العدد سبعة وأربعون
تاريخ الإصدار: 2 – أيلول – 2022م
www.ajsp.net
ISSN: 2663-5798

"تأثير الشائعات الصحية عبر الفيسبوك على طلبة الجامعات الفلسطينية – لقاح كورونا نموذجاً"

إعداد الباحثان:

أ. سهير محمد إبراهيم رجوب

د. محمد أحمد إبراهيم حابس

جامعة الخليل

الخليل – فلسطين

قدم هذا البحث استكمالاً لمتطلب مساق الإعلام الجديد في ماجستير الإعلام

أيار 2022

العدد سبعة وأربعون
تاريخ الإصدار: 2 – أيلول – 2022م
www.ajsp.net
ISSN: 2663-5798

الملخص:

يتناول البحث تأثير الشائعات الصحية عبر الفيسبوك على طلبة الجامعات الفلسطينية (لقاح كورونا نموذجاً)، من خلال التعرف على نوع المضامين والمحتوى التي تعرض لها الطلبة حول الشائعات المتعلقة بلقاحات كورونا، ومدى تأثيرها عليهم، حيث استخدمت الباحثة استمارة استبيان (الاستقصاء)، وشملت العينة 200 من طلبة الجامعات (جامعة الخليل، جامعة بيرزيت، جامعة النجاح الوطنية، الجامعة الإسلامية – غزة، واعتمد البحث على منهج المسح القائم على مسح جمهور وسائل الإعلام، **ومن أبرز النتائج** التي خلص إليها البحث أن "لقاحات كورونا تسبب الوفاة بعد عامين على أخذه" بنسبة (18.2%)، وأنها "تسبب العقم" بنسبة (15.6%)، وأن العديد من الطلبة ساورتهم الشكوك حول مدى فعالية اللقاح بنسبة (44%)، في حين (24.4%) تشكل لديهم العزوف عن أخذ اللقاح، نتيجة تعرضهم للشائعات الصحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وأوصت الباحثة بضرورة التزام جميع صفحات مواقع التواصل الاجتماعي وبالتحديد الفيسبوك بالمسؤولية الاجتماعية في نقلهم للمعلومات والأخبار وعدم أخذها من مصادر مجهولة وغير موثوقة.

الكلمات المفتاحية: تأثير، الشائعات الصحية، الفيسبوك، طلبة الجامعات الفلسطينية، لقاح، كورونا.

مقدمة:

منذ القدم كانت الإشاعات مرتبطة بالإنسان على مر العصور، وهي ظاهرة اجتماعية، وتعتبر أقدم وسيلة إعلامية على مرّ التاريخ (نويل كابفيرير، 2007)، فقبل تطور عصر الانترنت والثورة التكنولوجية كانت الإشاعة تنحصر فقط بين الأفراد والجماعات في منطقة جغرافية واحدة، سواء في القرية، أو الحارة، أو المدينة، بين مجموعة من الأصدقاء أو الأهل، ولكن مع تطور التكنولوجيا وبعدما أصبح العالم مدينة صغيرة، تغير طرق نشر الإشاعات وسرعة النشر وكذلك أسلوب النشر، والاعتماد على براهين ودلائل علمية لتصديقها (فارح، 2021).

وبالتأكيد أن للشائعات أهدافها وبالتالي لها أسبابها، ووسائل متعددة، وكلما ارتبطت أكثر بوسائل الإعلام كانت آثارها أكبر وهناك العديد من الأهداف للشائعات هو بث الخوف والرعب والحقد والكراهية وزرع بذور الفتن والشك واليأس في نفوس الجمهور المستهدف (أبو عرقوب، 2003)، ويزداد هذ الأثر شيوعاً وانتشاراً مع وسائل التواصل الاجتماعي وبرامج المحادثة الفورية على الأجهزة الذكية وفي مقدمتها (الفيسبوك) و(تويتر) و(واتس آب) نظراً لما تمتلكه من مميزات تختلف عن باقي الوسائل التقليدية في نشر الإشاعات مثل أدوات التفاعلية والانتشار والسرعة والقدرة الفائقة على التشهير السريع، وإثارة البلبلة والتأثير في الرأي العام (سلمان أ.، 2017).

إن انتشار الشائعة يكمن نجاحه بالدرجة الأولى عندما يكون هناك أهمية للموضوع ويلف حوله الغموض والضبابية وهذا الأمر بالتأكيد يساعد ويضاعف سرعة انتشار الشائعة والأمر، الأهم هو كثرة تحويرها كلما زادت أهمية الموضوع، وأصبح يشغل حيزاً من اهتمام الرأي العام الذي يتطلع إلى معرفة أي أخبار حول الموضوع المطروح (اكحيل ر.، 2015)، فمثلاً الجائحة الكونية التي ضربت العالم بأسره "كورونا" أرّقت البشرية جمعاء وسط محاولات الشركات المنافسة المنتجة للأدوية للوصول إلى حل لها والقضاء عليه، وذلك بإنتاج لقاحات ناجعة ضد جائحة كورونا، وبسبب أهمية هذا الموضوع وكثرة تداوله عبر وسائل التواصل الاجتماعي وخصوصاً الفيسبوك، فإن التلقيح ضد كورونا رافقته شائعات عدة تكبر ككرة الثلج وتتحور وتتناقل بين الأفراد والجماعات وتصديقها رغم دحضها بالحقائق العلمية، ومن بين تلك الشائعات أن التطعيم يغير الحمض النووي أو أن الدواء أفضل من التطعيم، ما يعرض صحة الملايين للخطر، ويسبب العقم ويصيب بالجلطات الدماغية وأنه يحول الأشخاص إلى "زومبي" بعد أخذ المطعوم وغيرها (عنتر، 2021).

وقد واجه العالم بأسره عبر الإعلام الجديد وبالتحديد مواقع التواصل الاجتماعي عاصفة من الشائعات حول تلك اللقاحات، الذي حاز منذ الإعلان عن إنتاجه من قبل منظمة الصحة العالمية، على اهتمام ومتابعة الرأي العام المحلي والإقليمي والعالمي على اعتبار أنه قضية حياة أو موت، وتم إثارة العديد من التساؤلات والغموض حول إن كانت اللقاحات آمنة وذات فعالية لمواجهة فايروس كورونا، وانطلقت العديد من التفسيرات حولها وذهابها إلى افتراض أنها تجعل الناس فئران تجارب للتأكد من فعالية اللقاح من المرض، فبالفعل كانت الإشاعة أكثر خطورة لما واجهه العالم من جائحة كورونا، فقد تم نشر العديد من المعلومات المغلوطة من مصادر مجهولة وتم تداولها بشكل يومي وتضليل الرأي العام، مما أدى إلى زرع الخوف والرعب والقلق في نفوس البشر (مدى، 2021).

كان للإعلام الجديد دور هام في إدارة العديد من الأزمات، فضلاً لما يتميز من قدرات تكنولوجية لها القدرة على تغطية الأحداث ونقلها إلى الجمهور المستهدف (فرج، 2021)، فكان الفيسبوك وهو ضمن الإعلام الجديد دور في تناقل الأخبار المتعلقة بشأن جائحة كورونا وبالأخص "اللقاح" الذي هو موضوع دراستنا في تشكيل رأي عام حوله بنشر كافة المعلومات والأخبار والإحصائيات والبيانات المتعلقة بالصحة وغرس سلوكيات معينة وإحداث ردات فعل من قبل الجمهور المستهدف تجاه "لقاح كورونا".

ويأتي هذا البحث لتبيان تأثير الشائعات الصحية عبر الفيسبوك على طلبة الجامعات الفلسطينية (لقاحات كورونا نموذجاً)، ويضم هذا البحث أربعة فصول، حيث يتناول الفصل الأول الإطار المنهجي للبحث، ويضم: مشكلة وأهمية البحث والأهداف والتساؤلات والمنهج المستخدم ومصطلحات ومفاهيم البحث، وأما الفصل الثاني فيتناول الإطار النظري للبحث الذي يوضح النظرية المستخدمة فيه وهي (نظرية المسؤولية الاجتماعية)، في حين يتناول الفصل الثالث الإطار المعرفي والذي يوضح فيه تعريف للشائعات والتطور التاريخي لها، وأنواعها، ومراحل تكوينها، وأهدافها، وخصائص الإشاعة الإلكترونية، ويعرض الفصل الرابع نتائج البحث وأهم النتائج والتوصيات.

الإطار المنهجي للبحث:

مشكلة البحث:

ساهم نشأة الانترنت وتطوره ووجود التقنيات التكنولوجية الحديثة والأجهزة الذكية وتطبيقاتها إلى سرعة نقل وانتشار المعلومات وازدحامها وسط فوضى عارمة من الأخبار، وعدم القدرة على التمييز ما بين الأخبار المضللة والكاذبة والأخبار الحقيقية، فجائحة كورونا التي خلقت أزمة حياتية على مستوى العالم، كان مثالاً واضحاً على ذلك، حيث رافقتها العديد من الشائعات عبر الإعلام الجديد ومن ضمنها الفيسبوك، فغريزة البقاء تحتم على الإنسان التعاطي مع كل ما يتعلق بكورونا وأمل انتهائه بإنتاج اللقاحات مضادة له.

لكن سرعان ما رافق الأخبار المتعلقة بإنتاج اللقاحات العديد من الشائعات عبر الفيسبوك والذي تشكل بدوره رأي عام عالمي حولها، بعد تقديم الأدلة والبراهين العلمية لإقناع الجمهور المستهدف حول حقيقة اللقاحات التي ستتلقاها البشرية.

وكان لانتشار مثل هكذا شائعات هو فقر المعلومات وشحها لدى الأفراد، حيث أثبتت دراسة (فرج، 2021) أن انعدام المعلومات وندرة الأخبار الكافية عن حقيقة انتشار كورونا هو أحد أسباب نشر الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ومن الطبيعي أن التعرض للشائعات عبر أي وسيلة كانت تؤدي بالتأثير السلبي على الأفراد المستهدفين وقد تتسبب في إثارة البلبلة وإثارة الرأي العام كما كشفت دراسة (عيسى إ.، 2020) أن للشائعة أثر بالغ على الفرد المجتمع وأنها تعوق عملية فهم المجتمعات لطبيعة الظروف التي تمر بها وتجعلها عاجزة عن استيعاب الضرورات التاريخية التي تؤثر على اتجاه حركتها ونموها على أرض الواقع، وكان للشائعات الإلكترونية

تأثيرات كثيرة على مستوى السلوك حيث أشارت نتائج دراسة (الشربيني، 2020) إلى تأثير الشائعات الإلكترونية على الأمن الفكري لدي الشباب، وضعف دافع المشاركة المجتمعية، وتدني مستوي الاعتدال والوسطية لدي الشباب، وفي ظل تمدد وتطور الإعلام الجديد فإن طرق ووسائل نشر الشائعات تتعدد مع الوسائل أيضاً، حيث بينت دراسة (سلمان أ.، 2017) أن الوسيلة الأكثر استخداماً هي شبكات التواصل الاجتماعي وبالتحديد الفيسبوك، وعن أكثر الشائعات انتشاراً حيث توصلت الدراسة الأخيرة نفسها أن الشائعات الأكثر انتشاراً عبر مواقع التواصل الاجتماعي هي الشائعات السياسية.

وفي ضوء ما تم عرضه سابقاً لأهم ما وصلت إليه الدراسات السابقة، تتحدد هنا مشكلة الدارسة في الحاجة إلى قياس تأثير الشائعات الصحية عبر الفيسبوك على طلبة الجامعات الفلسطينية، وكذلك تكمن المشكلة في التعرف على دور الشائعات حول لقاحات كورونا في التغيير الفكري والسلوكي.

أهمية البحث:

تنبع أهمية هذا البحث كونه الأول في مجال الدراسات الإعلامية، حيث لم تتناول الأبحاث والدراسات هذا الموضوع لحداثة قضية لقاحات كورونا والشائعات حولها وتأثيرها على طلبة الجامعات الفلسطينية، وأخيراً يعتبر هذا البحث مهم لأنه قد يساهم في مساعدة باحثين آخرين مستقبلاً لدراسة مواضيع مشابهة لهذا البحث لغرض نشر الوعي والتثقيف والتحلي بالمسؤولية الاجتماعية، وتعمل على إثراء المعرفة العلمية.

أهداف البحث:

سعت الباحثة إلى وضع الأهداف التالية للبحث:

1. التعرف على نوع المضامين والمحتوى التي تعرض لها طلبة الجامعات الفلسطينية حول الشائعات المتعلقة بلقاحات كورونا.
2. تحليل طبيعة التغيير والسلوكي والفكري بعد تعرض طلبة الجامعات الفلسطينية للشائعات حول لقاحات كورونا.
3. اكتشاف مدى تأثير الشائعات الصحية حول لقاحات كورونا عبر الفيسبوك على طلبة الجامعات الفلسطينية.
4. التعرف على أسباب نشر الشائعات المتعلقة حول لقاحات كورونا عبر الفيسبوك.

تساؤلات البحث:

وضعت الباحثة عدة تساؤلات للبحث للإجابة عليه:

1. ما نوع المضامين والمحتوى التي تعرض لها طلبة الجامعات الفلسطينية حول الشائعات المتعلقة بلقاحات كورونا؟
2. ما هي طبيعة التغيير الفكري والسلوكي بعد تعرض طلبة الجامعات الفلسطينية للشائعات حول لقاحات كورونا؟
3. ما مدى تأثير الشائعات الصحية حول لقاحات كورونا عبر الفيسبوك على طلبة الجامعات الفلسطينية؟
4. ما هي أسباب نشر الشائعات المتعلقة حول لقاحات كورونا عبر الفيسبوك؟

نوع البحث:

يعد هذا البحث من البحوث الوصفية التي تستهدف دراسة ظاهرة معينة وهي تأثير الشائعات الصحية عبر الفيسبوك على طلبة الجامعات الفلسطينية (لقاح كورونا نموذجاً)، ويعتبر المنهج الوصفي من أهم أنواع المناهج العلمية المُستخدمة في تنفيذ وكتابة البحوث والرسائل العلمية في الدراسات الإنسانية ويستخدم لوصف ظاهرة معاصرة وكذلك تحليلها وتفسيرها للوصول إلى استنتاجات وحلول، "وهذه الاستنتاجات تمثل فهماً للحاضر يستهدف توجيه المستقبل"، (المشهداني س.، 2020)، حيث يهتم هذا المنهج بدراسة الأحداث والظواهر وتحليلها من أجل الوصول إلى استنتاجات لها فائدة علمية، لتصحيح الواقع، أو تحليله، أو تحديثه وتطويره.

منهج البحث:

يعتمد هذا البحث على منهج المسح القائم على مسح جمهور وسائل الإعلام والذي يستهدف دراسة أحد منصات التواصل الاجتماعي ألا وهي الفيسبوك، أما بالنسبة لمنهج المسح فقد وجدت الباحثة بأنه الأسلوب الأمثل لجمع المعلومات من مصادرها الأولية، لتفسير وتحليل الظاهرة الحالية، ويمكن تعريف أسلوب المسح بأنه "دراسة شاملة مستعرضة، ومحاولة منظمة لجمع البيانات وتحليل وتفسير وتقرير الوضع الراهن لموضوع ما في بيئة محددة ووقت معين" (المحمودي، 2019)، ومسح جمهور وسائل الإعلام يهدف إلى التعرف على مدى تأثير الشائعات الصحية حول لقاحات كورونا عبر الفيسبوك، ويعتبر الطلبة هم جمهور وسائل الإعلام، "ويستهدف التعرف على الآراء والأفكار والاتجاهات والمفاهيم والقيم والدوافع والمعتقدات والانطباعات والتأثيرات المختلفة لدى قراء الصحف ومستمعي الإذاعة ومشاهدي التلفزيون ومستخدمي المواقع الإعلامية على الانترنت ووسائل الإعلام الجديد". (المشهداني س.، مسح جمهور وسائل الإعلام، 2020)

أداة البحث:

يعتمد هذا البحث على صحيفة الاستقصاء (الاستبانة) لقياس مدى تأثير الشائعات الصحية على طلبة الجامعات الفلسطينية (لقاحات كورونا نموذجاً)، حيث اعتمدت الباحثة هذه الأداة لجمع البيانات من المبحوثين (طلبة الجامعات الفلسطينية) من أجل تحليلها وتفسيرها والخروج بالنتائج والإجابة على أسئلة البحث، والاستبانة "هي أداة لجمع البيانات المتعلقة بموضوع بحث محدد عن طريق استمارة يجري تعبئتها من المستجيب". (نجم، 2015)

مجتمع البحث:

يشمل مجتمع البحث طلبة الجامعات الفلسطينية، حيث قررت الباحثة أن تشمل الجامعات التالية بالترتيب (جامعة الخليل، جامعة بيرزيت، جامعة النجاح الوطنية، الجامعة الإسلامية – غزة)، سيشمل البحث ثلاث جامعات في المحافظات الشمالية "الضفة الغربية"، وجامعة واحدة بالمحافظات الجنوبية "قطاع غزة"، والمقصود بمجتمع البحث "كل العناصر المراد دراستها". (الضامن، 2006)

عينة البحث: وتشمل عينة البحث طلبة الجامعات الفلسطينية الأربعة (جامعة الخليل، جامعة بيرزيت، جامعة النجاح الوطنية، الجامعة الإسلامية – غزة)، واستخدمت الباحثة أسلوب العينة العشوائية البسيطة لاختيار عينة البحث، "ويتمتع كل شخص بفرصة متساوية في الاختيار"(Beins & McCarthy, 2012) ، وتم تحديد عينة من 200 مفردة، أي 50 مفردة من كل جامعة.

تعريفات إجرائية للبحث:

التأثير: كما يعرفه خورشيد في كتابه لغةً بأنه ترك علامة في الشيء، وفي المجال الإعلامي فانه يعرف بأنه مخرجات عملية الاتصال، وعليه فهو المحصلة النهائية لعملية الاتصال، ويتجلّى ذلك في حدوث تغيرات في سلوك المتلقي نتيجة استقباله للرسالة الإعلامية. (خورشيد، 2013)

أما التعريف الإجرائي للتأثير: فهو مجموعة من التغييرات التي تكون ناتجة عن تأثير الشائعات الصحية عبر الفيسبوك على طلبة الجامعة الفلسطينية، وما تبعها من تغييرات في سلوك وتفكير الأفراد نتيجة التعرض لتلك الشائعات حول لقاحات كورونا.

الشائعات: يعتبر مفهوم من المفاهيم ذات الدلالة الواسعة نظراً لاتصاله بتخصصات عديدة مثل علم النفس والقانون والأنثروبولوجيا والسياسة والاقتصاد والاجتماع والحرب النفسية. (الحلاق، 2020)

الفيسبوك: هو شبكة اجتماعية استأثرت بقبول وتجاوب كبير من الناس، خصوصاً من الشباب في جميع أنحاء العالم، نشأتها في شباط عام (2004)، جامعة (هارفارد) في الولايات المتحدة الأمريكية، من قبل طالب يدعى (مارك زوكربيرج). (الشاعر، 2015).

ولاحقاً في 28 أكتوبر 2021 أعلنت شركة "فيسبوك" التي تعد عملاق مواقع التواصل الاجتماعي في العالم تغيير اسمها إلى "ميتا" (Meta)، وتجمع كلمة (ميتافيرس) بين كلمتي "ميتا" و"يونيفرس" بالإنجليزية، أي "الكون الفوقي" وتشكل نوعاً من البديل الرقمي للعالم المادي يمكن الوصول إليه عبر الإنترنت. (الجزيرة، 2021)

اللقاحات اصطلاحاً: وهي تكون عبارة عن مُنتجات يتم إعطائها عادةً أثناء الطفولة لحماية الأطفال من أمراض خطيرة، أو لظهور أمراض معينة تستوجب أخذ التطعيم للوقاية منها والتي بدورها تقوم اللقاحات على تحفيز الدفاعات الطبيعية في الجسم، مما يهيّئه لمكافحة الأمراض على نحو أسرع وأكثر فاعلية.

لقاحات كورونا إجرائياً: توجد عدة لقاحات مضادة لكوفيد – 19 اعتمدتها المنظمة للاستخدام (على أساس بروتوكول الإذن بالاستعمال في حالات الطوارئ)، وقد بدأ برنامج التطعيم الجماعي في أوائل كانون الأول / ديسمبر 2020، وتم إنتاج عدد لقاحات من الشركات المنافسة والمصنعة لها وهي: لقاح فايزر – بيونتيك، ولقاحا كوفيشيلد وأسترازينيكا، لقاح يانسن، لقاح موديرنا، لقاح سينوفارم، لقاح سينوفاك، ولقاح كوفاكسين. (منظمة الصحة العالمية، 2022)

حدود الدراسة:

- الحدود الجغرافية: تضم الحدود الجغرافية في الأماكن التي تقع فيها الجامعات الأربعة بالترتيب (جامعة الخليل، جامعة بيرزيت، جامعة النجاح الوطنية، الجامعة الإسلامية – غزة) وهي أربعة محافظات وهي (محافظة الخليل، ومحافظة رام الله والبيرة، ومحافظة نابلس، ومحافظة غزة)
- الحدود التطبيقية: والمتمثلة في المبحوثين الطلبة الذين سيتم قياس أثر الشائعات الصحية حول لقاحات كورونا عبر الفيسبوك.

الدراسات السابقة:

1. **فرج، فاطمة، 2021، دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر وتداول الشائعات المتعلقة بجائحة كورونا، جامعة سرت، ليبيا**

هدف هذا البحث إلى التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في ظهور ونشر وتداول الشائعات المتعلقة بجائحة كورونا بين مستخدميها، والتعرف على مصادر نشر الشائعات والأخبار الكاذبة المتعلقة بجائحة كورونا على مواقع التواصل الاجتماعي وأسبابها وأهدافها وسبل مواجهتها، ويندرج نوع هذا البحث تحت إطار البحوث الوصفية التحليلية، أما بالنسبة للمنهج المستخدم في هذا البحث هو منهج المسح الاجتماعي عن طريق العينة، وتم الاعتماد على أداة استمارة الاستبيان الالكترونية، وتوصلت الدراسة إلى أن أسباب نشر الشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي هو انعدام المعلومات وندرة الأخبار الكافية عن حقيقة وانتشار الوباء، وأوصت الباحثة إلى ضرورة تواصل دائم بين الجهات المسؤولة وبين المجتمع ونشر الحقيقة والاهتمام بسرعة نشر الخبر قبل تأويله وتزييفه من قبل مروجي الشائعات.

2. **إبراهيم، صفاء، 2019، الإشاعة وأثرها على الفرد والمجتمع، جامعة السودان المفتوحة، الخرطوم، السودان.**

هدف البحث إلى الوقوف على الشائعة وأثرها على الفرد والمجتمع وتوصل البحث إلى أن للشائعة أثر بالغ على الفرد المجتمع وأنها تعوق عملية فهم المجتمعات لطبيعة الظروف التي تمر بها وتجعلها عاجزة عن استيعاب الضرورات التاريخية التي تؤثر على اتجاه حركتها ونموها على أرض الواقع.

3. **الهمص، عبد الفتاح، شلدان، فايز، يونيو 2010، الأبعاد النفسية والاجتماعية في ترويج الإشاعات عبر وسائل الإعلام وسبل علاجها من منظور إسلامي، الجامعة الإسلامية – غزة – فلسطين.**

يهدف البحث إلى الكشف عن الأبعاد النفسية والاجتماعية في ترويج الإشاعات عبر وسائل الإعلام وسبل علاجها من منظور إسلامي، حيث تعتبر وسائل الإعلام من المصادر الأساسية للمعلومة، والتي يبني عليها الفرد مواقفه، وتقوم على اتجاهات الجماعات حيال الأحداث الجارية، سواء بالقبول أو الرفض، كما تتولى وسائل الإعلام الدور الملموس في تشكيل موقف الجمهور المتلقي من القضايا المطروحة على الساحة المحلية والدولية، ويواجه العالم عامة والفلسطينيون خاصةً حرباً تعد من أشد الحروب وأقساها التي يشنها الأعداء ضد خصومهم، تتمثل في بث الإشاعات الهادفة إلى النيل من تماسكهم وتشتيت صفوفهم، وبث الفتنة والفرقة بينهم، وذلك عبر وسائل الإعلام المسمومة بأنواعها المختلفة.

4. **بن عائض التوم، محمد، 2019، الشائعات في وسائل التواصل الاجتماعي: تويتر نموذجاً، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، السعودية.**

استهدف هذا البحث تحديد مضمون الشائعة، وأنواعها، وأسلوبها، وأغراضها، والمستهدفين منها، من خلال الاعتماد على تويتر كأحد وسائل التواصل الاجتماعي، وتوصلت البحث إلى أن مضمون الشائعة يأخذ أشكالاً وأنواعاً متعددة، ترتبط غالباً بطبيعة الظروف والمواقف التي تظهر فيها، وتكون موجهة إلى أفراد ورموز مجتمعية أو جماعات أو حركات أو تنظيمات أو مجتمعات تربطهم عوامل معينة كعامل العرق أو الدين أو حتى قضية تمثل رابطاً بينهم، وتتعدد الأغراض من الشائعة ما بين تأجيج المجتمع ضد الدولة، وتأجيج العاطفة الدينية، وزعزعة الأمن، كما تنوعت الشائعات ما بين الشائعات الدينية،

والشائعات الاجتماعية، والشائعات السياسية، والشائعات الأمنية، وأخيراً الشائعات العلمية، كما تنوع أسلوب الشائعة على الترتيب؛ أسلوب الاستفزاز، يليه أسلوب التخويف، ثم أسلوب الاستغلال، وأخيراً أسلوب السخرية، وأن أكثر المستهدفين؛ الدولة ثم العرب.

5. **دراسة سلمان، أحمد، أيار 2017، شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في نشر الشائعات من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى، جامعة الشرق الأوسط، الأردن.**

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى، من خلال التعرف على درجة نشر الشائعات على شبكات التواصل الاجتماعي ومعرفة الشبكة الأكثر نشراً للشائعات على تلك الشبكات، وقد تناولت الدراسة أبرز مواضيع الشائعات على شبكات التواصل الاجتماعي، ومعرفة أسباب انتشارها، حيث كشفت نتائج الدراسة أن من أبرز مواضيع الشائعات على شبكات التواصل الاجتماعي هي (شائعة السياسية)، وأن من أهم أسباب نشر الشائعات على شبكات التواصل الاجتماعي هو سهولة إنتاج المعلومات ونشرها على تلك الشبكات، وأظهرت نتائج البحث أن الشبكة الأكثر نشراً للشائعات على شبكات التواصل الاجتماعي هي شبكة (الفيسبوك) .

6. **الشربيني، سامي، 2020 العلاقة بين الشائعات الإلكترونية واستقرار الأمن الفكري للشباب من منظور العلاج العقلاني الانفعالي السلوكي في خدمة الفرد**

هدفت الدراسة إلى تحديد العلاقة بين الشائعات الإلكترونية واستقرار الأمن الفكري لدي الشباب، وذلك من خلال الاعتماد على منهج المسح الاجتماعي الشامل، وتنتمي هذه الدراسة إلى نمط الدراسات الوصفية التحليلية، وهو النوع الذي يتسق وموضوع الدراسة وأهدافها، وأشارت النتائج إلى تأثير الشائعات الإلكترونية على الأمن الفكري لدي الشباب، وضعف دافع المشاركة المجتمعية، وتدني مستوي الاعتدال والوسطية لدي الشباب.

التعقيب على الدراسات السابقة:

تناولت الدراسات السابقة دور مواقع التواصل الاجتماعي في الترويج ونشر الشائعات، مثل الشائعات السياسية والاجتماعية والدينية والصحية والأمنية، وكذلك تناولت تأثير هذه الشائعات على المجتمع وعلى المبحوثين وأنواع هذه الشائعات وأغراضها وأهدافها، ومعظم الدراسات السابقة تحدثت أن الفيسبوك هي أول منصة للترويج للشائعات، فيما تناول البحث محمد بن عائض في دراسته أن منصة التويتر من أبرز منصات الترويج للشائعات في السعودية، ويمكن التعقيب أكثر على الدراسات السابقة كما يلي:

في الدراسة الأولى لـ (فرج، 2021) التي تناولت فيه دور مواقع التواصل الاجتماعي في ظهور ونشر وتداول الشائعات المتعلقة بجائحة كورونا بين مستخدميها، ومصادر نشر الشائعات والأخبار الكاذبة المتعلقة بجائحة كورونا على مواقع التواصل الاجتماعي وأسبابها وأهدافها وسبل مواجهتها، وتناولت هذه الدراسة ثلاث نظريات وهي (نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام) و(نظرية التماس المعلومات) و(نظرية الاستخدامات والاشباعات)، وتناولت الباحثة الشائعات وخصائصها، وكذلك مواقع التواصل الاجتماعي ونشر وتداول الشائعات، وتوصلت الباحثة إلى أن الفيسبوك كان من أكثر المواقع نشراً للشائعات بنسبة (61.29%) ومن ثم اليوتيوب بنسبة (24.20%).

وتتفق دراسة فرج مع الدراسة الحالية من حيث دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات وخصوصاً الفيسبوك التي توصلت إلى أن الفيسبوك كان أكثر المواقع نشراً للشائعات بالنسبة للطلبة الجامعيين في فلسطين، في حين اختلفت الدراسة مع الدراسة الحالية أنها تناولت الشائعات حول جائحة كورونا، بينما الدراسة الحالية تناولت الشائعات الصحية المتعلقة بلقاحات كورونا، ويكمن الاختلاف أيضاً أنها لم تتناول موقع التيك توك رغم حداثة هذه الدراسة ودور الموقع آنف الذكر بالترويج للشائعات وازدياد الإقبال على استخدام هذا الموقع، وتختلف أيضاً من حيث استخدام النظريات في البحث، حيث تستخدم هذه الدراسة الحالية نظرية المسؤولية الاجتماعية.

وفي دراسة لـ (إبراهيم ، 2019) التي تناولت الشائعة وأثرها على الفرد والمجتمع من منظور إسلامي وديني، وتوصلت الدراسة إلى أن للشائعة أثر بالغ على الفرد والمجتمع وأنها تعوق عملية فهم المجتمعات لطبيعة الظروف التي تمر بها وتجعلها عاجزة عن استيعاب الضرورات التاريخية التي تؤثر على اتجاه حركتها ونموها على أرض الواقع، وكذلك تعمل الشائعات على إعاقة خروج المجتمعات من أزماتها في الوقت المناسب، فالشائعة تعمق الأزمة وتوسع نطاقها أيضاً، وتحدثت عن خصائص الشائعة وأنواعها وأسبابها، وهذه الدراسة تتفق مع الدراسة الحالية من حيث تناولهما لخصائص الشائعة والأنواع والأسباب، ولكنها تختلف عن الدراسة الحالية كونها تناولت الشائعة وأثرها من منظور ديني، بينما الدراسة الحالية تناولت الشائعات الصحية عبر الفيسبوك وتأثيرها على طلبة الجامعات الفلسطينية ومدى تأثيرها على التغيير الفكري والسلوكي.

وفي دراسة لـ (الهمص، شلدان، 2010) والتي هدفت إلى الكشف عن الأبعاد النفسية والاجتماعية في ترويج الإشاعات عبر وسائل الإعلام وسبل علاجها من منظور إسلامي، حيث تعتبر وسائل الإعلام من المصادر الأساسية للمعلومة، حيث استخدم الباحثان المنهج الوصفي التحليلي لوصف الظاهرة؛ وتحليل بياناتها ثم بيان العلاقة بين مكوناتها والآراء التي تطرح حولها والعمليات التي تتضمنها والآثار التي تحدثها، وتختلف هذه الدراسة عن الدراسة الحالية أنها تناولت تأثير الشائعات الصحية عبر الفيسبوك على طلبة الجامعات الفلسطينية واستخدمت منهج المسح القائم على مسح جمهور وسائل الإعلام والذي يستهدف دراسة أحد منصات التواصل الاجتماعي ألا وهي الفيسبوك.

أما دراسة (التوم، 2019) هدفت هذه الدراسة إلى تحديد محتوى الشائعات وأنواعها وأسلوبها وأغراضها وأهدافها، من خلال أخذ موقع تويتر كمثال لوسائل التواصل الاجتماعي، هذه الدراسة وصفية تحليلية، ووصلت الدراسة إلى أن الغرض من الإشاعة متعدد ويتراوح بين تحريض أفراد المجتمع ضد الدولة والتحريض على الانفعال الديني وزعزعة الأمن، وأن هناك مجموعة متنوعة من الشائعات التي تتراوح بين الشائعات الدينية والشائعات الاجتماعية والشائعات السياسية والشائعات الأمنية وأخيراً الشائعات العلمية، وتختلف هذه الدراسة مع الدراسة الحالية أنها ركزت على التحليل الكمي واستخراج البيانات الإحصائية على عكس دراسة (التوم) التي اعتمدت على التحليل النوعي، وركزت الدراسة الحالية فقط على الشائعات الصحية، في حين الدراسة السابقة تحدثت عن أكثر من شائعة وهي الدينية والأمنية السياسية والاجتماعية وغيرها.

بينما في دراسة (سلمان أ.، 2017) التي تناولت دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى، ومعرفة درجة نشر الشائعات على شبكات التواصل الاجتماعي والشبكة الأكثر نشراً للشائعات على تلك الشبكات، وأبرز مواضيع الشائعات على شبكات التواصل الاجتماعي، وأسباب انتشارها، حيث كشفت النتائج أن من أبرز مواضيع الشائعات على شبكات التواصل الاجتماعي هي (شائعة السياسية)، وأن من أهم أسباب نشر الشائعات على شبكات التواصل الاجتماعي

هو سهولة إنتاج المعلومات ونشرها على تلك الشبكات، وأظهرت نتائج البحث أن الشبكة الأكثر نشراً للشائعات على شبكات التواصل الاجتماعي هي شبكة (الفيسبوك)، ففي الدراسة الحالية اتفقت مع الدراسة السابقة أن الفيسبوك هي من أكثر المواقع نشراً للشائعات كما تبين في النتائج، لكنها اختلفت مع الدراسة تلك من حيث أن الدراسة توصلت أن (الشائعة السياسة) هي من أكثر الشائعات تداولاً، في حين أن الدراس الحالية تفردت في تناول الشائعات الصحية حول لقاحات كورونا فقط دون التطرق لمواضيع الشائعات الأخرى، وأيضاً يكمن الاختلاف أن الدراسة استهدفت في عينتها أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى، بينما كانت العينة المستهدفة في الدراسة الحالية هي طلبة الجامعات الفلسطينية وهي (جامعة الخليل، جامعة بيرزيت، جامعة النجاح الوطنية، الجامعة الإسلامية – غزة).

وأخيراً في دراسة (الشبريني، 2020) التي هدفت إلى تحديد العلاقة بين الشائعات الإلكترونية واستقرار الأمن الفكري لدي الشباب، وذلك من خلال الاعتماد علي منهج المسح الاجتماعي الشامل للشباب أعضاء الجمعية العمومية بمركز شباب مدينة فاقوس محافظة الشرقية، والمسح الاجتماعي الشامل للأخصائيين الاجتماعيين العاملين بإدارة الشباب والرياضة بمركز فاقوس شرقية، وأشارت النتائج إلي تأثير الشائعات الإلكترونية علي الأمن الفكري لدى الشباب، وذلك من خلال ضعف دافع الانتماء للوطن، وضعف دافع المشاركة المجتمعية، وتدني مستوى الاعتدال والوسطية لدي الشباب، وتختلف هذه الدراسة أنها تناولت الشائعات الإلكترونية وتأثيرها على الأمن الفكري للشباب والانتماء للوطن والمشاركة المجتمعية، بينما الدراسة الحالية تركز على الشائعات الصحية وتأثيرها على التغيير الفكري والسلوكي وحصرها فقط بطلبة الجامعات الفلسطينية، وتختلف الدراسة أيضاً مع الدراسة الحالية أنها استخدمت المسح الاجتماعي بينما الدراسة الحالية استخدمت منهج المسح القائم على مسح جمهور وسائل الإعلام.

الإطار النظري للبحث:

النظرية المستخدمة في البحث:

يعتمد هذا البحث على نظرية المسؤولية الاجتماعية، وسيتم التطبيق عليها لمعرفة مدى تأثير الشائعات الصحية التي يتم نشرها وترويجها عبر الفيسبوك على طلبة الجامعات الفلسطينية، وكذلك ستطبق هذه النظرية في البحث لمعرفة مدى التزام المواقع على الفيسبوك بالمهنية والمسؤولية الاجتماعية حول شائعات لقاحات كورونا، وفي هذه الحالة تم الاعتماد على نظرية المسؤولية الاجتماعية للقياس والتطبيق على البحث.

نظرية المسؤولية الاجتماعية:

عندما بدأ الإخلال بمعايير الصحافة الليبرالية أو الحرة، والتي أسّست على الاهتمام بالخدمة العامة وحقّ الجمهور في المعرفة، ومقاومة الضغوط الخارجية، والتعددية في الأخبار، وسيادة معايير الدقة والموضوعية، ظهرت دراسات تتحدث عن "صحافة حرة مسؤولة" ومنها ظهرت نظرية المسؤولية الاجتماعية.

ويرى أصحاب هذه النظرية أن الحرية حق وواجب ومسؤولية في نفس الوقت، ومن هنا يجب أن نقبل وسائل الإعلام القيام بالتزامات معينة تجاه المجتمع، ويمكنها القيام بهذه الالتزامات من خلال وضع مستويات أو معايير مهنية للإعلام مثل الصدق والموضوعية والتوازن والدقة – ونلاحظ أن هذه المعايير تفتقد إليها نظرية الحرية – ويجب على وسائل الإعلام في إطار قبولها لهذه الالتزامات أن تتولى تنظيم أمورها ذاتياً في إطار القانون والمؤسسات القائمة، وأن الإعلاميين في وسائل الاتصال يجب أن يكونوا مسؤولين أمام

المجتمع بالإضافة إلى مسؤولياتهم أمام مؤسساتهم الإعلامية، ويحظر على وسائل الإعلام نشر أو عرض ما يساعد على الجريمة أو العنف أو ماله تأثير سلبي على الأقليات في أي مجتمع ،كما يحظر على وسائل الإعلام التدخل في ظل هذه النظريات. (الضلاعين وآخرون، 2014)

وفي كتاب نظريات التأثير الإعلامي كتب المؤلف "أن نظرية المسؤولية الاجتماعية تحدثت عن ضرورة وضوح أهداف المجتمع وقيمه التي ينبغي أن تتجسد في مضمون ما تبثه أو تنشره وسائل الإعلام. (البشر، 2014)

في الوقت الحالي ومع تقدم الثورة التكنولوجية وظهور الإعلام الجديد ومنصات التواصل الاجتماعي التي أصبحت ميداناً يتم من خلالها القيام بأدوار إعلامية وإعلانية ونشر ونقل الأخبار، وعلى الرغم من ذلك كون هذه النظرية ظهرت في عصر الصحافة التقليدية، فإنها أيضاً تُطبق على الإعلام الجديد ومنصات التواصل الاجتماعي، حيث هل يقع على عاتق الشركات الرقمية واجب رعاية المحتوى والمضمون للمعلومات التي يتم نشرها وترويجها على نطاق واسع بين الجمهور عبر تلك المنصات الاجتماعية، مثل فيسبوك وتويتر ويوتيوب وإنستغرام، وغيرها، ويمكن القول بأن نظرية المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام تنبع من التزام أخلاقي يحقق التوازن بين حرية الإعلام والحفاظ على مصلحة المجتمع واستقراره ودعم كل جهد يصب في تنميته ورخائه، لذا أرادت الباحثة تطبيق هذه النظرية في هذا البحث لمعرفة مدى التزام مستخدمي منصة الفيسبوك بالمسؤولية الاجتماعية ومدى تأثير الشائعات الصحية لدى طلبة الجامعات الفلسطينية.

الإطار المعرفي للبحث:

الشائعات بين المفهوم والتأثير:

الشائعات:

التعريف اللغوي والاصطلاحي للشائعة:

أ- **تعريف الشائعة لغوياً:** عرفها (الأصفهاني، 2009) بأنها: " شيع: الشيع الانتشار والتقوية، يقال شاع الخبر، أي كثر وقوي، وشاع القوم، أي انشروا وكثروا".

ب- **تعريف الشائعة اصطلاحاً:** هناك تعريفات عدة للشائعة، ويعرفها الدكتور علي القضاة بأنها " تعبر عن حالة الكبت وقلق نفسي، وهي تعد نوعاً من اختلاق القصص غير المؤكدة أو المواقف الغامضة حول واقعة معينة، وتكمن اهمية الإشاعة في أهمية الحدث الذي تتناوله أو الموضوع الذي تبحثه". (القضاة، 2019)

أما الدكتورة هبه أحمد فتعرف الشائعة بقولها: "هي ظاهرة موجودة منذ القدم ومنتشرة في المجتمعات البدائية بصورة أكبر منها في المجتمعات المتطورة، ذلك أن هذه الأخيرة تأخذ بأساليب العلم وتعتمد على الدراسات العلمية وتطبيقها، فيكون تأثير الشائعات أقل خطورة وأقل أثراً أو ربما عديمة الأثر" (أحمد، 2021)

التطور التاريخي للشائعة:

لم تكن الشائعة وليدة العصر الحديث، فهي موجودة منذ القدم واتخذت أشكالاً وصوراً متعددة، وكذلك اعتمدت على أساليب وطرق في انتشاها وكذلك الأسباب ودوافع نشر الشائعة، فالقصص التاريخية تعج بالمواقف والأحداث التي استدعى فيها استخدام الشائعة.

عرفت البشرية الشائعات منذ فجر التاريخ ورافقتها إلى اليوم الناس هذا بصور وأشكال تختلف باختلاف القنوات والأنظمة والتقنيات، غير أنها جميعاً تؤكد أن الشائعات أداة من أدوات الحرب النفسية التي يتخذها الخصم وسيلة لتغيير اتجاه العدو وأفكاره أو اقناعه بعدم جدوى المقاومة، ومن هنا تعد الشائعات من أخطر أسلحة الحرب النفسية لأنها تتخذ من خلق القصص وتزييف الأنباء أو تحريفها أو التعتيم عليها واستغلال الأحداث الجارية أو القيم والدوافع النفسية لإضعاف روح الاصرار والتصميم والعزم وتحطيم الروح المعنوية. (اكحيل ر.، 2015)

رغم أن الشائعات هي وليدة العصور السحيقة لملازمتها للأجيال المتلاحقة في المجتمعات والدول على مر العصور، فإنها في عصرنا الحديث والراهن هي أخطر الأسلحة التي تهدد المجتمعات، وحقيقة لا يمكن إنكار أن الشائعات يفوق خطرها في بعض الأحيان أدوات القوة التي تستخدم في الصراعات السياسية بين الدول، والبعض يستخدمها كسلاح فعال وفتاك في الحروب النفسية والمعنوية، ولا يتوقف خطرها إلى هنا فحسب، بل يمتد إلى تأثيرات اقتصادية ومجتمعية في ظل ما نشهده في تطور التكنولوجيا وتمدد الإعلام الجديد. (دعاك، 2018)

أنواع الشائعات:

1) **الشائعة الحقيقة:** تكون من مصدر موثوق فيه، وتقال لاستبيان أثر خبر على سامعيه، ويتم من خلاله استنتاج ما يحتاجه ذلك الموضوع من تعديل.
2) **الشائعة الاستنتاجية:** تصدر من أي شخص لو صلة بالموضوع، سواء بالقرب أو المعرفة، وتكون نتيجة استقراء تطبيقات معينة خلال فترة محددة.
3) **الشائعة الحالمة:** تصدر عن فئة ليس لها صلة بالواقع المعاش، وتكون نتيجة أوهام وأمنيات.
4) **الشائعة الكاذبة:** يطلقها أشخاص اعتادوا ترويج الكذب، وعدم التدقيق في المعلومة، وهذه الفئة غير قادرة عمى المواجهة، ولذا غالباً ما تنتقى الشخصيات التي تلقى إليها بالأخبار.
5) **الشائعة الحاقدة:** يكون مصدرها إما عدو خارجي يستهدف إحداث بلبلة في الرأي العام وإما عدو داخلي من قبل أطراف ذات مصالح متضاربة سواء إيدلوجية أو سياسية أو اقتصادية وهذه أخطر أنواع الشائعات على الإطلاق. (حجازي، 2018)

مراحل تكوين الشائعة:

هناك مراحل صنفها العديد من العلماء والباحثين وأكدوا أن الشائعة تمر بعدة مراحل لكي تكون قابلة للنشر بين الناس، ومن هذه المراحل: (الدليمي ع.، 2015)

المرحلة الأولى: مرحلة الإدراك الانتقائي: أي مرحلة انتقاء الخبر من قبل مجموعة من الناس يحملون خصائص مشتركة فيما بينهم مثل عدم الشعور بالثقة والشعور بالتهميش أو ضعف الانتماء، فهم يدركون بشكل انتقائي والذي سوف يكون المادة الرئيسة للشائعة.

1. **المرحلة الثانية: مرحلة التنقيح:** بعد إدراك الموضوع تبدأ مرحلة التنقيح أي الإضافة أو الحذف وكذلك تضاف إليها بعض العبارات المتداولة في ذلك الوسط لكي تكون مفهومة ومقبولة لدى عدد أكبر من الناس الذي يعيشون في ذلك الوسط.
2. **المرحلة الثالثة: مرحلة الانطلاق:** بعد إدراك الموضوع والقيام بتنقيحه يتم إطلاق الشائعة بعد أن تكون جاهزة وسهلة الاستيعاب، ويتم إطلاقها في الوقت المناسب لكي تؤدي أغراضها.

أهداف الشائعات:

يمكن الإشارة بأن العديد من الكتاب والباحثين والمؤلفين أشاروا إلى أن هناك طرق لمكافحة الشائعات تستخدمها الدول والحكومات والمؤسسات والأفراد لدحض الروايات الكاذبة، وينبغي على أجهزة الإعلام أن تتبع هذه الطرق والقواعد، وهنا يذكر الباحثان طرق مكافحة الشائعات من أهمها:

1. **قتل الشائعة بشائعة أخرى أكبر منها حجماً:** يمكن تدمير شائعة كاذبة بشائعة أكثر منها كذباً ولكن بحيث يمكن إثبات كذب هذه الأخيرة فعندما انتشرت شائعة إعدام الشخصيات الألمانية الكبرى بالجملة في نهاية ستة 1943 قام جوبلز بمناورة مشهورة: فقد أضاف إلى الشائعة المعروفة ما هو أشد فظاعة وأكثر ضخامة، فأوعز إلى أجهزة الإعلام أن تذيع خبر مقتل هتلر نفسه، وعندما ترددت الشائعة وعمت في كل مكان وأخذ الحلفاء – بدورهم – يرددونها في سعادة، وأمر بإظهار صورة هتلر وإجراء أحاديث صحفية وإذاعية معه فضرب الشائعات الصغيرة بشائعة كبيرة ألفها وروجها وكذبها بأسلوبه الخاص .
2. **القضاء على الشائعات بالمعلومات:** من البديهيات أن الشائعة تنتشر حينما لا تكون هناك أخبار، ويجب علينا أن نقدم للناس أدق الأنباء الممكنة كاملة وبسرعة، فالشائعات تروج في غيبة الأنباء أو حين لا تذاع الأنباء بوضوح.
3. **تكذيب الشائعة:** على أنه كثيراً ما يجد الإعلامي أنه من الصعب محاربة شائعة، فلو سكت عنها قد تزداد انتشاراً أو تضخيماً أثناء عملية الانتشار الاجتماعي، ولو حاول تكذيبها فسيجعل من لم يستمع إليها يسمعها عن طريقه. (العبد، 2006)

خصائص الإشاعة الإلكترونية (الفيسبوك):

من الطبيعي جداً أن يكون شكل الإشاعة التي يتم ترويجها وبثها ونشرها إلكترونياً يختلف كلياً عما يتم نشره عبر الإعلام التقليدي، أو ما يتم تناقله بين الأفراد عن طريق التواصل الوجاهي، لأن الشائعة عن طريق الإنترنت لها خصائصها تميزها عن الأخرى، لا سيما أن عصر الانترنت والإعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي تتميز بعدة خصائص تساهم في سرعة نشر الشائعات وطريقة التفاعل معها، ومن هذه الخصائص: (الحمداني، 2014)

1. العالمية: فهي تتخطى كل الحواجز الجغرافية والمكانية والحدود، وتسمح بانسياب المعلومات وتدفقها إلى كل مكان في العالم.
2. التفاعلية: فهي خاصية في المواقع الإلكترونية وخصوصاً الفيسبوك، لأنه عندما يقوم الفرد أو المستخدم بعملية الإرسال والاستقبال في نفس الوقت والكتابة والتعليقات والقراءة والتفاعل بالإعجابات والمشاركات مع المستخدمين الآخرين، فإنه يساهم في زيادة التفاعل، وكذلك زيادة تدفق المعلومات وأيضاً الشائعات.

3. التنوع وتعدد الاستعمالات: تتيح هذه الخاصية المستخدمين بث المعلومات ونشرها، سواء المعلومات الاجتماعية أو السياسية أو الاقتصادية والصحية والأمنية والدينية والثقافية.

4. سهولة الاستخدام والاشتراك: حيث تعتبر استخدامها سهل، حيث تتسم بالسهولة والبساطة في الاستخدام الذي يسهل عملية المشاركة والتفاعل مع المعلومات.

5. التوفير في الوقت والمال والاشتراك فيها مجاني: بحيث يساعد كل فئات المستخدمين إمكانية الدخول والوصول إليها من خلال عملية تسجيل الدخول، والولوج إلى الصفحات والمواقع والمعلومات.

وبالتأكيد هذه المميزات ساهمت وساعدت في أن تكون للشائعة عبر الفيسبوك لها خاصيتها تميزها عن باقي الشائعات التي يتم ترويجها عبر الإعلام التقليدي أو بين الأفراد بشكل وجاهي، وهذه الخصائص التي تم ذكرها سابقاً، ساهمت بشكل كبير في نشر الشائعات المتعلقة بلقاحات كورونا، والتي أدت إلى تشكيل رأي عام حولها، وبالتالي إلى تغييرات سلوكية وفكرية وإحداث ردات الفعل إزائها.

إطار تحليل النتائج:

تحليل وربط النتائج والإجابة على تساؤلات البحث:

يعرض هذا الجانب نتائج تحليل استمارة استبيان لتحليل وتفسير المعلومات والبيانات التي تم أخذها من العينة المختارة من طلبة الجامعات الفلسطينية (جامعة الخليل، جامعة بيرزيت، جامعة النجاح الوطنية، الجامعة الإسلامية – غزة)، حيث تم اخيار عينة من كل جامعة (50) مفردة لتتشكل 200 عينة من مجتمع البحث، وتضم أسئلة استمارة الاستبيان محورين، وهي (الخصائص الديموغرافية، البيانات الأساسية).

العدد سبعة وأربعون
تاريخ الإصدار: 2 – أيلول – 2022م
www.ajsp.net
ISSN: 2663-5798

أولاً: الخصائص الديموغرافية

الرقم	المتغير	الفئة	التكرار	النسبة المئوية
1	النوع الاجتماعي	ذكر	79	%39.5
		أنثى	121	%60.5
	المجموع		200	%100
2	العمر	أقل من20سنة	18	%9
		أقل من 26 سنة	157	%78.5
		26- أقل من 32 سنة	11	%5.5
		32 سنة فأكثر	14	%7
	المجموع		200	%100
3	الحالة الاجتماعية	أعزب	129	%64.5
		متزوج	71	%35.5
		أرمل	0	%0
		مطلق	0	%0
	المجموع		200	%100
4	الجامعة	جامعة الخليل	50	%25
		جامعة بيرزيت	50	%25
		جامعة النجاح الوطنية	50	%25
		الجامعة الإسلامية – غزة	50	%25
	المجموع		200	%100
		دبلوم متوسط	20	%10

5	المؤهل العلمي	بكالوريوس	156	%78
		ماجستير	19	%9.5
		دكتوراه	5	%2.5
	الـمـجـمـوع		200	%100

الجدول رقم (1)

من خلال هذا الجدول الذي يوضح الخصائص الديموغرافية لعينة البحث (النوع الاجتماعي، العمر، الحالة الاجتماعية، الجامعة، المؤهل العلمي)، أن نسبة الأكبر من طلبة

الجامعات الفلسطينية الذين شملتهم الدراسة هم من الإناث وذلك بنسبة (60.5%)، كان نسبة الطلبة من الذكر هم الأقل بنسبة (39.5%).

أما من حيث العمر نجد أن الفئة العمرية (أقل من 26 سنة) من عينة البحث كانت أكبر فئة بنسبة (78.5%)، ومن ثم تليها الفئة العمرية (أقل من20سنة) بنسبة (9%)، وحازت الفئة (32 سنة فأكثر) على نسبة (7%)، وهذا يدلل على أن السواد الأعظم من طلبة الجامعات الفلسطينية هم من فئة الشباب من فئة (أقل من 26 سنة).

وبالنسبة للحالة الاجتماعية فكانت عينة البحث من طلبة الجامعات غالبيتهم غير متزوجين (أعزب) كأعلى نسبة بـ (64.5%)، والمتزوجين بنسبة (35.5%)، في حين لم يتم تسجيل أي حالة طلاق أو أرمل من بين المبحوثين.

ويوضح هذا الجدول أيضاً أن الباحثة قامت بتقسيم مجتمع البحث إلى أربعِ جامعات فلسطينية في شطري الوطن (الضفة الغربية وقطاع غزة) وقامت باختيار 50 عينة من كل جامعة ليكون المجموع 200 مفردة من عينة البحث، وشملت الجامعات التي كانت من مجتمع البحث (جامعة الخليل، جامعة بيرزيت، جامعة النجاح الوطنية، الجامعة الإسلامية – غزة).

وتوضح الأرقام في الجدول (1) أن غالبية الطلبة الذي هم في مرحلة البكالوريوس أعلى نسبة بـ (78%)، ومن ثم الدبلوم المتوسط بنسبة (10%)، أما من هم في مرحلة الماجستير كانوا بنسبة (9.5%)، في حين من هم في مرحلة الدكتوراه (2.5%).

ثانياً: البيانات الأساسية:

الجدول (2)

هل تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي؟:

المتغير	الـــفـــئـــة	التكرار	النسبة المئوية
1	نعم	176	%88
2	إلى حدٍ ما	23	%11.5
3	لا	1	%0.5
الـمـجـمـوع		200	%100

العدد سبعة وأربعون
تاريخ الإصدار: 2 – أيلول – 2022م
www.ajsp.net
ISSN: 2663-5798

في الجدول رقم (2) الذي يوضح مدى استخدام طلبة الجامعات الفلسطينية لمواقع التواصل الاجتماعي، يتبين أن السواد الأعظم من طلبة الجامعات الفلسطينية يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة (88%)، وهذا يتوافق تماماً مع دراسة (أبو صلاح، 2014) التي كشفت عن إقبال كبير من المبحوثين على استخدام شبكة التواصل الاجتماعي، حيث إن ما نسبته (89.8%) من المبحوثين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي.

في حين أن الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي (إلى حدٍ ما) وصلت نسبتهم (11.5%)، أما الذين لا يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي فقد أجاب مبحوث واحد بـ (لا) أي بنسبة (0.5%).

الرقم	المتغير	الفئة	التكرار	النسبة المئوية
1	سبب عدم استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي	لأنها تحتوي على العديد من الشائعات	1	%20
2		لا جدوى من المعلومات التي تحتويها بالنسبة لي	0	%0
3		ليس لدي فكرة لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي	1	%20
4		شبكات التواصل الاجتماعي مضيعة للوقت	1	%20
5		الوضع المادي لا يسمح بامتلاك الانترنت طوال الوقت	0	%0
6		بسبب ضغط العمل وكثرة الأعباء والمسؤوليات لديّ	1	%20
7		أخرى	1	%20
المجموع			5	%100

الجدول (3)

ما هو سبب عدم استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي؟

العدد سبعة وأربعون
تاريخ الإصدار: 2 – أيلول – 2022م
www.ajsp.net
ISSN: 2663-5798

في هذا الجدول الذي يتبع للجدول رقم (2) والذي يتضح بعد أن أجاب مبحوث واحد بـ (لا) في الجدول السابق (2) أوضح بأن سبب عدم استخدامه لمواقع التواصل الاجتماعي بأكثر من إجابة ومن أهمها أن هذه المواقع تحتوي على العديد من الشائعات وأنها مضيعة للوقت.

الجدول (4)

ما هي أكثر شبكات التواصل الاجتماعي استخداماً لديك؟

الرقم	المتغير	الفئة	التكرار	النسبة المئوية
1	أكثر شبكات التواصل استخداماً لديك	الفيسبوك	120	%60
2		تويتر	10	%5
3		انستغرام	12	%6
4		تيك توك	40	%20
5		واتساب	11	%5.5
6		سناب شات	3	%1.5
7		يوتيوب	2	%1
8		أخرى	0	%0
المجموع			199	%100

في الجدول رقم (4) من حيث أكثر شبكات التواصل الاجتماعي استخداماً لدى طلبة الجامعات الفلسطينية، حيث يتبين كما هو موجود في هذا الجدول أن أكثر المواقع استخداماً من قبل الطلبة هي (الفيسبوك) بنسبة (60%) حيث حازت على المرتبة الأولى، وهذه النتيجة تتطابق تماماً مع النتائج التي أفضت إليها دراسة (عيسى ط.، 2012) أن الفيسبوك هي الأكثر استخداماً بشكل عام من قبل المبحوثين.

ويتضح أيضاً أن التيك توك تأتي في المرتبة الثانية من حيث الاستخدام من قبل طلبة الجامعات الفلسطينية بنسبة (20%)، وتأتي في المرتبة الثالثة الانستغرام بنسبة (6%)، ومن ثم الواتساب (5.5%) كمرتبة رابعة، وتليها التويتر (5%).

العدد سبعة وأربعون
تاريخ الإصدار: 2 – أيلول – 2022م
www.ajsp.net
ISSN: 2663-5798

الجدول (5)

كم عدد الساعات التي تقضيها على الفيسبوك؟

الرقم	المتغير	الفئة	التكرار	النسبة المئوية
1	عدد الساعات	30د – ساعة	40	%20.1
2		ساعة – ساعتين	129	%64.8
3		ساعتين – ثلاثة	19	%9.5
4		ثلاثة – فأكثر	11	%5.5
المجموع			199	%100

في الجدول الذي يوضح عدد الساعات التي يقضيها الطلبة على مواقع التواصل الاجتماعي، يتبين أن أكثر الساعات هي من (ساعة – ساعتين) وذلك بنسبة (64.8%)، وهذه الفترة طويلة نسبياً، وكفيلة بأن تجعل الطلبة يتعرضون لكم ليس بالبسيط للشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي وبالتحديد الفيسبوك حول الشائعات الصحية المتعلقة بلقاحات كورونا وينجم عنها تأثيرات فكرية وسلوكية سلبية لديهم، ففي دراسة لـ (خالد و خطاطبة، 2017) أن قضاء ساعات طويلة في تصفح الفيسبوك يؤثر على شخصية الطالب بشكل سلبي.

ومن ثم تأتي عدد الساعات من (30 دقيقة – ساعة) في المرتبة الثانية بنسبة (20.1%)، أما من (ساعتين – ثلاثة) في المرتبة الثالثة بنسبة (9.5%)، في حين كانت في المرتبة الرابعة (ثلاثة – فأكثر) وذلك بنسبة (5.5%).

العدد سبعة وأربعون
تاريخ الإصدار: 2 – أيلول – 2022م
www.ajsp.net
ISSN: 2663-5798

الجدول (6)

برأيك ما هي أكثر مواقع التواصل الاجتماعي كانت نشراً للشائعات حول لقاحات كورونا؟

الرقم	المتغير	الفئة	التكرار	النسبة المئوية
1	أكثر شبكات التواصل نشراً لشائعات حول اللقاحات	الفيسبوك	138	%69.3
2		تويتر	5	%2.5
3		انستغرام	3	%1.5
4		تيك توك	48	%24
5		واتساب	0	%0
6		سناب شات	1	%0.5
7		يوتيوب	3	%1.5
8		أخرى	0	%0
المجموع			199	%100

في هذا الجدول حيث أجاب المبحوثين من الطلبة عن أكثر مواقع التواصل الاجتماعي كانت نشراً للشائعات حول لقاحات كورونا، وكما هو موضح أعلاه، يتبين أن (138) طالباً وطالبة من العينة أجاب أن (الفيسبوك) من أكثر المواقع نشراً للشائعات الصحية حول اللقاحات حيث حاز على المرتبة الأولى بنسبة (69.3%)، وهذه النتيجة تدعم النتيجة التي توصلت إليها دراسة (عصموني و أحمد، 2021) أن من بين مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر تداولاً للأخبار الكاذبة والزائفة بسرعة فائقة هو موقع الفيس بو ك، وهذا راجع لسهولة استخدامه وكثرة انتشاره، مما أدى إلى سيطرته على الطالب الجامعي، كما أصبحت مصدراً لانتقائه للمعلومات والحصول على الأخبار.

وجاء في المرتبة الثانية موقع (تيك توك) بنسبة (24%)، وموقع التيك توك هو حديث المنشأ وزاد الإقبال عليه بشكل كبير، ومع ظهور الشائعات حول لقاحات كورونا، باتت تلاحق طلبة الجامعات الفلسطينية أينما ذهبوا عبر تصفح التيك توك، ولهذا عكف العديد من العلماء حول العالم على توثيق عملهم في تطوير اللقاحات عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومنها التيك تيك، لمواجهة المعلومات المضللة المتفشية، ونشر تسجيلات مصورة على "تيك توك" و"تويتر" و"إنستغرام"، ترمي إلى "تبديد الغموض" الذي يكتنف هذا المجال من العلوم (باينز، 2020)، حيث لم يلتزم الناشرون للشائعات سواء عبر الفيسبوك أو التيك توك أو أية مواقع أخرى بالمسؤولية الاجتماعية المطلوبة منهم، والتي تتمثل بنقل الأخبار من مصادرها الرسمية وعدم أخذها من مصادر مجهولة، وتجنب إثارة البلبلة في صفوف الرأي العام.

العدد سبعة وأربعون
تاريخ الإصدار: 2 – أيلول – 2022م
www.ajsp.net
ISSN: 2663-5798

الرقم	المتغير	الـــفـــئـــة	التكرار	النسبة المئوية
1	مضمون الشائعات حول لقاحات كورونا	أن هذه اللقاحات تسبب العقم	54	%15.6
2		أن هذه اللقاحات تسبب الوفاة بعد عامين على أخذه	63	%18.2
3		أن أخذ هذه اللقاحات تسبب الجلطات الدماغية والقلبية	46	%13.3
4		تحول تفكير الأشخاص بأشياء وأوهام خيالية بعد أخذ اللقاح	23	%6.6
5		أنه بمجرد أخذ هذا المطعوم فإن الدول المتقدمة تتحكم بجسمك	26	%7.5
6		أن منتجي لقاحات كورونا يزرعون شريحة "النانو" في جسمك لأجل التتبع والتعقب	23	%6.6
7		أن جائحة كورونا واللقاحات المضادة لها هي أهداف ماسونية	27	%7.8
8		لقاحات كورونا هي ضمن نظرية المؤامرة الكونية على البشر	21	%6
9		أخذ اللقاحات تعمل على تغيير الحمض النووي (DNA)	33	%9.5
10		الشركات المصنعة للقاحات تهدف لتجربتها على البشر كحقول تجارب	29	%8.4
الـمـجـمـوع			345	%100

الجدول (7)

ما نوع مضمون الشائعات المتعلقة بلقاحات كورونا التي تم بثها عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

يبين هذا الجدول أن من أكثر المضامين التي كانت تحتويها الشائعات حول لقاحات كورونا هي أن "هذه اللقاحات تسبب الوفاة بعد عامين على أخذه" حيث كانت الأكثر تداولاً عبر مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة (18.2%)، ومن ثم تلتها "أن هذه اللقاحات تسبب العقم" بنسبة (15.6%)، في حين كان المضمون "أن أخذ هذه اللقاحات تسبب الجلطات الدماغية والقلبية" جاء بنسبة (13.3%)، و(9.5%) للمضمون الذي يتحدث عن "أخذ اللقاحات تعمل على تغيير الحمض النووي (DNA)"، وحاز المضمون "الشركات المصنعة للقاحات تهدف لتجربتها على البشر كحقول تجارب" على نسبة (8.4%).

وبهذا يكون الجدول قد أجاب على التساؤل الأول التي وضعته الباحثة وهو **ما نوع المضامين والمحتوى التي تعرض لها طلبة الجامعات الفلسطينية حول الشائعات المتعلقة بلقاحات كورونا؟**

العدد سبعة وأربعون
تاريخ الإصدار: 2 – أيلول – 2022م
www.ajsp.net
ISSN: 2663-5798

الرقم	المتغير	الفئة	التكرار	النسبة المئوية
1	أشكال المحتوى المتعلق بالشائعات حول لقاحات كورونا التي تم تداولها عبر الفيسبوك؟	تقرير فيديو	53	%19
2		تقرير مكتوب	48	%17.4
3		مقال علمي	56	%20
4		خبر	30	%10.9
5		برنامج تلفزيوني حواري	13	%4.7
6		برنامج إذاعي حواري	12	%4.3
7		صور	31	%11
8		تعليق	21	%7.6
9		مشاركة	11	%4
المجموع			275	%100

الجدول (8)

أشكال المحتوى المتعلق بالشائعات حول لقاحات كورونا التي تم تداولها عبر الفيسبوك؟

كما هو موجود في الجدول رقم (8) أن أشكال المحتوى المتعلق حول اللقاحات عبر مواقع التواصل الاجتماعي كانت تتم من خلال "مقال علمي" كما أجاب المبحوثين من الطلبة بنسبة (20%)، ومن ثم من خلال "تقرير فيديو" بنسبة (19%)، أما "التقرير المكتوب" كان بنسبة (17.4%).

الجدول (9)

كيف أثرت الشائعات حول لقاحات كورونا عليك من الناحية الفكرية والسلوكية؟

الرقم	المتغير	الـــفـــئـــة	التكرار	النسبة المئوية
1	تأثير شائعات لقاحات كورونا على الناحية السلوكية والفكرية	أثار لي الرعب والفزع	15	%6
2		شكلت عزوف عن أخذ اللقاح	59	%24.4
3		تحذير الأشخاص المحيطين في بيئتي من أخذ اللقاح	55	%22.8
4		ساورتني العديد من الشكوك حول مدى فعالية اللقاح	106	%44
5		أخرى	6	%2.4
الـمـجـمـوع			241	%100

وحول تأثير الشائعات الصحية على طلبة الجامعات الفلسطينية من الناحية الفكرية والسلوكية، يتضح كما هو موجود في هذا الجدول أن من أكثر التأثيرات التي حصلت على الطلبة هو الشكوك التي ساورتهم حول مدى فعالية اللقاحات، وذلك بنسبة (44%)، ومن ثم شكلت عزوف للبعض الآخر عن أخذ اللقاح بنسبة (24.4%)، بينما لجأ (22.8%) منهم إلى تحذير الأشخاص المحيطين من حولهم من أخذ اللقاح بعد تعرضهم للشائعات الصحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، في حين شعر (6%) من الطلبة بالرعب والفزع من المحتوى والمضامين لتلك الشائعات.

وفي دراسة توصلت إليها الباحث (محمد، 2021) أن الشائعات تدفع الأشخاص إلى سلوك فوري عند ظهورها بين المستخدمين، وأنه حين التعرض للشائعات فإن الارتباك والقلق ترافق أفراد العينة وتترك مخلفات نفسية.

وفي دراسة أخرى تؤكد تأثير الشائعات على الأفراد قام الباحثون بتحليل مجموعة من الأطر للأخبار الطبية على موقعي الجزيرة والعربية، وذلك على مدار سنة كاملة، من يونيو 2013 إلى يونيو 2014م للتعرف على الشائعات الصحية المتداولة في "العالم العربي وتأثير الإشاعات والأخبار الزائفة على مواقع الصحف الإلكترونية، حيث كشفت الدراسة إلى أن كثيراً من القراء والجمهور يتأثرون ويتداولون الأخبار، ويتجاوبون معها من خلال هذه المواقع؛ مما يؤدي إلى انتشار الإشاعات بين الجمهور بشكل كبير، وتصديقها، والتعامل معها. (Auter, Douai, Makady , & West, 2016)

وبعد تحليل نتائج هذا الجدول تكون الباحثة قد أجابت على التساؤل الثاني والتساؤل الثالث للبحث وهو **ما هي طبيعة التغيير الفكري والسلوكي بعد تعرض طلبة الجامعات الفلسطينية للشائعات حول لقاحات كورونا؟، وما مدى تأثير الشائعات الصحية حول لقاحات كورونا عبر الفيسبوك على طلبة الجامعات الفلسطينية؟**

العدد سبعة وأربعون
تاريخ الإصدار: 2 – أيلول – 2022م
www.ajsp.net
ISSN: 2663-5798

الجدول (10)

برأيك ما هي الأسباب التي أدت إلى نشر الشائعات حول لقاحات كورونا؟

يوضح الجدول السابق رقم (10) الذي أجاب عن التساؤل الأخير للبحث ألا وهو **ما هي أسباب نشر الشائعات المتعلقة حول لقاحات كورونا عبر الفيسبوك؟** وتكمن الإجابة هنا كما يبين هذا الجدول أن الأسباب التي أدت لنشر الشائعات المتعلقة بلقاحات كورونا حسب رأي أفرد العينة من طلبة الجامعات الفلسطينية، وكما هو موضح أعلاه أن من أسباب نشر الشائعات هو تنوع المعلومات وتشتت وفوضى في الأخبار حول اللقاح وذلك بنسبة (24%)، وأيضاً بسبب الغموض حول فيروس كورونا واللقاح بنسبة (14.6%)، وكذلك الجهل وعدم المعرفة الكافية حول فيروس كورونا واللقاح بنسبة (14%)، في حين السبب في وجود الدلائل والبراهين التي تدعم الشائعات بنسبة (9%)، ولا نغفل أيضاً أن رفض العديد من قادة الرأي والمثقفين من أخذ اللقاح كان سبباً في نشر الشائعات وفق رأي المبحوثين وذلك بنسبة (7.8%).

وحول أسباب نشر الشائعات بحسب (سلامة، 2020) هو بسبب الضبابية وعدم اليقين التي تلف الموضوع والذي بدوره خلق حالة من الرعب لدى الناس وهذا يدفع إلى تصديق الشائعات وبالتالي نشرها وتداولها.

ومن الأسباب التي تدفع بالشائعة للانتشار والتمدد بين الأفراد هو أن لها خصائص تميزها وهي أن الشائعات تزداد فعاليتها

الرقم	المتغير	الفئة	التكرار	النسبة المئوية
1	الأسباب التي أدت إلى نشر الشائعات	مقدار تعرض الجمهور لمواقع التواصل الاجتماعي	26	%7
2		بسبب الغموض حول فيروس كورونا واللقاح	52	%14.6
3		تنوع المعلومات وتشتت وفوضى في الأخبار حول اللقاح	85	%24
4		الجهل وعدم المعرفة الكافية حول فيروس كورونا واللقاح	50	%14
5		أنها أصبحت حديث الساعة عبر مواقع التواصل الاجتماعي	34	%9.5
6		وجود الدلائل والبراهين التي تدعم الشائعات	32	%9
7		سرعة انتاج اللقاحات الذي أدى إلى عدم الثقة بها	17	%4.7
8		رفض العديد من قادة الرأي والمثقفين من أخذ اللقاح	28	%7.8
9		مشاعر الخوف والقلق	14	%4
10		غياب الرقابة الإلكترونية على المحتوى	17	%4.7
المجموع			355	%100

أثناء الأزمات والكوارث الطبيعية وأيضاً الحروب وفق دراسة (المدني، 2017) حيث أنها تكثر عند شُح الأخبار الموثوقة التي تتحدث عن واقع أي قضية ويميل الناس إلى تصديقها.

النتائج:

1. غالبية طلبة الجامعات الفلسطينية يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة (88%)، في حين موقع الفيسبوك هو الأكثر استخداماً من قبل الطلبة بنسبة (60%)، ومن ثم (تيك توك) بنسبة (20%).
2. يقضي (64.8%) من طلبة الجامعات الفلسطينية ساعة إلى ساعتين أثناء تصفحهم لموقع الفيسبوك.
3. أجاب (69.3%) من الطلبة أن موقع الفيسبوك كان من أكثر المواقع الاجتماعية نشراً للشائعات الصحية حول لقاحات كورونا، بينما رأي (24%) من الطلبة أن (تيك توك) كان من أكثر المواقع نشراً للشائعات.
4. توصلت الباحثة إلى أن من أكثر المضامين التي كانت تحتويها الشائعات حول لقاحات كورونا أن "هذه اللقاحات تسبب الوفاة بعد عامين على أخذه" بنسبة (18.2%)، ومن ثم تلتها "أن هذه اللقاحات تسبب العقم" بنسبة (15.6%)، في حين كان المضمون "أن أخذ هذه اللقاحات تسبب الجلطات الدماغية والقلبية" جاء بنسبة (13.3%).
5. كشفت هذه الدراسة أن من أكثر أشكال المحتوى حول شائعات لقاحات كورونا كانت تتم من خلال "المقال العلمي" بنسبة (20%)، ومن ثم من خلال "تقرير فيديو" بنسبة (19%).
6. توصلت الباحثة في دراستها أن العديد من الطلبة ساورتهم الشكوك حول مدى فعالية اللقاح بنسبة (44%)، في حين (24.4%) تشكل لديهم العزوف عن أخذ اللقاح، نتيجة تعرضهم للشائعات الصحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
7. رأى (24%) من الطلبة أن من أكثر الأسباب التي أدت لنشر الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي هو تنوع المعلومات وتشتت وفوضى في الأخبار حول اللقاح، بينما رأى (14.6%) أنه بسبب الغموض حول فيروس كورونا واللقاح، في حين رأى البعض منهم أنه بسبب الجهل وعدم المعرفة الكافية حول الفيروس واللقاح بنسبة

التوصيات:

1. توصي الباحثة جميع صفحات مواقع التواصل الاجتماعي وبالتحديد الفيسبوك بضرورة الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية في نقلهم للمعلومات والأخبار وعدم أخذها من مصادر مجهولة وغير موثوقة.
2. ضرورة تفعيل الرقابة الإلكترونية وفرض العقوبات على مروجي الشائعات من قبل الحكومة الفلسطينية لحماية المجتمع الفلسطيني من خطر الشائعات الإلكترونية.
3. توعية المجتمع الفلسطيني حول كيفية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بشكل صحيح واستقاء المعلومات من المصادر الرسمية فقط، وإطلاق حملات التوعية الصحية الإلكترونية حول جائحة كورونا واللقاحات المضادة له.
4. توصي الدراسة بإجراء دراسات وأبحاث حول مدى استخدام طلبة الجامعات الفلسطينية لـ (تيك توك) ودوره في نشر الشائعات.

المصادر والمراجع:

المراجع العربية:

إبراهيم أحمد أبو عرقوب. (2003). أهداف الإشاعة. جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، صفحة 79. تاريخ الاسترداد 8 أبريل, 2022

أحمد حسن سلمان. (أيار, 2017). جامعة الشرق الأوسط، صفحة 1. تاريخ الاسترداد 8 أبريل, 2022

أحمد سلمان. (أيار, 2017). شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في نشر الشائعات من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى. جامعة الشرق الأوسط، الصفحات 392-393.

أسامة بن غازي المدني. (مارس, 2017). دور شبكات التواصل االجتماعي في ترويج الشائعات لدى طلاب الجامعات السعودية "تويتر نموذجاً". جامعة أم القرى – كلية العلوم الاجتماعية، صفحة 15. تاريخ الاسترداد 1 أيار, 2022

إنتصار موسى دعاك. (2018). الشائعات الإلكترونية وتأثيرها على الرأي العام – دراسة ميدانية على عينة من الجمهور السعودي بمنطقة جازان. كلية الآداب والعلوم الإنسانية، صفحة 2. تاريخ الاسترداد 10 أيار, 2022

إنجي لطفي عيسى. (2020). تقييم القائمين بالاتصال في المؤسسات الصحفية الورقية والمواقع الإلكترونية لآليات مواجهة الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي. المجلة المصرية لبحوث الإعلام، صفحة 312. تاريخ الاسترداد 10 أيار, 2022

بشرى الحمداني. (2014). تأليف بشرى الحمداني، القرصنة الإلكترونية أسلحة الحرب الحديثة (المجلد ط 1). عمان، الأردن: دار أسامة للنشر. تاريخ الاسترداد 16 آذار, 2022

بطرس الحلاق. (2020). الإعلام والحرب النفسية. دمشق: الجامعة الافتراضية السورية.

جان نويل كابفيرير. (2007). ظاهرة يصعب إداركها. تأليف جان نويل كابفيرير، الشائعات الوسيلة الإعلامية الأقدم في العالم (تانيا ناجيا، المترجمون، المجلد ط 1، صفحة 13). بيروت، لبنان: دار الساقي للنشر والتوزيع. تاريخ الاسترداد 8 أبريل, 2022

الجزيرة. (13 ديسمبر, 2021). فيسبوك تعلن تغيير اسمها إلى "ميتا". تاريخ الاسترداد 12 مارس, 2022، من الجزيرة: https://www.aljazeera.net

الراغب الأصفهاني. (2009). المفردات في غريب القرآن. مكتبة نزار مصطفى الباز .

رشا حجازي. (2018). تعامل الشباب مع الشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على إدراكهم للأمن الاجتماعي. المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان– العدد الرابع عشر، الصفحات 5-6.

رضا حمودة اكحيل. (26 أيار, 2015). الشائعات في المواقع الإخبارية الإلكترونية وتأثيرها في نشر الأخبار من وجهة نظر الصحفيين الأردنين. جامعة الشرق الأوسط، صفحة 25. تاريخ الاسترداد 10 أيار, 2022

رضا عيد اكحيل. (أيار, 2015). الشائعات في المواقع الإخبارية الأردنية وتأثيرها في نشر الأخبار من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين. جامعة الشرق الأوسط، صفحة 2. تاريخ الاسترداد 8 أبريل, 2022

رقاب محمد. (26 آب, 2021). الآثار النفسية والاجتماعية لترويج الشائعات عبر موقع " فايسبوك. المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي – جامعة عبد الحميد بين باديس، مستغانم المجلد 8 / العدد 2، صفحة 105. تاريخ الاسترداد 1 أيار, 2022

رقية عنتر. (8 ديسمبر, 2021). شائعات عن لقاحات كورونا.. 10 حقائق علمية. تاريخ الاسترداد 8 أبريل, 2022، من العين الإخبارية: https://al-ain.com/article/rumors-vaccines-coronavirus

سامي الشربيني. (2020). العلاقة بين الشائعات الإلكترونية واستقرار الأمن الفكري للشباب. مجلة دراسات في الخدمة الاجتماعية والعلوم الإنسانية– العدد 50، صفحة 386.

سامي محمد الشبريني. (أبريل, 2020). العلاقة بين الشائعات الإلكترونية واستقرار الأمن الفكري للشباب من منظور العلاج العقلاني الانفعالي السلوكي في خدمة الفرد. مجلة دراسات في الخدمة الاجتماعية ع50, ج2، الصفحات 355 – 396. تاريخ الاسترداد 10 أيار, 2022

سجود خالد، و إيمان خطاطبة. (2017). درجة وعي الشباب بأساليب استخدام مواقع التواصل الإعلامي الفيسبوك نموذجاً. جامعة النجاح الوطنية، صفحة 34. تاريخ الاسترداد 30 أبريل, 2022

سعد المشهداني. (2020). المنهج الوصفي. تأليف سعد المشهداني، منهجية البحث الإعلامي (المجلد ط 1، صفحة 312). العين، دولة الإمارات العربية المتحدة: دار الكتاب الجامعي. تاريخ الاسترداد 21 مارس, 2022

سعد سلمان المشهداني. (2020). مسح جمهور وسائل الإعلام. تأليف سعد سلمان المشهداني، منهجية البحث الإعلامي (المجلد ط 1، صفحة 319). العين، دولة الإمارات العربية المتحدة: دار الكتاب الجامعي.

سنابل سلامة. (16 أبريل, 2020). لماذا يلجأ الناس إلى تصديق الشائعات في الكوارث والأزمات؟.. كورونا مثالاً. تاريخ الاسترداد 1 أيار, 2022، من https://hafryat.com/ar/blog/

صفاء عباس إبراهيم . (2019). الإشاعة وأثرها على الفرد والمجتمع. مجلة البحث العلمي في الآداب العدد العشرون الجزء الثامن، الصفحات 1 – 24. تاريخ الاسترداد 10 أيار, 2022

صلاح محمد أبو صلاح. (10 ديسمبر, 2014). استخدامات طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباعات المتحققة – درسة ميدانية. الجـــامعــة الإسـلامية – غــزة، صفحة 142. تاريخ الاسترداد 30 أبريل, 2022

صورية عصموني، و فضيلة أحمد. (21 حزيران, 2021). مواجهة الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي لدى الطالب الجامعي في ظل أزمة كورونا (طلبة الإعلام والاتصال بجامعة أدار أنوذجاً). جامعة أحمد دراية أدرار، صفحة 80. تاريخ الاسترداد 1 أيار, 2022

الضلاعين وآخرون. (2014). نظريات الاتصال والإعلام الجماهيري. عمان: دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع.

طلعت عبد الحميد عيسى. (2 – 4 ديسمبر, 2012). استخدامات طلاب الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي في التوعية بالقضية الفلسطينية – دراسة ميدانية. المنتدى السادس للجمعية السعودية للإعلام والاتصال، صفحة 23. تاريخ الاسترداد 30 أبريل, 2022

طه عبد العاطي نجم. (2015). استمارة الاستبيان. تأليف طه عبد العاطي نجم، مناهج البحث الإعلامي (المجلد ط 1، صفحة 335). الإسكندرية، مصر: دار كلمة للنشر والتوزيع. تاريخ الاسترداد 10 أيار, 2022

عاطف العبد. (2006). الرأي العام وطرق قياسه. القاهرة: دار الفكر العربي.

عبد الرزاق الدليمي. (2016). نظرية حارس البوابة الإعلامية. تأليف عبد الرزاق الدليمي، نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرين (صفحة 143). عمان، الأردن: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع. تاريخ الاسترداد 4 أبريل, 2022

عبدالرازق الدليمي. (2015). الدعاية والشائعات والرأي العام ؛ رؤية معاصرة (المجلد 1). عمان: دار اليازوري العلمية.

عبدالرحمن الشاعر. (2015). الفيس بوك. تأليف عبدالرحمن الشاعر، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني (المجلد ط 1، صفحة 63). عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع. تاريخ الاسترداد 14 أبريل, 2022

علي القضاة. (2019). الرأي العام مفهومه، أنواعه، وطرق قياسه. عمان. تاريخ الاسترداد 21 آذار, 2022

فاطمة منصور فرج. (ديسمبر, 2021). دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر وتداول الشائعات المتعلقة بجائحة كورونا. مجلة جامعة سرت للعلوم الإنسانية(مركز البحوث والاستشارات بجامعة سرت)، صفحة 248. تاريخ الاسترداد 8 أبريل, 2022

كريس باينز. (24 أكتوبر, 2020). "تيك توك" لمواجهة "المعلومات المضللة المتفشية" حول لقاحات كورونا. تاريخ الاسترداد 1 أيار, 2022، من https://www.independentarabia.com/node/

محمد البشر. (2014). نظريات التأثير الإعلامي. الرياض: دار العبيكان.

محمد بن عائض التوم. (31 يناير, 2019). الشائعات في وسائل التواصل الاجتماعي : تويتر نموذجا. مجلة الشمال للعلوم الإنسانية،مج. 4، ع. 1، الصفحات 137 – 156. تاريخ الاسترداد 10 أيار , 2022

محمد سرحان المحمودي. (2019). أسلوب المسح (الدراسات المسحية). تأليف محمد سرحان المحمودي، مناهج البحث العلمي (المجلد ط 3، صفحة 51). صنعاء، الجمهورية اليمنية: دار الكتب.

مدى. (2021). وباء الشائعات والأخبار الزائفة حول كورونا على وسائل التواصل الاجتماعي. تاريخ الاسترداد 8 أبريل, 2022، من المركز الفلسطيني والحريات الإعلامية "مدى": https://www.madacenter.org/article/1624/

مراد كامل خورشيد. (2013). تأليف مراد كامل خورشيد، مدخل إلى الرأي العام (المجلد ط 3، صفحة 130). عمان، الأردن: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.

منذر عبد الحميد الضامن. (2006). مجتمع الدراسة. تأليف منذر الضامن، أساسيات البحث العلمي (المجلد ط 1، صفحة 160). عمان، الأردن: دار المسيرة للنشر والتوزيع. تاريخ الاسترداد 10 أيار, 2022

منظمة الصحة العالمية. (16 3, 2022). مرض فيروس كورونا (كوفيد-19): اللقاحات. تاريخ الاسترداد 18 3, 2022، من منظمة الصحة العالمية: https://www.who.int/ar/news-room/questions-and-answers/item/coronavirus-disease-(covid-19)-vaccines

منى إبراهيم فارح. (26 يوليو, 2021). الشائعات الإلكترونية عبر مواقع التواصل الاجتماعي أثناء جائحة كورونا المستجد. جامعة الإمام محمد بن السعود الإسلامية، صفحة 17. تاريخ الاسترداد 8 أبريل, 2022

هبه بدر أحمد. (2021). الحماية الإجرائية من الشائعات "دراسة تحليلية مقارنة". مجلة كلية الشريعة والقانون – العدد الثالث والعشرون، صفحة 1905. تاريخ الاسترداد 10 أيار, 2022

الهمص، شلدان. (يونيو, 2010). الأبعاد النفسية والاجتماعية في ترويج الإشاعات عبر وسائل الإعلام وسبل علاجها من منظور إسلامي. الجامعة الإسلامية-غزة، الصفحات 161-162.

المراجع الإنجليزية:

Auter, P. J., Douai, A., Makady , H., & West, C. (2016). “Circulating health rumors in the “Arab World”. the International Communication Gazette, vol. 78 (5), pp. 411 - 431. Retrieved May 1, 2022

Beins , B. C., & McCarthy, M. A. (2012). Simple random sampling. In B. C. Beins, & M. A. McCarthy, Research Methods and Statistics (p. 97). New Jersey, United States of America: Pearson Education, Inc. Retrieved May 10, 2022

Abstract:

The research deals with the impact of health rumors across Facebook on Palestinian university students (Corona vaccine as a model), By recognizing the type of Guaranteed and content that students were exposed to about rumors related to Corona vaccines, and the extent of their impact on them. The researcher used a questionnaire form (survey), and the sample included 200 From university students (Hebron University, Birzeit University, An-Najah National University, Islamic University - Gaza, and the research relied on the survey method based on the audience media survey, and **among the most prominent results** of the research is that “Corona vaccines cause death two years after taking it” by (18.2%), and that it “causes sterility” (15.6%), and that many students had doubts about the effectiveness of the vaccine by (44%), while (24.4%) were abstinence to take the vaccine, as a result of being exposed to health rumors through Social networking sites, and the researcher recommended the necessity for all social networking sites, Especially Facebook, to Commitment to social responsibility in conveying information and news and not to take it from unknown and unreliable sources.

Keywords: Impact, Health rumors, Facebook, Palestinian university students, Vaccine, Corona.