HNSJ Humanitarian & Natural Sciences Journal
ISSN: (e) 2709-0833
www.hnjournal.net
مجلة العلوم الإنسانية والطبيعية
مجلة علمية محكمة

عنوان البحث

دور وسائل الإعلام في مواجهة الشائعات لأزمة كورونا في المجتمع الأردني

راكان غازي عبد الله الفالح[1]

[1]طالب دكتوراه / جامعة منوبة / معهد الصحافة وعلوم الأخبار / تخصص علوم الإعلام والاتصال

Email : rakanalfaleh34@gmail.com

تاريخ القبول: 2020/10/28م تاريخ النشر: 2020/11/01م

المستخلص

هدفت هذه الدراسة الى التعرف على دور وسائل الإعلام في مواجهة الشائعات لأزمة كورونا في المجتمع الأردني وتمثلت مشكلة الدراسة في الانتشار الواسع لوباء كورونا حيث أصبح هذا الوباء حديث الساعة في وسائل الإعلام ووسائل التواصل الاجتماعي وقد شكل بيئة خصبة لانتشار الشائعات والمعلومات المغلوطة خصوصاً في ظل حاجة الناس إلى أي معلومة تخص الوباء وعلاجه. تكونت عينة الدّراسة من (274) فرداً يسكنون بالأردن. وجدت الدراسة ان للإعلام دور أساسي في تفعيل البرامج الصحية والتعليمية كالتعليم عن بعد، كما توصلت الدراسة الى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المتوسّطات الحسابية لاستجابات أفراد العينة على الأداة ككل تعزى للمتغيرات (العمر، المؤهل العلمي). وقد اوصت الدراسة بضرورة توعية المجتمع بمخاطر الشائعات عبر وسائل الإعلام والعمل على الحد منها ومحاسبة مرتكبيها.

الكلمات المفتاحية: وسائل الإعلام، الشائعات، أزمة كورونا، المجتمع الأردني

المقدمة :

تواجه مجتمعاتنا في الآونة الأخيرة، العديد من المخاطر جرّاء انتشار الشّائعات في وسائل الإعلام بصورة غير مسبوقة؛ وتمثّل الإشاعة عنصراً مهماً في نسيج كلّ ثقافة من الثقافات البشريّة, فهي وليدة مجتمعها وتعبر تعبيرا عميقا عن ظروفه النفسية والسيّاسة والاجتماعيّة والاقتصاديّة والثقافيّة والدينيّة.

وفي الوقت الحالي ومع تطور وسائل الإعلام الحديثة ، فالشائعة لم تعد فقط منطوقة، بل مكتوبة وتنشر عبر الصحف والمجلات والمواقع الإخبارية، وبالتالي فإنها تفوق أهمية الشائعة المنطوقة من حيث سرعة الانتقال والقابلية للتصديق والانتشار, فالشائعة تصل اليوم إلى الملايين خلال دقائق , وقد بات واضحًا أنّ انتشار الشّائعات عبر وسائل الإعلام بصورة واسعة في المجتمعات هو إحدى سمات عصر الثّورة التكنولوجيّة، وابتكار التّقنيات الاتّصالية الحديثة؛ لأن كلّ شيء يدور في هذا العالم الافتراضي يتمّ التعامل معه على أساس أنه معلومة بغض النظر عن صحّته أو خطئه، وإذا كانت مفيدة أو غير ذلك، كما أنّ المعلومة لم يعد إنتاجها حكرًا على جهة معيّنة أو شخص محدد يمتهن إنتاج المعلومات كالصّحفيين أو المؤسسات الإعلامية وفقًا لمعايير محدّدة، وفي ظلّ هذه الوفرة المعلوماتيّة واللامحدوديّة مصادرها، فإن مشكلةً شديدةَ التعقيد ظهرت حين أصبح من الصّعب على من يتلقى هذا الكمّ من المعلومات أن يميز الصحيح من الخطأ والجيد من الرديء والحقيقة من الإشاعة.(إكحيل , 2015)

إذ تعد الشائعات من أخطر الظواهر الاجتماعية وأشدها فتكاً بالواقع الاجتماعي والسياسي , ولعل السبب الرئيس الذي يقف وراء خطورتها على البناء الاجتماعي فقدانها للمصداقية مما يؤدي إلى اتخاذ قرارات وإجراءات خاطئة تصيب القدرات الفردية والوطنية وتعطل آلية اتخاذ القرار السليم , فتكاد تكون الشائعة وراء تنامي المظاهر السلبية ومظاهر العنف نتيجة لنقص المعلومات , وذلك لأن الأفراد في غمرة الأحداث يحاولون معرفة الحقائق ويترتب على نقص المعلومة أن يتخذوا من الشائعة حقائق ويتعاملوا معها على هذا الأساس ؛ فإن الشائعات تغير الحقائق وتؤدي إلى نتائج سلبية لا تقتصر على مجال معين أو نشاط محدد من مجالات وأنشطة المجتمع المختلفة .(حجاب , 2007)

وتأسيساً على ما سبق جاءت هذه الدراسة للتعرف على دور وسائل الإعلام في مواجهة الشائعات لأزمة كورونا في المجتمع الأردني .

مشكلة الدراسة

يعتبر الإعلام أهم وسيلة من وسائل التأثير الجماهيري، وقد لعبت دوراً كبيراً في حياة المجتمعات الإنسانية، فالإعلام ظاهرة اجتماعية قديمة أنشأت تطورت مع نشوء وتطور الجماعة البشرية لتتلاءم في النهاية، مع شكل المجتمع واحتياجاته، الأمر الذي تطلب وجود وسائل إعلام تستجيب لحاجات المجتمع، وتحقق الوظيفة الأزلية للاتصال, ويُعتبر وباء كورونا المستجد والذي أخذ بالانتشار الواسع في الدول والذي كان أول ظهور له في مدينة ووهان الصينية وأخذ ينتشر في أغلب الدول في العالم، كارثة تكمن في عدة زوايا، أولها عدم وجود لقاح له حتى الآن، وثانيها أن العدوى باتت تنتقل إلى دول وشعوب العالم، وثالثها أن الضحايا يتزايدون، ورابعها أن الاقتصاد العالمي قد ينهار تحت وطأة الفيروس إذا تحول إلى وباء عالمي , وبالتالي فقد أصبح هذا الوباء حديث الساعة في وسائل الإعلام ووسائل التواصل الاجتماعي وقد شكل بيئة خصبة لانتشار الشائعات والمعلومات المغلوطة خصوصاً في ظل حاجة الناس إلى أي معلومة تخص الوباء وعلاجه , لهذا فقد تمحورت مشكلة الدراسة في الإجابة عن الأسئلة الآتية:

– ما دور وسائل الإعلام في مواجهة الشائعات لأزمة كورونا في المجتمع الأردني ؟

– هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات تقديرات أفراد العينة لدور وسائل الإعلام في مواجهة الشائعات لأزمة كورونا تبعاً للمتغيرات التالية (الجنس , المؤهل العلمي , العمر)؟

فرضيات الدراسة

بناءاً على أسئلة الدراسة تم صياغة الفرضيات الآتية :

– لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) لدور وسائل الإعلام في مواجهة الشائعات لأزمة كورونا في المجتمع الأردني .

– لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات تقديرات أفراد العينة لدور وسائل الإعلام في مواجهة الشائعات لأزمة كورونا تبعاً للمتغيرات التالية (الجنس , المؤهل العلمي , العمر).

أهداف الدراسة

تسعى الدراسة لتحقيق الأهداف الآتية :

– التعرف على دور وسائل الإعلام في مواجهة الشائعات لأزمة كورونا في المجتمع الأردني .

– التعرف على دلالات الفروق الإحصائية في تقديرات أفراد عينة الدراسة لدور وسائل الإعلام في مواجهة الشائعات لأزمة كورونا في المجتمع الأردني .

– تقديم بعض التوصيات التي تسهم في الحد من انتشار الشائعات في المجتمع الأردني .

أهمية الدراسة

تكمن أهمية الدراسة من كونها:

- من أهمية الموضوع الذي ستتناوله وهو دور وسائل الإعلام في مواجهة الشائعات لأزمة كورونا في المجتمع الأردني .
- تعتبر هذه الدراسة تغذية راجعة يستفيد منها الباحثين في موضوع الدراسة , بالإضافة إلى المساعدة في الحد من انتشار الشائعات في المجتمع .
- كما تبرز أهمية الدراسة من كونها من الدراسات العربية القليلة في المملكة الأردنية الهاشمية, على حدّ علم الباحث.

حدود الدراسة:

يمكن تعميم نتائج الدراسة الحالية في ضوء المحددات التالية :

الحدود الموضوعية : اقتصرت الدراسة على التعرف على دور وسائل الإعلام في مواجهة الشائعات لأزمة كورونا في المجتمع الأردني .

الحدود البشرية: تكونت عينة الدراسة من أفراد المجتمع الأردني .

الحدود المكانية: المملكة الأردنية الهاشمية .

الحدود الزمانية : تم إجراء الدراسة خلال الفصل الأول من العام الدراسي 2020 م.

مصطلحات الدراسة :

وسائل الإعلام : وهي كل الوسائل الرقمية التي تشترك في سمة واحدة انها وسائل ترتبط بشبكة الانترنت، وقد تعددت تصنيفات ومسميات هذه الظاهرة لدى المهتمين والمتخصصين في مختلف المجالات، اذ اطلقوا عليها، الإعلام الجديد، والإعلام البديل، والإعلام الاجتماعي، وغيرها من التسميات والتي تعبر عن ظاهرة تقنية جديدة تشمل الشبكات الاجتماعية الافتراضية والمدونات والمنتديات الالكترونية والمواقع الالكترونية لوسائل الإعلام التقليدية والمجموع كانت على مواقع الفيس بوك او اليوتيوب وغيرها من الاشكال الرقمية (مصطاف ونوشي, 2010)

الشائعات : ترويج لمعلومة لا أساس لها من الواقع، وتعتمد على المبالغة أو التشويه في إطلاق خبر أو معلومة بأسلوب مغاير بقصد التّأثير النفسي على الرأي العام المحلّي أو العالميّ لتحقيق أهدافٍ اقتصاديّة أو سياسيّة أو اجتماعيّة وغيرها. (الكرناف، 2014)

أزمة كورونا : وهي الأزمة التي نتجت عن تفشي فايروس كورونا Covid – 19 في العالم أجمع التي تسبب اعتلالات تتنوع بين الزكام وأمراض أكثر وخامة، وتشمل الأعراض الشائعة للعدوى أعراضًا تنفسية والحمى والسعال وضيق النفس وصعوبات في التنفس , والتي أثرت في جميع القطاعات التعليمية والاقتصادية والاجتماعية والصحية في معظم دول العالم . (منظمة الصحة العالمية , 2020)

الإطار النظري والدراسات السابقة

وسائل الإعلام

وعند التطرق للمدلول اللغوي لكلمة إعلام نجد أنها تعني" القيام بنشر معلومات الغاية منها إفادة المطلعين عليها وإيقافهم على معارف أو حقائق أو مواقف "أما وسائله فهي كثيرة لا تكاد تحصى منها :الصحف وجميع أنواع النشرات والدوريات والإذاعة والتليفزيون والانترنت والسينما والمسرح والخطابة والمحاضرات ... الخ، وكل نوع يوجه إلى فئة من الناس ويعرض بطريقة موافقة للمستوى الذي يوجه إليه . (شعبان, 2005)

ومن أبرز وسائل الإعلام ما يأتي :

1- الإذاعة :

وتعد من أهم الوسائل الإعلامية المؤثرة في تغيير التوجهات لدى الأفراد , وتمثل أداة الاتصال الجماهيري لاستطاعتها اجتياز الحواجز الجغرافية والثقافية والسياسية , وتمتاز بالسبق الإخباري , وبالرغم من أن الكلمة المكتوبة تتمتع بصدى قوي , إلا أنها سهلة المراقبة , لذا الإذاعة ذات قوة في التأثير على سلوك الناس وتوجهاتهم . (عبد الحميد , 2013)

2- **الصحافة :**

تعد الصحافة وظيفة سامية تهدف لتوجيه وإرشاد المجتمع عن طريق وسائل النشر المختلفة سواء التقليدية أو الحديثة , وتتناول مواضيع مختلفة لا تقتصر على نشر الأخبار فقط , وإنما تتعدى في ذلك مكملات الأخبار , فتغطي كافة الميادين والمجالات التي تهم الناس على اختلاف فئاتهم .(أبو عرقوب , 2012)

3- **التلفزيون :**

ويعد التلفزيون أقوى وسيلة إعلام قادرة على شد انتباه الجمهور وإبهارهم والتأثير عليهم , فهو يحمل بين طياته مزايا الإذاعة الصوتية (الراديو) ومزايا السينما من حيث الصورة واللون ومزايا المسرح من حيث الحركة والحيوية التي يتمتع بها , كما أن الفرق بين الإذاعة والتلفزيون أن الراديو يعتمد على النصوص المكتوبة والتي تتم قراءتها , بينما التلفزيون يعتمد على سلسلة من الحوارات بالإضافة للصورة التي يعرضها , وقد اهتمت الحكومات والقطاعات المختلفة بالتلفزيون كأحد الوسائل الإعلامية التي يمكن بواسطتها التأثير في سلوكيات واتجاهات الجمهور .(العنزي, 2014)

4- **وسائل التواصل الاجتماعي**

وهي عبارة عن خدمة مقدمة عبر شبكة الإنترنت , تسمح للأفراد ببناء ملفات تعريف شخصية , و اختيار الأفراد الذين يشتركون معهم في الإتصال , وتشكيل مجموعات ذات قواسم و اهتمامات مشتركة , و في اطارها تتشكل علاقات الكترونية متداخلة بين الأفراد و الجماعات , يتم من خلالها تبادل الأخبار و المعلومات و الصور و مقاطع الفيديو و التعليقات و الآراء . (boyed , 2007)

و تتيح هذه الشبكات للمنتسبين لها التعرف على بعضهم البعض بشكل كبير , وذلك من خلال التعرف على مهاراتهم و اهتماماتهم و

ميولاتهم و خلفياتهم العلمية و الاجتماعية , و يمكن إنشاء مثل هذه الشبكات للجهات و المؤسسات المختلفة لتجمع أفرادها تحت مظلتها , ومن أشهر الشبكات الاجتماعية : شبكة الفيسبوك , اليوتيوب , الواتس آب . (المري و خليل , 2014)

الشائعات

تخلقُ ظاهرة الإشاعات الضرر على كافّة أفراد المجتمع بشتى فئاته، وتشكّل ضغطاً اجتماعيّاً مجهول المصّدر يحيطه الغموض والإبهام، وتحظى من قطاعات عريضة بالاهتمام ويتداولها الناس لا بهدف نقل المعلومات بل للتحريض والإثارة وبلبلة الأفكار، وتعتبر الإشاعات من أخطر وأفتك الأساليب المستخدمة في التأثير على المجتمع واستقراره ولذلك تندس بطريقة أشبه بالسحر وسط الجماهير، ولأنّه من الصّعب معرفة مصدرها بالإضافة إلى أنّ ضحاياها يسمعون من أصدقائهم ممّا يعطيها صورة الخبر الصادق بل أنّ أغلب ضحاياها يكونون هم أنفسهم مروجيها. (الهماش، 2013)

وتعرّف الإشاعة بأنّها ترويج لمعلومة لا أساس لها من الواقع، وتعتمد على المبالغة أو التشويه في إطلاق خبر أو معلومة بأسلوب مغاير بقصد التّأثير النفسي على الرأي العام المحلّي أو العالميّ لتحقيق أهدافٍ اقتصاديّة أو سياسيّة أو اجتماعيّة وغيرها. (الكرناف، 2014)

وتُعرّف بأنّها كل خبر مقدّم للتصديق يُتداول من شخصٍ لآخر دون أن يكون له معايير أكيدة للصدق، فهي بثّ خبر من مصدر ما في ظروف معينة ولهدف يريده المصدر دون علم الآخرين وهي الأحاديث والأقاويل والأخبار التي يتناقلها النّاس دون إمكانية التحقق من صحتها أو كذبها، فالشّائعات تنتقل وتنتشر كلّما ازداد الغموض ونقصت المعلومات حول الأخبار التي تنشرها هذه الإشاعات. (Crescimbene, 2012)

تصنيف الإشاعات

الإشاعات عبر وسائل الإعلام تبعاً للهدف إلى ما يأتي:

أولاً: الإشاعات المقصودة (المتعمدة):

وهي الأخبار أو المحتوى اللذان يتمّ نشرهما مع علم القائمين عليها بأنّها خاطئة وبعيدة تماماً عن الصّدق، وتكون هذه الإشاعات عادةً لها أهداف محدّدة ترتبط بطبيعة الإشاعة كالتّرويج لمنتج أو فكرة معيّنة عن طريق وسائل الإعلام كآليّة تسويقيّة مبتكرة أو التّشويش وإساءة السّمعة عن طريق تزييف الحقائق.

ثانياً: الإشاعة غير المقصودة (غير المتعمدة)

وهي الإشاعة التي يتمّ نشرها عن ضعف المعرفة والخبرة وتنتشر بشكل غير متعمّد، وتنتشر عادةً نتيجةً للتسرع وعدم التّحقق من مصدر المعلومة أو الاقتباس الجزئي لتلك المعلومات. وقد قسّمت الإشاعات تبعاً لسرعة الترويج والانتشار عبر وسائل الإعلام إلى:

- إشاعات بطيئة تستغرق وقتًا طويلًا لنشرها، وهي تكون صعبة التصديق.
- إشاعات سريعة تتّسم بالسّرعة الكبيرة، وهي تحدث عادةً في الأمور والموضوعات التي يتوقع من الجمهور متابعتها وسهولة تصديقها. (Rand & Rust،2013)

وتصنّف الإشاعات تبعاً لنطاق ومستوى انتشارها إلى:

- إشاعات شخصيّة: وهي التي يطلقها الأشخاص أنفسهم؛ لتحقيق مكاسب شخصيّة.

- إشاعات محليّة: وهي التي تتعلّق بقضيّة معيّنة في دولة أو مجتمع معين.
- إشاعات قوميّة: تتمحور حول قضايا قوميّة عامة وأزمات سياسيّة أو اجتماعيّة أو اقتصاديّة للدول وتستهدف بالأساس انهيار الدولة وإحداث الضرر بها.
- إشاعات دوليّة: وهي الشّائعات المنتشرة بخصوص الأزمات الدوليّة. (Rovastros & Serrano، 2013)

وصنّف نيكوفي وموريينو (N'kofi & Moreno، 2016) الإشاعات عبر وسائل الإعلام إلى:

- إشاعات سياسيّة: وتعمل على توجيه الشّباب والرّأي العام نحو اتّجاه أو شخصيّة سياسيّة معيّنة، وعادةً تلاقي رواجاً كبيراً بين أفراد المجتمعات.
- إشاعات اجتماعيّة: تهدف إلى تغيير قيم مجتمعيّة وغرس قيم ومبادئ أخرى بديلة تبعاً للتّقدم ومقتضيات العصر.
- إشاعات اقتصاديّة: تهدف للترويج إلى منتجات معيّنة أو التّشهير بأخرى موجودة بالفعل.

تأثير الإشاعات عبر وسائل الإعلام على المجتمع:

لقد باتت وسائل التّواصل الاجتماعي إحدى الأدوات التي يتم استخدامها في نشر الإشاعات، وتعتبر أداة فاعلة ومؤثرة في صياغة الإشاعة وانتشارها في المجتمع فتؤثّر سلباً في الاقتصاد، وقد تؤدي إلى انهياره في بعض المجتمعات، كما تؤثّر في المجتمع وذلك لتشابك الأوضاع الاجتماعية في العصر الحديث إذ يمكنها النّيل من استقرار وأمن وسلامة المجتمع وينتج عنها بثّ روح الانهزام والطاقة السلبيّة في المجتمع وتنتقل عبر المجالات الاقتصاديّة والسّياسية؛ فيؤدي إلى انخفاض الرّوح المعنوية للأفراد فتخفض من إنتاجهم وأدائهم؛ وإنّ آثارها على المجتمع تبرز في عدد من المجالات وخاصّة الاقتصاديّة الذي يتصل بمجال رفاهية الفرد، والخطير في الأمر أنّ الإشاعات تنتشر هذه الأيام بسهولة كبيرة جداً ليس بفعل التّطورات التكنولوجيّة فحسب، بل لأنّ الأحداث والتطورات المتصاعدة التي تشهدها المنطقة من حولنا تجعل من الأكاذيب بيئة خصبة للنمو والتكاثر خاصةً إذا استهدفت الإشاعة رجالات سياسية مهمة أو أمراضًا وأوبئة معينة وغيرها من الأمور التي لا تنفصل عن الأمور الحياتية لأفراد المجتمع، وهذا قد يسبب انهيارات لبعض المجتمعات وتفككات في بعض الدول. (المدني، 2016)

أثر الإشاعات على المجتمع الأردني:

لعبت المواقع الإلكترونيّة ووسائل الإعلام دوراً فاعلاً في التّرويج للإشاعات السّياسية والاقتصاديّة في الأردن. تتنوع الإشاعات وتتباين موضوعاتها، ولقد ساعد على انتشار الإشاعات غياب الفهم الحقيقيّ للغة الحوار والإقناع في هذا المجتمع الذي سادت به لغة الشك بفعل المعلومات المضلّلة التي تنتشر هنا وهناك، وقد غدت الإشاعات واحدة من المظاهر اللافتة في المُجتمع الأردني مؤخرًا، يغذيها الأفراد عبر وسائل الإعلام الحديثة وأبرزها مواقع التّواصل الاجتماعي أو من قِبل بعض وسائِل الإعلام الإلكتروني، والإشاعات واحدة من أدوات الحرب النفسية وأداة من أدوات زعزعة المجتمعات، وخلخلة بنيانها ونزع الثقة بين المواطنين ومؤسّسات الدولة، وعلى الرّغم من التحذيرات المتتالية من أجهزة عديدة في الدولة إلا أنّ الإشاعة لا تزال تجد بيئة خصبة يحاول أعداء الأردن استغلالها للإضرار بالمجتمع الأردني.(المومني، 2011)

جائحة الكورونا (كوفيد – 19) والإشاعات في المجتمع الأردني

انتشر نوع جديد من الوباء اليوم، والعالم يعيش أزمة التّعامل مع واحد من أخبث الأمراض وهو الناتج عن الإصابة بفيروس كورونا كوفيد 19، وتعتبر الأزمات والحروب في علم الدعاية والإشاعة بيئة خصبة لناشري الإشاعات المغرضة وما نراه محليّا في أزمة الكورونا العالميّة والتي لم تستثني الأردن منها، يستدعي من أصحاب العقول النّيرة والخبراء المتخصصين في الإعلام والصحافة الوقوف بكل حزم وجدية لمواجهة كل الإشاعات التي هدفها زعزعة الأمن الاجتماعي وإرباك خطط مواجهة الكورونا. وتلك

الإشاعات التي تعمل على زعزعة ميزان الأمن الاجتماعي في الدّولة، والتشويش على التّوجهات والقرارات الحكومية التي من شأنها خدمة الوطن والمواطن فقد سال سيل من الإشاعات أخذت منحنى تهويل وترهيب المواطنين من خلال صور نشرتها عدد من المواقع الإخبارية الإلكترونيّة، وبعض نشطاء ورواد مواقع التّواصل الاجتماعي، وتبين أنّ معظم هذه الصّور تعود لوقائع حدثت في إحدى الدول العربية، حيث لم تتبع وسائل الإعلام ونشطاء التّواصل الاجتماعي أدنى أسس ومعايير النشر ودقة المعلومات من مصادرها الصّحيحة. مثل هذه السلوكيات الفوضوية والعشوائيّة التي تلحق الضرر بالمجتمع كامل، والتي قد تُحبط المجتمع بأكمله، وقد تؤدّي إلى انتشار هذا الفايروس بشكل أوسع؛ لأنّ ما يروجه أصحاب الإشاعات قد ينفي وجود المرض، وبالتّالي عدم اتخاذ التدابير الوقائية من قبل المجتمع للوقاية منه، وللأسف انتشرت العديد من الإشاعات وتمّ تداولها بشكل كبير في المجتمع وتمّ مجابهتها وتكذيبها من قبل الحكومة ومحاسبة مطلقيها. (الكعابنة، 2020)

ثانياً : الدراسات السابقة

أجرى مركز دراسات اللاجئين والنازحين والهجرة القسرية (2020) دراسة هدفت إلى التعرف إلى أثر الشائعات على المجتمع الأردني في ظل أزمة كورونا , أجريت الدراسة الاستقصائية على عينة ضمّت معظم محافظات المملكة , وجاءت نتائجها على النحو الآتي : أن ٥٥,٩٪ من الأفراد يأخذون الشائعات على محمل الجدّ، قبل أن يتم تأكيدها من قبل الجهات الرسمية المعنية بذلك؛ مما يؤثّر سلبًا على روحهم المعنوية , وأن ما نسبته ٣٣,٩٪ من الأفراد يعتمدون على المعلومات المرتبطة بوباء الكورونا من خلال الإعلام ووسائل التواصل , وخلصت الدراسة إلى مدى توغل الشائعة في المجتمع وتأثيرها على نسبة كبيرة منه؛ مما يؤدي إلى إلقاء مزيد من العبء على أصحاب القرار في ضبط الأمور، لا سيما في هذه الظروف العصيبة التي يمر بها الأردن، وما قد تلحقه من ضرر بآليات معالجة الأزمة، وكذلك تؤكد الدراسة انتشار حالة اللاوعي بخطورة نشر الإشاعة والتعاطي بها في زمن الكورونا.

أجرى التوم (2019) دراسة هدفت إلى تحديد مضمون الشائعة، وأنواعها، وأسلوبها، وأغراضها، والمستهدفين منها في المملكة العربية السعودية، من خلال الاعتماد على التويتر كأحد وسائل التواصل الاجتماعي، تم استخدام المنهج الكمي والكيفي من خلال استخدام أسلوب تحليل المضمون لمجموعة تغريدات التي تم تحديدها من قبل الباحث وهي (62) تغريدة خاصة لحساب هيئة مكافحة الإشاعات، توصلت نتائج الدّراسة إلى أنّ مضمون الشّائعة يأخذ أشكالاً وأنواعاً متعدّدة، ترتبط غالباً بطبيعة الظّروف والمواقف التي تظهر فيها، وتكون موجّهة إلى أفراد ورموز مجتمعيّة أو جماعات أو حركات أو تنظيمات أو مجتمعات تربطهم عوامل معيّنة كالعِرق والدّين أو قضيّة تمثل رابطاً بينهم، بالإضافة إلى تعدّد الأغراض من الشّائعة من تأجيج المجتمع ضد الدولة، تأجيج العاطفة الدينيّة، زعزعة الأمن. كما تنوعت الشّائعات ما بين الشّائعات الدينيّة، الشّائعات الاجتماعية، الشّائعات السّياسية، الشّائعات الأمنيّة، وأخيرًا الشّائعات العلميّة. كما تنوع أسلوب الشّائعات على الترتيب؛ أسلوب الاستفزاز،يليه أسلوب التّخويف، أسلوب الاستغلال، وأخيراً أسلوب السّخرية، وأنّ أكثر المستهدفين الدّولة ثم العرب.

وأجرى وكال (2018) دراسة هدفت إلى التّعرف على دور شبكات التّواصل الاجتماعي في نشر الشّائعات من وجهة نظر المجتمع الجّزائري والتّعرف على درجة نشر الشّائعات على شبكات التّواصل الاجتماعي ومعرفة الشّبكة الأكثر تعثراً لهذه الظاهرة، وتطرّقت الدّراسة أيضاً إلى الحلول والمعالجات المقترحة؛ لمواجهة ظاهرة انتشار الشّائعات في مواقع التواصل الاجتماعي، ولتحقيق أهداف الدّراسة استخدم الباحث المنهج الوصفي، وقام بإعداد استبانة تمّ تطبيقها على (60) شخصاً من المجتمع الأصلي، وتوصّلت الدّراسة إلى نتائج أبرزها أنّ درجة نشر الشّائعات في مواقع التواصل الاجتماعي جاء بدرجة متوسطة، كما حازت شبكة الفيسبوك على المرتبة الأولى بين أكثر الشّبكات التي شغلتها العينة وبينت نتائج الدّراسة أيضاً أنّ أهمّ أسباب نشر الشّائعات على مواقع التواصل الاجتماعي هو سهولة إنتاج المعلومات ونشرها على تلك الشبكات.

كما أجرى الهواري (2018) دراسة هدفت إلى التّعرف على أثر الإشاعة عبر مواقع التواصل الاجتماعي على حدوث العنف في المجتمع الأردنيّ من وجهة نظر المعلمين في محافظة الكرك، والتّعرف على درجة ثقافة المعلمين في محافظة الكرك بالمعلومات التي تنتشر على مواقع التواصل، بالإضافة إلى التعرف على أسباب استخدام وسائل التواصل الاجتماعي من وجهة نظر المعلمين، التعرف على أسباب انتشار الإشاعة عبر مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر المعلمين في محافظة الكرك، بالإضافة إلى الآثار الناجمة عن الإشاعة عبر مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر المعلمين في محافظة الكرك، ومعرفة الفرق بين المبحوثين تبعاً للمتغيرات الآتية: (النّوع الاجتماعي، الدرجة العلمية، العمر، الخبرة..) واستخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي في هذه الدّراسة، تكون مجمع الدّراسة من جميع معلمي المدارس الحكومية الثانوية في محافظة الكرك البالغ عددهم حسب إحصائيّات مديريّة التّربية والتعليم في محافظة الكرك لعام 2017م (2398) معلماً ومعلمة، تمّ اختيار عينة عشوائية تناسبية بين مجتمع الدّراسة بلغ حجمها (288) معلماً ومعلمة، وتوصّلت الدّراسة إلى النتائج الآتية: أنّ استخدام وسائل التّواصل الاجتماعي لمعرفة الأخبار والأحداث المحلّيّة والعالمية وقت حدوثها، إن من أسباب انتشار الإشاعة: نقص الرقابة على المعلومات التي نشرها، وسهولة النشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي، سهولة انتشار مواقع غير حقيقية عبر وسائل التّواصل الاجتماعي, وإنّ أبرز الآثار النّاجمة عن الإشاعة: اضطراب العلاقات الاجتماعية وتضليل الرأي العام وإغراقه في أحاديث لتحويل انتباهه عن الحقائق وارتفاع معدلات العنف المجتمعي وضعف الثقة بالآخرين.

وأجرى سلمان (2017) دراسة هدفت إلى التّعرف على دور شبكات التّواصل الاجتماعي في نشر الشّائعات من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالي، من خلال التّعرف على درجة نشر الشّائعات على شبكات التّواصل الاجتماعي ومعرفة الشّبكة الأكثر نشراً للشّائعات على تلك الشّبكات، و تناولت أيضاً الحلول والمعالجات المقترحة لمواجهة هذه الظاهرة، ولتحقيق أهداف الدّراسة استخدم الباحث المنهج الوصفي، وتكوّنت عينة الدّراسة من (352) مبحوثاً من أعضاء هيئة التّدريس في جامعة ديالي، و كان من أبرز نتائج الدّراسة أنّ درجة نشر الشّائعات على شبكات التواصل الاجتماعي جاءت بنسبة متوسطة، وحازت شبكة الفيسبوك على المرتبة الأولى بين أكثر الشبكات نشراً للشائعات، وأنّ أبرز مواضيع الشّائعات على شبكات التّواصل الاجتماعي هي الشّائعة السّياسية و الشّائعة الاجتماعيّة، وبيّنت نتائج الدّراسة أن من أهمّ أسباب نشر الشّائعات على شبكات التّواصل الاجتماعي هو سهولة إنتاج المعلومات ونشرها على تلك الشّبكات.

وأجرى المدني (2016) دراسة هدفت إلى التعرف على دور شبكة التّواصل الاجتماعي "تويتر" في نشر الشّائعات بين طلاب الجامعات السّعودي، بالإضافة إلى دراسة الطّرق المحتملة لاستخدام الشّباب لشبكة التّواصل الاجتماعي" تويتر" في نشر الشّائعات، والتّعرف على مصادر الشّائعات المنتشرة على شبكات التّواصل الاجتماعي " تويتر" استخدام الباحث منهج المسح بالعينة، واعتمد الباحث الاستبيان كأداة للدّراسة في الحصول على المعلومات والبيانات، وأجريت الدّراسة على عينة عمرية قدامها (400) مفردة موزعة على جامعتي (أم القرى بمكة المكرمة وجامعة الملك عبد العزيز بجدة). وتوصّلت الدّراسة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس اتجاههم نحو الشّائعات تبعاً لاختلاف الجامعة (أم القرى، الملك عبد العزيز) وأثبتت الدّراسة أيضاً وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس اتجاهاتهم نحو الشّائعات تبعاً لاختلاف دوافع التعرض لشبكة "تويتر".

كما قام زهونج (**Zhunag**, 2018) بدراسة هدفت إلى التّعرف على أزمة الاتّصال أثناء الكوارث، وكيفيّة الاستجابة للإشاعة أثناء الكوارث، واستخدمت الدّراسة منهج دراسة الحالة لأزمتين هما: الإعصار الرملي عام 2012 والتفجير أثناء مارثون بوسطن 2013، توصّلت الدّراسة إلى النتائج الآتية: 86% استجاب للإشاعة بإعادة نشرها، وأن 9% يبحث عن تأكيد الإشاعة أو نفيها، و10%

لديهم شك بصحة المعلومات التي تضمنتها الإشاعة و 10% حذف التغريدة ولم يعيد نشرها، 78% استقبل الإشاعة دون إعادة نشرها.

وقام ثون (**Thoene, 2015**) بدراسة هدفت إلى فحص تأثير شبكات التّواصل الاجتماعي خاصة " الفيس بوك وتويتر" على انتشار الإشاعات بين طلاب الجامعات ن خلال استخدام المنهج التحليلي الوصفي ، و قد توصلت الدّراسة من خلال التحليلات إلى النتائج الآتية: ظهرت علاقة موجبة ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.05) بين تكرار التعرض لشبكات التواصل الاجتماعي والتأثر بالإشاعات لصالح التعرض لأعلى.

التعقيب على الدراسات السابقة

توصّل الباحث بعد الإطلاع على الدراسات السابقة العربية و الأجنبية الخاصة في الموضوع على أن أغلبية الدراسات تناولت تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على نشر الإشاعات ومدى تأثيرها على المجتمع , وقد استفادت هذه الدّراسة من الدّراسات السابقة بإثراء الأدب النظري المتعلّق بدور وسائل الإعلام في مواجهة الشائعات المجتمع الأردني، والمساعدة في تحديد منهج الدّراسة المناسب و صياغة مشكلة الدّراسة و نوع المعالجة الإحصائيّة المستخدمة, وما يميّز هذه الدّراسة عن الدّراسات السّابقة الأخرى في كونها تقع ضمن الدّراسات الأولى الّتي ستتناول موضوع وسائل الإعلام ودورها في مواجهة الشائعات لأزمة كورونا في المجتمع الأردني، وكونها من الدّراسات الأولى الّتي أجريت في الأردن على حد علم الباحث .

الطريقة والإجراءات

يتضمّن هذا الفصل الإجراءات التي اتبعتها الباحثة في الدّراسة والتي اشتملت على منهج الدّراسة، ومجتمع وعينة الدّراسة، أداة الدّراسة وصدق وثبات الدّراسة والمعالجة الإحصائية للبيانات.

منهج الدّراسة:

استخدم الباحث في هذه الدّراسة المنهج الوصفي المسحي وذلك لملائمته لأغراض الدّراسة. **مجتمع الدّراسة وعينتها :**

تكوّن مجتمع الدّراسة من أفراد المجتمع الأردني الذين يسكنون في المملكة الأردنية الهاشمية , وتكونت عينة الدّراسة من (274) فردًا، وبلغ عدد أفراد العينة من الذكور (130) بنسبة مئوية (47%)، كما بلغ عدد الإناث (144) بنسبة مئوية (53%) تم اختيارهم بالطريقة العشوائية البسيطة .

أداة الدّراسة:

اعتمدت الدّراسة على استبانة تكوّنت من قسمين؛ تكون القسم الأوّل من البيانات الديمغرافية وتكوّن القسم الثاني من مقياس لمعرفة دور وسائل الإعلام في مواجهة الشائعات لأزمة كورونا في المجتمع الأردني وعددها (13) .

صدق الأداة:

تمّ التحقق من صدق أداة الدّراسة في الاستبيان، للتأكد من شموليّة كافّة مجالات الدّراسة بشكل واضح ودقيق، وتمّ عرضه على مجموعة من المحكّمين المتخصّصين في الجامعات الأردنية ، وذلك للتأكّد من سلامة اللغة، والمحتوى وتغطيتها لجميع أبعاد الدّراسة، ومدى مناسبة الفقرات.

ثبات الأداة:

تم أخذ عيّنة تجريبية تكونت من (30) فردًا وتم توزيع استبانة الدّراسة عليهم، وقد تمّ حساب معادلة كرونباخ ألفا على عيّنة الدّراسة، وذلك لمعرفة معامل ثبات الاتساق الداخلي بين فقرات الدراسة والأداة ككل ، ولمعرفة تلك القيم جدول (1) يوضح ذلك:

جدول (1) قيمة معامل الثبات (كرنباخ ألفا) للأداة ككل

الأداة	قيمة كرونباخ ألفا
الأداة ككل	0.958

الخصائص الدّيموغرافيّة لعيّنة الدّراسة:

الجدول (2) وصف عيّنة الدّراسة وفق المتغيّرات الشخصيّة لأفراد الدّراسة

المتغير	الفئة	العدد	النسبة المئوية
الجنس	ذكر	130	47
	أنثى	144	53
	المجموع	274	100.0
العمر	أقل من 25 سنة	98	35
	25–49 سنة	140	51
	50 سنة فأكثر	46	14
	المجموع	274	100.0
المؤهل العلمي	أمي	6	2
	دون الثانوي	22	8
	ثانوي	72	26
	دبلوم	16	5
	جامعي	158	59
	المجموع	370	100.0

اجراءات التحليل الاحصائي:

تمّ استخدام برنامج الحزم الإحصائيّة للعلوم الاجتماعيّة (SPSS) لتحليل بيانات الدّراسة، عن طريق استخدام الأساليب الإحصائية الآتية:

1. حساب معادلة (كرونباخ ألفا) لغايات التحقّق من ثبات أداة الدّراسة.
2. الانحرافات المعياريّة والمتوسّطات الحسابية لترتيب إجابات العينة حسب الأهمية.
3. إجراء تحليل الأحادي (ANOVA) لاختبار النتائج المتعلقة بالمتغيرات الديموغرافية التي يتعرض لها المبحوثين التي تزيد عن مستويين.
4. اختبار الفروقات (T-test) لإجابات أفراد عينة الدّراسة للمتغيرات التي تحتوي على مستويين فقط.

مقياس التحليل:

ولتفسير المتوسّطات الحسابية لتقديرات أفراد عيّنة الدّراسة على كل فقرة من فقرات المقياس؛ تمّ استخدام المعيار الإحصائي الآتي والمبين في الجدول (3).

الجدول (3) المعيار الإحصائي لتفسير المتوسّطات الحسابية لتقديرات أفراد عينة الدّراسة على كل فقرة من فقرات المقياس

المتوسّط الحسابي	درجة الموافقة
من 1.00 – أقل من 2.33	منخفضة
من 2.33 – اقل من 3.66	متوسطة
من 3.66 – 5.00	مرتفعة

حيث تم حساب طول الفئة من خلال قسمة $\frac{\text{أكبر قيمة – أصغر قيمة}}{\text{عدد الفئات}} = \frac{\text{أكبر قيمة – أصغر قيمة}}{\text{عدد الفئات}}$ = $\frac{5-1}{3} = \frac{4}{3}$ =1.33

نتائج الدراسة ومناقشتها

النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال الأول ونصه : " ما دور وسائل الإعلام في مواجهة الشائعات لأزمة كورونا في المجتمع الأردني ؟ "

للإجابة عن هذا السؤال تم حساب المتوسّطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات أداة الدراسة ، جدول (4) يبيّن ذلك:

جدول (4) المتوسّطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقديرات أفراد عينة الدّراسة لأداة الدراسة مرتبة تنازلياً حسب المتوسّطات الحسابية

الرقم	الفقرات	المتوسّط الحسابي*	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
2	تعمل وسائل الإعلام على محاربة نشر الشائعات بشكل كبير في ظل أزمة كورونا	4.076	.919	مرتفعة
1	تعمل وسائل الإعلام على القضاء على الشائعات والرجوع إلى المعلومات الأصيلة في ظل أزمة كورونا	4.049	1.019	مرتفعة
4	تعمل وسائل الإعلام على تكذيب الشائعات ومحاربتها بشكل واضح في ظل أزمة كورونا	3.997	1.021	مرتفعة
3	تعمل وسائل الإعلام على محاربة الترويج للشائعات السياسية والاقتصادية في ظل أزمة كورونا	3.970	1.050	مرتفعة
7	ساهمت وسائل الإعلام في الوقاية والحد من انتشار وباء فيروس كورونا المستجد"	3.970	.986	متوسطة
5	تعاملت وسائل الإعلام بشكل واضح مع أزمة كورونا ومستجداتها في الأردن	3.946	1.042	مرتفعة
6	اتسمت وسائل الإعلام بالمصداقية في نقل الأخبار في ظل أزمة كورونا	3.924	1.031	مرتفعة
9	وضحت وسائل الإعلام تدابير الوقاية من قبل المجتمع للوقاية من وباء كورونا من خلال النشرات التوعوية للمواطنين	3.862	1.015	متوسطة
8	عملت وسائل الإعلام على غرس الثقة بين المواطنين ومؤسسات الدولة في ظل ما تقدمه من أخبار واقعية وحقيقية في ظل أزمة كورونا	3.822	1.007	متوسطة
10	عملت وسائل الإعلام على خلق عادات صحية وسلوكية في ظل أزمة كورونا عن طريق ما تقدمه من إرشادات ونشرات توعوية	3.741	1.058	مرتفعة
12	حافظت وسائل الإعلام على الامن المجتمعي من التفتت والتبعثر عبر الشائعات .	3.719	1.108	مرتفعة
11	التزمت وسائل الإعلام بأخلاقيات ومواثيق الإعلام الدولية مما أدى إلى محاربة الشائعات وتكذيبها	3.673	1.084	متوسطة
13	تعمل وسائل الإعلام على محاربة الكثير من الشائعات المتعلقة بالوضع الصحي في الأردن في ظل أزمة كورونا	3.659	1.158	متوسطة
	أداة الدراسة ككل	3.878	.715	مرتفعة

*الدرجة العظمى من (5)

يتبيّن لنا من الجدول (4) أن المتوسّطات الحسابية لفقرات دور وسائل الإعلام في مواجهة الشائعات لأزمة كورونا في المجتمع الأردني تراوحت بين (3.659–4.076) وبدرجات موافقة مرتفعة ومتوسطة، حيث كان أعلاها للفقرة (2) والتي تنص على " تعمل وسائل الإعلام على محاربة نشر الشائعات بشكل كبير في ظل أزمة كورونا " وبانحراف معياري (0.919)، ثم يليها المتوسّط الحسابي (4.049) للفقرة (1) والتي تنص على " تعمل وسائل الإعلام على القضاء على الشائعات والرجوع إلى المعلومات الأصيلة في ظل أزمة كورونا " وبانحراف معياري (1.019)، ثم يليها المتوسّط الحسابي (3.997) للفقرة (4) والتي تنص على " تعمل وسائل الإعلام على تكذيب الشائعات ومحاربتها بشكل واضح في ظل أزمة كورونا " وبانحراف معياري (1.021)، بينما بلغ أدناها للفقرة (13) " تعمل وسائل الإعلام على محاربة الكثير من الشائعات المتعلقة بالوضع الصحي في الأردن في ظل أزمة كورونا " وبانحراف معياري (1.158)، وبلغ المتوسّط الحسابي للمجال ككل (3.878) وبانحراف معياري (0.715) ودرجة موافقة مرتفعة، ويعزى ذلك إلى اهتمام وسائل الإعلام بشكل كبير في نقل الأخبار المتعلقة بأزمة كورونا بشكل دقيق وواقعي واعتمادها على المصادر الموثوقة , وإلى قيامها بالتحري الدقيق لهذه الأخبار بشكل واضح وذلك من خلال قدرتها على الحصول على المعلومات الميدانية وعرضها أمام المشاهدين بشكل واقعي , والتزامها بالمواثيق الدولية وأخلاقيات العمل مما أدى إلى محاربة الشائعات وتكذيبها بشكل واضح ودقيق , كما أنه كان للإعلام دورا أساسيا في تفعيل البرامج الصحية والتعليمية كالتعليم عن بعد , وهذا يعزى أيضاً إلى اعتماد وسائل الإعلام على الدقة في نشر معلوماتها من المصادر الصحيحة مما أدى إلى محاربة انتشار الشائعات بشكل كبير , وهذا يتفق مع دراسة مركز دراسات اللاجئين والنازحين الهجرة القسرية (2020) والتي أشارت نتائجها إلى أن ما نسبته ٣٣,٩٪ من الأفراد يعتمدون على المعلومات المرتبطة بوباء الكورونا من خلال الإعلام ووسائل التواصل, ودراسة وكال (2018) التي أشارت نتائجها إلى أن درجة نشر الشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي جاءت بدرجة متوسطة , ودراسة الهواري (2018) والتي أشارت نتائجها إلى أن أكثر أسباب انتشار الإشاعة نقص الرقابة على المعلومات التي يتم نقلها عبر الوسائل المختلفة .

النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال الثاني ونصه : " هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (α≤ 0.05) بين متوسطات تقديرات أفراد العينة لدور وسائل الإعلام في مواجهة الشائعات لأزمة كورونا تبعاً للمتغيرات التالية (الجنس , المؤهل العلمي , العمر)؟"

لحساب الفروقات بين استجابات عينة الدراسة تم تطبيق اختبار(**Independent –t–test**)على فقرات أداة الدراسة بالنسبة لمتغير الجنس

جدول(5) نتائج تطبيق اختبار(Independent –t–test)على فقرات أداة الدراسة ككل بالنسبة لمتغير الجنس

المجال	الجنس	المتوسط الحسابي	قيمة T	درجات الحرية	مستوى الدلالة
الأداة ككل	ذكر	3.757	-.744	368	0.458
	أنثى	3.825			

يتبين لنا من الجدول السابق ما يلي:

1. بلغت قيم (T) للدراسة ككل (–0.744) ، وهي قيم غير دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)، وهذا يدل على عدم وجود فروق في تقديرات أفراد العينة على متوسطات استجابات عينة الدراسة وفقاً لمتغير الجنس (ذكور ، اناث) ,

وتم استخدام تحليل التّباين المتعدد لحساب الفروق بين المتوسّطات الحسابية لاستجابات أفراد العينة على أداة الدراسة حسب متغيرات الدّراسة (الجنس، العمر، المؤهل العلمي)، والجدول (6) يبيّن ذلك.

والجدول (6) المتوسّطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد العينة على مجالات المقياس حسب المتغير

المتغير	المستوى	الإحصائي	الكلي
الجنس	ذكر	المتوسّط الحسابي	3.757
		الانحراف المعياري	1.020
	أنثى	المتوسّط الحسابي	3.825
		الانحراف المعياري	.672
العمر	أقل من 25 سنة	المتوسّط الحسابي	3.761
		الانحراف المعياري	.646
	25-49 سنة	المتوسّط الحسابي	3.838
		الانحراف المعياري	.971
	50 سنة فأكثر	المتوسّط الحسابي	3.486
		الانحراف المعياري	.716
المؤهل العلمي	أمي	المتوسّط الحسابي	3.506
		الانحراف المعياري	.810
	أقل من ثانوي	المتوسّط الحسابي	3.987
		الانحراف المعياري	2.203
	ثانوي	المتوسّط الحسابي	3.608
		الانحراف المعياري	.615
	دبلوم	المتوسّط الحسابي	3.784
		الانحراف المعياري	.588
	جامعي	المتوسّط الحسابي	3.868
		الانحراف المعياري	.696

جدول (7) نتائج تحليل التباين المتعدد للفروق بين المتوسّطات الحسابية لاستجابات أفراد العينة على مجالات المقياس حسب متغيرات الدّراسة

مصدر التباين	المجال	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	الدلالة الإحصائية
العمر	الأداة ككلّ	2.957	2	1.478	2.020	.134
المؤهل العلمي	الأداة ككلّ	6.497	4	1.624	2.219	.066
الخطأ	الأداة ككلّ	261.296	357	.732		

*ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $(\alpha \leq 0.05)$

يتبيّن لنا من الجدول السابق (7) ما يلي:

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المتوسّطات الحسابية لاستجابات أفراد العينة على الأداة ككل تعزى حسب متغيّر الدّراسة (العمر).
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المتوسّطات الحسابية لاستجابات أفراد العينة على الأداة ككل تعزى لمتغير الدّراسة (المؤهل العلمي).

ويعزى ذلك إلى تشابه الظروف التي يعيشها أفراد عينة الدراسة بغض النظر عن جنسهم وعمرهم ومؤهلهم العلمي وأنهم يعتمدون على نفس الوسائل الإعلامية في تلقي الأخبار بشكل متشابه في ظل جائحة كورونا , مما انعكس على استجاباتهم للدراسة , وإلى أن وسائل الإعلام تقدم نفس المحتوى للجميع دون النظر لمؤهلاتهم العلمية أو جنسهم وتؤثر تأثيرا مباشراً على كامل المجتمع بشكل متساوي , ويعزى ذلك أيضاً إلى اهتمام أفراد المجتمع بموضوع كورونا المستجد نظراً لأهميته وحداثته في المجتمع بشكل كبير .

التوصيات :

- ضرورة توعية المجتمع بمخاطر الشائعات عبر وسائل الإعلام والعمل على الحد منها ومحاسبة مرتكبيها .
- دعم وسائل الإعلام المختلفة من قبل الأجهزة الحكومية حتى تحافظ على ديمومة عملها وتحقيق أهدافها المرسومة .
- ضرورة تزويد الجهات الحكومية لوسائل الإعلام للوقائع والأخبار بشكل دوري ومستمر فيما يخص أزمة كورونا ومستجداتها نظراً لأهميتها في المجتمع .
- اعتماد أساليب الإعلام الموجه بشكل أكثر في وسائل الإعلام لغرض وضع الحقائق أمام الجمهور وجعله يقوم بالاختيار الصحيح .
- إجراء العديد من الدراسات والأبحاث حل الموضوع لتعميق الفهم لدى صانعي القرار لمواجهة الشائعات والحد منها .

قائمة المراجع :

أولاً : المراجع العربية :

اكحيل , رضا .(2015). الشائعات في المواقع الإخبارية الأردنية وتأثيرها في نشر الأخبار من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين , رسالة ماجستير غير منشورة , كلية الإعلام , جامعة الشرق الأوسط , عمان , الأردن .

حجاب، محمد منير (2007): الشّائعات وطرق مواجهتها، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة.

ميرزا , جاسم .(2006). الإعلام الأمني : بين النظرية والتطبيق , ط1 , مركز الكتاب للنشر والتوزيع , القاهرة .

شعبان , حمدي .(2005). الإعلام الأمني وإدارة الأزمات والكوارث , مكتبة النهضة المصرية , القاهرة .

العنزي , عبد الله .(2014). دور وسائل الإعلام المحلية الكويتية في تعزيز الثقافة السياسية لدى الشباب الكويتي , رسالة ماجستير غير منشورة , كلية الإعلام , جامعة الشرق الأوسط .

أبو عرقوب , إياد .(2012). الإعلام الإذاعي والتلفزيوني , دار البداية للنشر والتوزيع , عمان , الأردن .

عبد الحميد , صلاح .(2013). الإعلام والثورات العربية , مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع , القاهرة , مصر .

المري , محمد و خليل , محمد , 2014 , الرضا عن الحياة لدى مستخدمي بعض شبكات التواصل الإجتماعي من طلبة كلية التربية في جامعة الزقازيق , بحث مقدم للمؤتمر العلمي العربي السابع (الدولي الرابع) التعليم و ثقافة التواصل الاجتماعي , جامعة سوهاج , مصر , 24-25 ابريل 2014 .

الهماش، متعب (2013). أساليب مواجهة الشّائعات، تأثير الشّائعات على الأمن الوطني، كلية التدريب، قسم البرامج التدريبية، جامعة نايف للعلوم والتكنولوجيا.

المومني، بشير (2011). الإشاعة وماهيتها – دراسة تحليلية، تم الاسترجاع بتاريخ 2020/3/7 م ومتوفر على الرابط: https://www.ammonnews.net/article/83695

المدني، أسامة بن غازي (2016). دور شبكات التواصل الاجتماعي في ترويج الشّائعات لدى طلا الجامعات السعودية " تويتر نموذجاً "، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة أم القرى.

الكرناف، رائد (2014). تصور إستراتيجي لمكافحة الشّائعات في مواقع التواصل الاجتماعي بالمملكة العربية السعودية – تويتر أنموذجاً، رسالة ماجستير، كلية العلوم الإستراتيجية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، السعودية.

الكعابنة، عمر (2020). شائعات الكورونا أخطر من الكورونا على الأردن، تم الاطلاع عليه بتاريخ 2020/3/30 ومتوفر على الرابط الآتي: http://www.alanbatnews.net

منظمة الصحة العالمية , (2020) فايروس كورونا Covid – 19 , متوفر على الرابط : http://www.emro.who.int/ar/health-topics/corona-virus/about-covid-19.html

مصطاف , عادل ونوشي زينة .(2010). استخدامات وسائل الإعلام الرقمي وتأثيرها على بناء المنظومة القيمية للمجتمع العراقي (دراسة ميدانية على عينة من جمهور مدينة بغداد إنموذجا) كلية الإعلام جامعة بغداد، قسم الإعلام جامعة الفراهيدي الأهلية .

الهواري، مريم (2018). أثر الإشاعة عبر مواقع التواصل الاجتماعي في حدوث العنف في المجتمع الأردني من وجهة نظر المعلمين في محافظة الكرك، جامعة مؤتة.

وكال، بلال (2018). "الشّائعات في مواقع التواصل الاجتماعي ومدى تأثيرها على المجتمع الجزائري – دراسة ميدانية مجتمع المسيلة"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد بوضياف – المسيلة.

سلمان، أحمد (2017). شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في نشر الشّائعات من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالي، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط.

التوم، محمد بن عائض (2019): الشّائعات في وسائل التواصل الاجتماعي، تويتر نموذجاً، مجلة الشمال للعلوم الإنسانية، مجلد 4، عدد 1، جامعة الحدود الشمالية, المملكة العربية السعودية .

المدني، أسامة بن غازي (2016). دور شبكات التواصل الاجتماعي في ترويج الشّائعات لدى طلا الجامعات السعودية " تويتر نموذجاً "، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة أم القرى.

مركز دراسات اللاجئين والنازحين والهجرة القسرية . (2020) . أثر الشائعات على المجتمع الأردني في ظل أزمة كورونا , جامعة اليرموك .

ثانياً : المراجع الأجنبية

- *Boyd, Danah (2007),Why Youth (Heart) Social Network Sites: The Role of Networked Publics in Teenage Social Life. In: Buckingham, David (ED), MacArthur Foundation Series on Digital Learning Youth Identity, and Digital.(pp119-142),Cambridge: MIT Press. Media.*
- N'kofi, R., & Moreno, C. (2016). **Social networks and mass media as mobilizers and demobilizers: A study of Rumors at a German local election**. Electoral studies, 29 (3).
- Rand, W., and Rust, R.T. (2013). "**Agent-Based Modeling in Marketing: Guidelines for Rigor,**" **International Journal of Research in Marketing** (28:3).
- Serrano, D. and Rovastos, Z. P. (2013).**Use of Social Media in Natural Disaster Rumors**. International Proceedings of Economics Development; 39 (2).
- Crescimbene , Massimo (2012)." **The Science of Rumors**".Annals of geophysics, 55,3,10 doi; 10.4401.
- Thoene, w.s. (2015). **The Impact of Social Net working sibes on Rumor Prop-agation in college students**, MA Thesis, Marshall University.

Zhuang, Jhon. (2018: **Crisis communication and Rumor Management using social Media during Disasters**.