢	٩
٨	أصبحت بعض وسائل التواصل الاجتماعي مصدرًا للشائعات.	٣,٣٩	٠,٧٤	١٠
٩	يتمتع بعض الشباب بالاستسلام للأخبار السيئة بالرغم من عدم تصديقها.	٣,٥٥	٠,٤٩	٧
١٠	هناك جهات منظمة تقف وراء نشر الشائعات عبر وسائل التواصل الاجتماعي.	٣,٧٨	٠,٨٤	٣

المتوسط الحسابي العام (٣,٦٤) والانحراف المعياري العام (٠,٧٢)

يتضح من نتائج الجدول السابق ما يلي: أن هناك استجابة بدرجة كبيرة جداً على جميع العبارات التي تصف أثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في اتجاهات الشباب الجامعي نحو الشائعات، وقد بلغت قيمة المتوسط الحسابي العام (٣,٦٤) بانحراف معياري عام بلغت قيمته (٠,٧٢) وهي قيمة تقع في الفئة الأولى لفئات المقياس المتدرج الثلاثي التي تشير إلى درجة (نعم)، كما يتضح من الجدول أن هناك توافقاً كبيراً جداً في درجة موافقة أفراد عينة الدراسة على عبارات السؤال الأول: ما أثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في اتجاهات الشباب الجامعي نحو الشائعات؟ إذ بينت الاستجابات أن متوسطات موافقتهم على العبارات تراوحت ما بين (٤,٠٠) إلى (٣,٣٩).

كما تم ترتيب عبارات المؤشر تنازلياً حسب موافقة أفراد الدراسة عليها وفقاً لأقل قيم للانحراف المعياري عند تساوي قيم المتوسط الحسابي كما يلي:

١- جاءت العبارة رقم (٦) المتضمنة (تسهم بعض القروبات في التأثير على نشر التطرف الفكري بين الشباب) بالمرتبة الأولى بين العبارات التي تصف اتجاهات الشباب الجامعي نحو الشائعات، بمتوسط حسابي (٤,٠٠) وانحراف معياري (٠,٧٣).

٢- جاءت العبارة رقم (٣) المتضمنة (يفقد الشباب الثقة في مؤسسات الدولة بسبب الترويج للأخبار غير الصحيحة) بالمرتبة الثانية بين العبارات التي تصف أثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في اتجاهات الشباب الجامعي نحو الشائعات، بمتوسط حسابي (٣,٨٩) وانحراف معياري (٠,٩٠).

نتائج السؤال الثالث: ما أهم العوامل المرتبطة باتجاهات الشباب الجامعي نحو الشائعات؟

جدول (١٠)

أهم العوامل المرتبطة باتجاهات الشباب الجامعي نحو الشائعات ن=١٠٠

م	أهم العوامل المرتبطة باتجاهات الشباب الجامعي نحو الشائعات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب
١	المستوى الثقافي للشباب الجامعي.	٣,٦١	٠,٥٦	٤
٢	مستوى تعليم الأب.	٣,٤٤	٠,٦٧	٧
٣	مستوى وعي الشباب الجامعي.	٣,٥٨	٠,٨٥	٥
٤	مستوى تعليم الأم.	٣,٣٦	٠,٩١	٩
٥	دور وسائل الإعلام الجديدة.	٣,٩٧	٠,٦٩	١
٦	درجة تدبير الشباب الجامعي.	٣,٠٠	٠,٧٤	١٠

م	أهم العوامل المرتبطة باتجاهات الشباب الجامعي نحو الشائعات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب
٧	جماعة الرفاق.	٣,٦٦	٠,٨٩	٣
٨	الخبرات السابقة حول الشائعات،	٣,٤٢	٠,٧١	٨
٩	تعدد مصادر الشائعات.	٣,٥٠	٠,٥٧	٦
١٠	درجة الثقة في مروجي الشائعات.	٣,٨٥	٠,٤٩	٢

المتوسط الحسابي العام (٣,٥٤) الانحراف المعياري العام (٠,٧٨)

يتضح من نتائج الجدول السابق ما يلي: أن هناك استجابة بدرجة كبيرة جداً على جميع العبارات التي تصف العوامل المرتبطة باتجاهات الشباب الجامعي نحو الشائعات، وقد بلغت قيمة المتوسط الحسابي العام (٣,٥٤) بانحراف معياري عام بلغت قيمته (٠,٧٨) وهي قيمة تقع في الفئة الأولى لفئات المقياس المتدرج الثلاثي التي تشير إلى درجة (نعم)، كما يتضح من الجدول أن هناك توافقاً كبيراً جداً في درجة موافقة أفراد عينة الدراسة على عبارات السؤال الأول: ما العوامل المرتبطة باتجاهات الشباب الجامعي نحو الشائعات؟ إذ بينت الاستجابات أن متوسطات موافقتهم على العبارات تراوحت ما بين (٣,٩٧) إلى (٣,٠٠).

كما تم ترتيب عبارات المؤشر تنازلياً حسب موافقة أفراد الدراسة عليها وفقاً لأقل قيم للانحراف المعياري عند تساوي قيم المتوسط الحسابي كما يلي:

- ١- جاءت العبارة رقم (٥) المتضمنة (دور وسائل الإعلام الجديدة) بالمرتبة الأولى بين العبارات التي تصف العوامل المرتبطة باتجاهات الشباب الجامعي نحو الشائعات، بمتوسط حسابي (٣,٩٧) وانحراف معياري (٠,٦٩).
- ٢- جاءت العبارة رقم (١٠) المتضمنة (درجة الثقة في مروجي الشائعات) بالمرتبة الثانية بين العبارات التي تصف العوامل المرتبطة باتجاهات الشباب الجامعي نحو الشائعات، بمتوسط حسابي (٣,٨٥) وانحراف معياري (٠,٤٩).

حادي عشر - مناقشة نتائج الدراسة:

١ - مناقشة نتائج السؤال الأول: ما اتجاهات الشباب الجامعي نحو الشائعات؟

وقد جاءت بالترتيب كالتالي: (لا ألبأ إلى التحقق من المعلومات الواردة إلى عبر رسائل Whats App حول قضية ما، أقوم بتحويل ما يرد إليّ من أخبار عبر Whats App إلى المجموعات الأخرى التي أتابعها، لا أؤيد نشر خبر ما عبر Whats App أرى أنه يضر بالصالح الاجتماعي العام، لا أؤيد غيري في نقلي لرسائل الأخبار وتداولها بين مجموعات Whats App، أتفاعل مع الرسائل التي ترد إليّ حول قضية أو خبر ما عندما تتطابق مع ما كنت أفكر به، وهذا ما

أكدته نتائج دراسة (المعيزر، ١٩٩٥م، الدوسري، ١٩٩٣م، أبو زيد، ١٩٨٠م، البورت ويوستمان، ١٩٩٨م، محمد، عمر، ١٤١٩هـ، المركز الوطني لأبحاث الشباب ٢٠١٢).

٢- مناقشة نتائج السؤال الثاني: ما أثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في اتجاهات الشباب نحو الشائعات؟ وقد جاءت بالترتيب كالتالي: (تسهم بعض القروبات في التأثير على نشر التطرف الفكري بين الشباب، يفقد الشباب الثقة في مؤسسات الدولة بسبب الترويج للأخبار غير الصحيحة، هناك جهات منظمة تقف وراء نشر الشائعات عبر وسائل التواصل الاجتماعي، تسهم وسائل التواصل الاجتماعي في تشويش آراء الشباب، والتضارب في الأخبار المنقولة عبر وسائل التواصل تولد عدم الثقة بين الشباب)، وهذا ما أكدته نتائج دراسة (الحربي، ١٩٩١م، هالة نوفل، ٢٠٠٩م، العتيبي، ٢٠١٠م).

٣- مناقشة نتائج السؤال الثالث: ما أهم العوامل المرتبطة باتجاهات الشباب الجامعي نحو الشائعات؟ وقد جاءت بالترتيب كالتالي: (دور وسائل الإعلام الجديدة، درجة الثقة في مروجي الشائعات، جماعة الرفاق، المستوى الثقافي للشباب الجامعي، مستوى وعي الشباب الجامعي)، وهذا ما أكدته نتائج دراسة (عقيل، ١٤٢٩هـ، عبد الله، ٢٠١٠م، السلامة، ٢٠٠٠م، بدر أبانمي، ٢٠١٠م).

ثاني عشر : توصيات الدراسة:

- في ضوء ما توصلت إليه الدراسة من نتائج توصي بما يلي:
- ١- تنظيم الدورات التدريبية للشباب الجامعي حول الإعلام الجديد والمجتمعات الافتراضية ونشر تلك الدورات على مستوى جميع المؤسسات الحكومية والأهلية والخاصة.
 - ٢- تنمية وعي الشباب الجامعي بعدم الميل للأخبار التي توافق ما يفكر به الفرد وما هو قريب لميوله وشخصيته.
 - ٣- تنمية الوعي المجتمعي بأخطار ظاهرة الشائعات والأخبار التي ترد عبر برامج التواصل الاجتماعي المختلفة.
 - ٤- تخصيص حساب رسمي من مؤسسات الدولة لنفي الشائعات والإعلام عنها واعتباره المصدر الرسمي للتعامل مع الشائعات.

- ٥- ضرورة التحقق من الرسائل التي تصل عبر المجموعات أو القروبات وعدم إعادة نشرها قبل التحقق منها.
- ٦- تنمية مهارات التفكير الناقد لدى الشباب الجامعي وتوعيتهم بعد الانسياق وراء الكثير من الأخبار المغرضة والهدامة للمجتمع.
- ٧- إلزام الجهات المختصة عند حدوث قضية ما بالخروج والتصريح من المصدر من المسئول وتوعية المجتمع وقت الحدث أو الأزمة بعد تصديق كل خبر مغرض أو شائع حول قضية ما.
- ٨- ضرورة التوعية لعدم نقل الأخبار عبر برنامجي توتير و App Whats عن طريق الإعلام الجديد بوسائله المختلفة.

ثالث عشر - مقترحات الدراسة:

- تقترح الدراسة بحثاً ودراسات أخرى مكملتها في مجالها من أهمها ما يلي:
١. مدى ممارسة طلاب الجامعات السعودية لنشر الشائعات عبر وسائل التواصل الاجتماعي.
 ٢. دراسة نقدية لشائعات مواقع التواصل الاجتماعي من منظور التربية الإسلامية.
 ٣. شائعات مواقع التواصل الاجتماعي كأحد وسائل حروب الجيل الرابع.
 ٤. دور الجامعة في توعية طلابها بشائعات مواقع التواصل الاجتماعي وسبل تعميقه.
 ٥. المتطلبات التربوية لمواجهة شائعات مواقع التواصل الاجتماعي وسبل تحقيقها من وجهة نظر الخبراء.

المراجع

أولاً- المراجع العربية:

أبا نمي، بدر بن عبد العزيز (٢٠٠٩م). الإعلام الجديد، دراسة نوعية تحليلية لمفهومه، وأشكاله، وواقعه ومستقبله، رسالة ماجستير، الرياض، جامعة الملك سعود.

ابن كثير، إسماعيل بن عمر. (١٩٨٠). تفسير القرآن العظيم، بيروت، دار الفكر، ج٣.

أبو داود، سليمان بن الأشعث السجستاني. (د.ت) سنن أبي داود، بيروت، دار الكتاب العربي، د.ت.

أبو زيد، محمود (٢٠٠٠م). الشائعات والضغط الاجتماعي، دراسة سسيومترية في قرية مصرية، الإسكندرية، الهيئة العامة للكتاب.

أحمد توكل (١٩٩٨م). الإشاعة، دار الأمة للطبع والنشر، ط(٤)، القاهرة.

أحمد، غريب محمد (٢٠٠٠م). الآثار الاجتماعية للحرب النفسية والشائعات، الرياض، دار النشر بالمركز العربي للدراسات الأمنية والتدريب.

أرمان، متلار وميشال، مارتلا (٢٠٠٥م). تاريخ نظريات الاتصال، بيروت المنظمة العربية للترجمة.

الأثري، عبد الله بن عبد الحميد. (د.ت). الشائعات وأثرها السيء على المجتمع الإسلامي، دار ابن خزيمة.

الأخرس، محمد صفوح (١٤١٨هـ). المنهج وطرائق البحث في علم الاجتماع: جامعة دمشق. دمشق.

البخاري، محمد بن إسماعيل. (١٩٨٧). صحيح البخاري، تحقيق مصطفى ديب البغا، دار ابن كثير.

البدائية، ذياب موسى (٢٠٠١م). استخدام التقنيات الحديثة في الشائعات، الرياض، مطابع جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية.

ألبرت، جوردون، وبوستمان، ليو (٢٠٠٤م). سيكولوجية الشائعات، ترجمة صلاح مخيمر، عبده رزق، القاهرة، دار المعارف.

- الترمذي، أبو عيسى محمد بن عيسى. (١٩٧٥). سنن الترمذي، ج ٤ تحقيق: إبراهيم عطوة، القاهرة، مطبعة الحلبي.
- الجوهري، محمد (١٤٣٠هـ). أسس البحث الاجتماعي، دار المسيرة، عمان.
- الحري، ناصر جهز (١٩٩١م). الشائعات وعلاقتها ببعض سمات الشخصية لدى عينة من طلاب مدينة الطائف، رسالة ماجستير، مكة المكرمة، جامعة أم القرى.
- الخشت، محمد عثمان (١٩٩٦م). الشائعات وكلام الناس أسرار التكوين وفنون المواجهة، القاهرة، مكتبة ابن سينا.
- الدوسري، محمد علي (١٩٩٣م). العلاقة بين مستوى الصحة النفسية وتصديق وترديد الشائعات، رسالة ماجستير مكة المكرمة: جامعة أم القرى.
- السلامة، عبد الله بن صالح (٢٠٠٠م). تصديق وترديد الشائعات وعلاقتها بمفهوم الذات والأنماط المزاجية، رسالة ماجستير مكة المكرمة، جامعة أم القرى.
- السيد، سمير أحمد (١٩٩٧م). مصطلحات علم الاجتماع، الرياض: مكتبة الشفري.
- السيوطي، جلال الدين عبد الرحمن بن أبي بكر. (٢٠١١). الدر المنثور في التفسير بالمأثور، المكتبة الوقفية، ج ٦.
- العتيبي، جارح (٢٠١١م). استخدام طلاب وطالبات الجامعات السعودية شبكة الفيس بوك، الرياض، جامعة الملك سعود.
- العرفج، ناجي إبراهيم (٢٠٠١م). استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، مؤتمر الدوحة، دولة قطر.
- العساف، صالح حمد (١٩٩٥م) المدخل إلى البحث في العلوم السلوكية، ط(٣)، الرياض، مكتبة العبيكان.
- الغامدي، عبد العزيز صقر (٢٠٠٣م). الشائعات في عصر المعلومات، الرياض، مطابع جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية.
- الفار، محمد جمال (٢٠١٠م). المعجم الإعلامي، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع.
- المحارب، سعد محارب (٢٠١١م). الإعلام الجديد في السعودية دراسة تحليلية في المحتوى الإخباري للرسائل النصية القصيرة، الرياض، دار جداول.

- الهمص، عبد الفتاح عبد الغني، وشلدان، وفايز كمال. (٢٠٠٩). الأبعاد النفسية والاجتماعية في ترويج الإشاعات عبر وسائل الإعلام وسبل علاجها من منظور إسلامي. الجامعة الإسلامية، فلسطين.
- الهوري، عادل (١٤١٣هـ). مناهج البحث الاجتماعي، مكتبة الفلاح، الكويت. أمين رضا (٢٠٠٩م). حدود التفاعل الاجتماعي في المجتمعات الافتراضية على شبكة الإنترنت، الرياض جامعة الملك سعود مؤتمر تقنية الاتصال والتغير الاجتماعي.
- تيماشيف نيقولا (١٩٩٢م). نظرية علم الاجتماع طبيعتها وتطورها، الطبعة السادسة، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية.
- دانيل، بيل (١٩٩٨م). المعلوماتية بعد الإنترنت، الكويت المجلس الأعلى للثقافة والفنون والآداب، سلسلة عالم المعرفة.
- ديوجن (٢٠٠٧م). الشائعات والأساطير الحضريّة، القاهرة شارع طلعت حرب، ترجمة مطبوعات اليونسكو، العدد (٢١٣).
- روكيت، ميشال لويس (١٩٩٤م). الشائعات، ترجمة وجيه أسعد، دمشق دار البشائر للطباعة والنشر والتوزيع.
- سامي محمد هاشم (٢٠٠٣م). الشائعات من المنظور النفسي في عصر المعلومات، ندوة الشائعات في عصر المعلومات، أكاديمية نايف للعلوم الأمنية، الرياض.
- صادق، عباس مصطفى (٢٠٠٨م). الإعلام الجديد الوسائل والتطبيقات، دار الشروق.
- عبد الهادي، محمد فتحي (٢٠٠٧م). مجتمع المعلوماتية بين النظرية والتطبيق، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية.
- عبد التواب، إبراهيم رضوان (٢٠٠٨م). مصر والحرب النفسية، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة.
- عبيدات، ذوقان، عدس، عبد الرحمن، عبد الحق، كايد (٢٠٠١). البحث العلمي مفهومه، وأدواته، وأساليبه، عمان، دار الفكر، ط (٦).
- عثمان، إبراهيم عيسى (٢٠٠٨م). النظرية المعاصرة في علم الاجتماع، عمان، دار الشروق.

- عودة، أحمد سليمان، ملكاوي فتحي (١٩٨٧م). أساسيات في البحث العلمي في التربية والعلوم الإنسانية، الأردن، مكتبة المنار.
- فاخر عقل (٢٠٠٥م). معجم علم النفس، الجزء الرابع، القاهرة.
- كابفرير، جان نويل (٢٠٠٧م). الشائعات الوسيلة الإعلامية الأقدم في العلم، ترجمة، تانيا ناجيا، بيروت، دار الساقى.
- كتبخانة، إسماعيل خليل، نوري، محمد عثمان (٢٠٠٧م). اتجاهات التغيير الاجتماعي وبعض المتغيرات المرتبطة بها في المجتمعات الحضرية بالمملكة العربية السعودية، جده، مركز النشر العلمي بجامعة الملك عبد العزيز.
- مان، ميشيل (١٩٩٩م)، موسوعة العلوم الاجتماعية، ترجمة عادل الهواري، سعد مصلوح، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية.
- محمد عبد القادر حاتم (٢٠٠٢م). الإعلام والدعاية نظريات وتجارب، الأنجلو المصرية، القاهرة.
- محمد كمال القاضي (١٩٩٧م)، الدعاية السياسية والحرب النفسية، المركز الإعلامي للشرق الأوسط، القاهرة.
- مختار التهامي (٢٠٠٩م). الرأي العام والحرب النفسية، الجزء الأول، ط(٤)، القاهرة، دار المعارف.
- مسلم، ابن الحجاج أبو الحسين القشيري النيسابوري. (١٩٩٢). صحيح مسلم، تحقيق: محمد فؤاد عبد الباقي، بيروت، دار إحياء التراث العربي.
- معتز سيف عبد الله (٢٠٠٩م). الحرب النفسية، والشائعات، دار غريب للطباعة والنشر، القاهرة.
- هاشم، سامى محمد. (٢٠٠٣). الشائعات من المنظور النفسى فى عصر المعلومات، ندوة الشائعات فى عصر المعلومات، أكاديمية نايف للعلوم الأمنية، الرياض.
- هالة منصور (٢٠٠٠م). الاتصال الفعال، مفاهيمه وأساليبه ومهاراته، المكتبة الجامعية، الإسكندرية.

ثانياً - المراجع الأجنبية:

- Allport, G. Postman(2004); An analysis of Communication, New York, Publication Quarterly.
- Bryan K. Saville, (et., al.)(2010); Internet Addiction and Delay Discounting in College Students, Department of Psychology, MSC(7704), James Madison University.
- Chih Hung, (et., al.)(2008); The Association between Internet Addiction and Belief of Frustration Intolerance, The Gender Difference, Cyber Psychology, Behavior, Vol(11), No(3), Mary Ann Liebert, I.N.C.
- Difonzo, N & Bordia, P: Forms, Frequency and Fallout of rumors, Kumor psychology, Social and organizational approaches, Woshington, 2007, PP.35-68.
- Dimaggio, P., (et., al.)(2001); Social Implications of the Internet" Annual Review of Sociology.
- Kraut, R., L, Muko., T(1998) ; Internet Paradox: A Social Technology that Reduces Social Involvement and Psychological Well-being". Journal of American Psychologist Sept., vol.53, No.9.
- Kraut, Robert, et. Al.,(2004); The Internet and Social Participation Contrasting Cross-Sectional and Longitudinal Analysis.
- Murali V. George(2007); an Overview of Internet Addiction, Adv Psychiatry Treat.
- Nie, Norman and Erbing, Lutz(2000); Internet and Society: A preliminary Report. Stanford Institute for the Quantitative study of Society. Intersurvey Inc., and Mckinsey and Co.
- Reber, A(2005); Dictionary of Psychology, London, Penguin Books.