

توظيف مواقع التواصل الاجتماعي في التصدي
للشائعات

دراسة تحليلية لصفحة التقنية من اجل السلام
في موقع فيس بوك للمدة ٢٠١٨/٩/١ ولغاية
٢٠١٨/١٢/١

م.د نهلة نجاح عبدالله العنزي

/كلية الفارابي الجامعة/ قسم الاعلام

Employment of social networking sites in response to rumors
"Analytical study of the page of technology for peace on
Facebook from 1/9/2018 to 1/12/2018"

Nahla najah abdullah

يأتي هذا البحث لدراسة كيفية توظيف مواقع التواصل الاجتماعي للتصدي للشائعات وذلك نتيجة زيادة انتشارها والتي أصبحت ظاهرة لها انعكاساتها السلبية على كل مفاصل المجتمع، واتاحة مواقع التواصل للجميع بلا استثناء مما تسبب بخلق فوضى ومشكلات لا حدود لها عبر المواقع الالكترونية ذاتها مما تطلب وجود جهات تقوم برصد الشائعات وبيان مدى صحتها. يسلط الضوء هذا البحث عن كيفية التصدي للشائعات الالكترونية المنتشرة في موقع الفيس بوك والبحث في ماهية الشائعات المنتشرة وكل ما يتعلق بذلك في صفحة (التقنية من اجل السلام). وتم اختيار مجتمع البحث ليكون الصفحة الالكترونية (التقنية من اجل السلام) ، واتبعت الباحثة المنهج الوصفي في البحث مستعملة أداتي الملاحظة بالمشاركة وتحليل المضمون، تم تحليل عينة من الشائعات والتي بلغ عددها (٢٣٦) شائعة تم التصدي لها من قبل القائمين على الصفحة وبيان ماهية الشائعات المنتشرة وانواعها وكل ما يتعلق بذلك. وقد تم التوصل الى نتائج جاء بعضها مطابقا للتوقعات القبلية للبحث، تبين وجود دور مهم للصفحة في توعية الجمهور وتحصينه ضد مختلف انواع الشائعات والتي تركزت اغلبها حول القضايا السياسية وهدفت الى اثاره الخوف والكراهية والتي اغلبها صدر من صفحات الكترونية عامة مجهولة المصدر وموجهة الى جميع فئات المجتمع بلا استثناء وهدفها زعزعة الامن والاستقرار ونشر الفوضى.

Abstract

This research comes to study how social media sites can be used to deal with rumors, as a result of their increasing its prevalence, which has become a phenomenon that has negative repercussions on all aspects of society. In addition, to the availability of these sites for all without exception, creating chaos and endless problems, which required monitoring rumors and check their validity.

This research highlights how to deal with the electronic rumors which spread on Facebook site and to find the types rumors spread and all that is related to the page Technical for Peace (Tech. for Peace).

The page of (Tech. for Peace) represents the research community. The researcher followed the descriptive approach by using the tools of observation and analysis of the content. The sample consists of the 236 rumors which were analyzed, and then faced by the page administrator. In addition, clarifying the spread of rumors and its kinds, and what is relevant.

The results came according to the researcher expectations, which are shown that there is an important role for the page in order to let the public aware and face the different kinds of rumors. Most of these rumors are focused on political issues seeking to achieve the aim of provoking the fear and the hatred. These rumors were published in public pages by unknown sources, and directed to all society sectors without exception in order to effect on the security and stability with spreading the chaos.

الكلمات المفتاحية مواقع التواصل الاجتماعي ، الفيس بوك ، الشائعات

المبحث الاول : الاطار المنهجي للبحث

مقدمة

تعد المنصات الإلكترونية بما فيها مواقع التواصل الاجتماعي بيئة خصبة لتداول كم من المعلومات والايخبار والشائعات وتقوم بأدوار مختلفة في تلوين المعلومة أو الخبر الذي لا يستطيع أن يدركه الجمهور كونه يعرض بأنواع وقوالب مختلفة يديرها جيوش الكترونية ومتخصصين في الدعاية والحرب النفسية واساليبها لتحقيق أهداف مخطط لها تارة وغير مخطط لها تارة اخرى ، والتي تقوم باستهداف المجتمع ولاسيما في اوقات الحروب والازمات و في الحقيقة تمثل الشائعات إحدى أدوات الحرب الحديثة، وتندرج ضمن ما يسمى "الجيل الرابع" من الحروب، والذي تعد فيه الشائعة أحد الأساليب المهمة في التأثير

على الجمهور، كما ان ترويجها في موضوع معين لا يتم بشكل عشوائي، وإنما قد تقوم جهات معينة تابعة لبعض الدول بالترويج لمعظم الشائعات بهدف زعزعة الامن والاستقرار. وإن اهم أسباب انتشار الشائعات الإلكترونية هي التطورات التكنولوجية والتدفق غير المحدود للمعلومات وصعوبة التأكد من مصداقية المعلومة إذ تغيرت عملية إنتاج الرسالة الاتصالية، الأمر الذي جعل المتلقي منتج ومستقبل لكم هائل من الشائعات وقد يقوم بنشرها دون التأكد من مدى صحتها وفي ظل بيئة تكاد تخلو من المساءلة القانونية. ان البحث الحالي يسلط الضوء عن كيفية التصدي للشائعات الالكترونية المنتشرة في موقع الفيس بوك والبحث في ماهية الشائعات المنتشرة وكل ما يتعلق بذلك في صفحة (التقنية من اجل السلام).

أولاً : مشكلة البحث

إن انتشار الشائعات وسرعة تبادلها وتقلها بين الجمهور في مواقع التواصل الاجتماعي جعل تداولها في هذه المواقع عنصر فعال لاستهداف المجتمع، وبرزت أنواع واشكال متباينة من الشائعات ولاسيما الشائعات المخطط لها والتي لها انعكاسات سلبية على افراد المجتمع ومؤسساته المختلفة مما تطلب وجود منصات الكترونية مضادة تقوم بالرد على هذا الكم الهائل من الشائعات ومواجهتها للحفاظ على المجتمع ومؤسساته، ومن ابرزها (صفحة التقنية من اجل السلام) وبالتالي تتجلى مشكلة البحث بالتساؤل الاتي (ما هو دور صفحة التقنية من اجل السلام في التصدي للشائعات؟) وتتبع من هذا التساؤل عدة تساؤلات أخرى وهي كالآتي :

١. ما موضوعات الشائعات التي تقوم صفحة التقنية من اجل السلام بالتصدي لها ؟
٢. ما هي انواع الشائعات التي قامت صفحة التقنية من اجل السلام بالتصدي لها ؟
٣. ما هي المواقع التي نشرت فيها الشائعات في موقع الفيس بوك؟
٤. ما الجمهور المستهدف من الشائعات في موقع الفيس بوك ؟
٥. ما المصادر التي نشرت الشائعات في موقع الفيس بوك ؟
٦. ماهي الوسائط المتعددة التي وظفتها الصفحة لمحاربة الشائعات ؟
٧. ما هي الطرق والاساليب التي استخدمتها الصفحة لجذب الجمهور؟

ثانياً : أهمية البحث

يعد هذا البحث الأول (بحسب اطلاع الباحثة) على المستوى الاكاديمي في حقل الإعلام الالكتروني كونه يسلط الضوء على دور مواقع التواصل الاجتماعي في التصدي للشائعات، إذ يوفر مادة علمية للباحثين من الممكن تفتح لهم آفاقاً واسعة في دراسة أساليب محاربة الشائعات الالكترونية، إذ تحدثت بحوث جامعية عديدة عن مواقع التواصل الاجتماعي ونشر الشائعات واطارها على المجتمع، ولكننا لم نجد بحوث تتحدث عن اليات وطرق ووسائل محاربة الشائعات الا ما ندر واغلبها تحدثت عبر أنشطة اتصالية بدون اليات حقيقية فعالة تسهم بالتصدي للكم الهائل من الشائعات. ان دراسة تجربة قامت بها احدى الصفحات الالكترونية (التقنية من اجل السلام) للوصول الى اكبر عدد من الجمهور والمتابعين بغية اشراكه في مواجهة خطر يهدد امن وكيان المجتمع تعد دراسة حديثة تضع الحجر الاساس والمرتكزات المهمة عن دور إيجابي وفعال للمواقع الالكترونية في امكانية المحافظة على امن وسلامة المجتمع عن طريق التصدي للشائعات بمختلف أنواعها وخلق وعي اجتماعي لدى الجمهور لمحاربتها وعدم نشر أي معلومة قبل التأكد من مصداقيتها. هذا وان صفحة (التقنية من اجل السلام) اثبتت نجاحها عبر مدة ليست بالطويلة، لاسيما وان اكثر من (٨٨,٨٨٣) متابع ومعجب للصفحة الالكترونية، لذلك فان البحث من الممكن ان يفتح الآفاق لدراسات أعمق وأوسع واهم لاسيما في المؤسسات الحكومية لاستحداث مواقع الكترونية تركز على محاربة الشائعات كونها تشكل انعكاسات خطيرة على المجتمع.

١. الكشف عن موضوعات الشائعات التي قامت الصفحة بتسليط الضوء عليها.
٢. التقصي عن انواع الشائعات التي قامت الصفحة بالتصدي لها.
٣. معرفة المواقع التي نشرت فيها الشائعات في موقع الفيس بوك.
٤. تحديد أنواع الجمهور المستهدف من الشائعات في موقع الفيس بوك.
٥. معرفة مصادر انتشار الشائعات في موقع الفيس بوك.
٦. معرفة الوسائط المتعددة التي وظفتها الصفحة لمحاربة الشائعات.
٧. تحديد الطرق والاساليب التي استعملتها الصفحة لجذب الجمهور لها.

رابعاً: منهج البحث وادواته

يعد هذا البحث من البحوث الوصفية والتي تستعمل لوصف طبيعة وسمات مجتمع معين، او موقف معين او جماعة معينة، ومعرفة تكرارات حدوث الظواهر المختلفة^(١)، ويُعدّ تحليل المضمون أحد الأساليب البحثية شائعة الاستعمال في الدراسات الإعلامية، ويعتمد هذا الأسلوب على استمارة تحليل المضمون كأداة لجمع البيانات^(٢)، وتوجد خمس وحدات لتحليل المضمون هي: (وحدة الكلمة، وحدة الموضوع أو الفكرة، وحدة الشخصية، الوحدة الطبيعية للمادة الإعلامية، ومقاييس المساحة والزمن)^(٣). وقد استعملت الباحثة أداة تحليل المضمون وأداة الملاحظة بالمشاركة، لتحقيق اهداف البحث إذ خُصت منشورات صفحة التقنية من اجل السلام التي تناولت موضوعات الشائعات الى اسلوب تحليل المضمون بهدف تشخيص وتحديد كيفية محاربة الشائعات والأساليب والطرق المستعملة، كما تم استعملت الباحثة أداة الملاحظة وهي المشاهدة أو مراقبة ظاهرة معينة تستدعي التعرف أو التمييز، وتسجيل المعلومات عنها أولاً بأول، والاستعانة بأساليب الدراسة لطبيعة تلك الظاهرة بغية تحقيق أفضل النتائج، والحصول على أفضل المعلومات^(٤) اما الملاحظة بالمشاركة فقد استعملتها الباحثة في الموقف الملاحظ عن طريق حضورها ومشاركتها في عدة ورشات تدريبية مع القائمين على صفحة التقنية من اجل السلام كون هذه الاداة تتطلب تكوين علاقات بين الباحث والجماعة او المؤسسات التي يقوم الباحث بملاحظتها.

خامساً: مجالات البحث

١. المجال المكاني : تحددت بدراسة تحليلية لصفحة (التقنية من اجل السلام) على موقع الفيس بوك "Facebook".
٢. المجال الزمني : تحددت مدة البحث بثلاثة اشهر ابتداءً من يوم (٢٠١٨/٩/١ م) لغاية (٢٠١٨/١٢/١ م).
٣. المجال الموضوعي : أخذت الباحثة مجتمع بحثها منشورات صفحة التقنية من اجل السلام، إذ تكونت عينة البحث من (٢٣٦) شائعة.

سادساً: إجراءات البحث

تمثلت إجراءات البحث في تحديد وحدات وفئات التحليل، واختبار الصدق والثبات لاستمارة التحليل على النحو الآتي:
 أولاً: وحدات وفئات التحليل: حرصت الدراسات التي أجريت في مجال دراسة الاتصال عبر شبكة الانترنت على طرح سياقات عدة تضبط طرق تحديد وحدات التحليل المستعملة، إذ إن التنوع في أنظمة الاتصال عبر شبكة الانترنت وتطبيقاتها، دعت إلى التركيز في وحدات التحليل المستعملة^(٥). وتوجد خمس وحدات لتحليل المضمون هي: (وحدة الكلمة، وحدة الموضوع أو الفكرة، وحدة الشخصية، الوحدة الطبيعية للمادة الإعلامية، ومقاييس المساحة والزمن)^(٦) واعتمدت الباحثة مجموعة من فئات التحليل والتي قسمها على جانبين الأول وحدة الشكل (كيف قيل؟)، والآخر وحدة الموضوع (ماذا قيل؟) ووضعت تعريف لكل فئة في استمارة تحليل المضمون.

ثانياً : قياس الصدق والثبات: يعبر الصدق الظاهري عن اتفاق المحكمين على أن الاداة صالحة فعلا لتحقيق الهدف الذي أعدت من اجله، نظرا لأنه يقوم على اراء المحكمين لصلاحيه الاستمارة ولقد تم عرضها على مجموعة من المحكمين*، من ذوي الخبرة والاختصاص، وقد تم إجراء بعض التعديلات على الفئات وتعريفاتها وفقاً لآراء المحكمين، فكانت نسبة الاتفاق (٨٥,٧%) . ولاختبار الثبات قامت الباحثة بإعادة الاختبار، فبعد الانتهاء من عملية الترميز والتحليل، اعادت الباحثة التحليل بعد مضي شهر على العملية الأولى باستعمال معادلة هولستي. وقد وجد الباحث اختلافات طفيفة بين نتائج التحليل الأول، ونتائج التحليل الثاني إذ بلغت نسبة الثبات وفقاً لمعادلة (هولستي)** (٨٥,٧)، وهي نسبة عالية لتأكيد ثبات التحليل.

عدد الحالات التي يتفق فيها الباحث

معامل الثبات (هولستي) =

100 X

العدد الكلي لوحدات التحليل

30

100 X _____ =

35

%85.7=

المبحث الثاني : الإطار النظري (الفييس بوك والتصدي للشائعات)

أولاً : مواقع التواصل الاجتماعي والتصدي للشائعات

تعرف مواقع التواصل الاجتماعي بأنها "مواقع على الانترنت يتواصل من خلالها ملايين البشر الذين تجمعهم اهتمامات أو تخصصات معينة، ويتاح لأعضاء هذه المواقع مشاركة الملفات والصور، وتبادل مقاطع الفيديو، وأنشاء المدونات، وإرسال الرسائل، وإجراء المحادثات الفورية، وسبب وصف هذه المواقع بالاجتماعية، انها تتيح التواصل مع الأصدقاء، وزملاء الدراسة وتقوي الروابط بين أعضاء هذه المواقع في فضاء الانترنت"^(٧). وتتميز مواقع التواصل الاجتماعي بعدة ميزات من ابرزها المرونة ، التفاعلية ، الافتراضية ، الاقتصاد المعلوماتي ، الحرية ، الهوية الخفية ، السرعة ، شبه مجانية ، سهولة الاستخدام و الانفتاح على الاخر ، وفي الوقت ذاته ان هذه المواقع لا تخلو من العيوب والتي تتمحور اهمها في انعدام الخصوصية ، انتشار الاخبار الزائفة والشائعات ، العزلة الاجتماعية ، اهدار الوقت ، الإدمان وغير ذلك. وفي عام (٢٠٠٤م) أنشأ موقع الفييس بوك "Facebook" على يد "مارك زكوربيرغ" في جامعة هارفرد، وكانت الفكرة انشاء موقع اجتماعي يستطيع الطلبة عن طريقه التواصل مع بعضهم، وقد كان الموقع في البداية متاحاً فقط لطلاب جامعة هارفرد، ثم فتح لطلبة الجامعات، بعد ذلك لطلبة المدارس الثانوية، ثم عممت لتشمل الموظفين واعضاء هيئة التدريس، وأخيراً أي شخص يبلغ من العمر (١٣) عاماً فأكثر^(٨). واصبح الفييس بوك غنياً عن التعريف وذلك بسبب الهوية الافتراضية التي لم تنشأ من فراغ، بل تمتد جذورها في السياق الواقعي وتتأثر ببعض ملامحه والتفاعلات الحادثة فيه، اذ انه لم يكن وسيلة للتسلية فقط، فقد فرض على الافراد التسهيلات ومنحهم حرية التعامل، فالمواطن يشعر بالاغتراب داخل بلده، لذلك يعد الفييس بوك وبقية الوسائل منبراً سياسياً واجتماعياً وثقافياً، كما انه يركز على حقيقة وهي ان الصفحات الشخصية المتاحة في الموقع تساعد على تحقيق التفاعل الاجتماعي المستند الى قاعدة اخرى وهي التجانس من حيث الاهتمامات، لان البيانات المتاحة في الصفحة حققت

التواصل الذي يغذي المضمون الاعلامي لمناقشة ابرز القضايا التي كان يصعب الوصول اليها في السابق^(٩)، ويوفر الفيسبوك "Facebook" خدمات عدة للمستخدم منها:^(١٠) خاصية الصور Photos، خاصية الفيديو Video، خاصية المجموعات Group، خاصية الأحداث المهمة Events، خاصية الإعلان Market place، خاصية الصفحات Pages. ورغم أن التواصل الاجتماعي لعب دورا فاعلا في التفاعل مع الآخرين والتغيير الإيجابي والاستفادة من تجارب وخبرات الآخرين ، فإن التأثير السلبي بدأ يظهر دوره في مواقع التواصل الاجتماعي شيئا فشيئا لاسيما في نشر خطاب الكراهية والطائفية والنزاعات القبلية وتكفير الناس وسب الدين وغيرها من الأمور السلبية، وفي اسوء حالاتها تنتج شائعات ومعلومات مغلوطة تمارس دورا في تجهيل المجتمع ، وبانت تمثل مواقع التواصل الاجتماعي مصدرا للشائعات و المعلومات الخاطئة والأخبار المزيفة ومجال للافكار المسمومة لنشر الفوضى والتضليل الإعلامي والأمني، فقد أظهر المصدر المفتوح -خارج الأطر التقليدية للمؤسسات الصحفية- دخول الإعلام السياسي الغربي كفاعل جديد في العمل الصحفي المدمر لأمن الدول من دون امتلاك أداة النشر أو علاقة بحقوق الطباعة والنشر، ومن دون قدرة الحكومة على التحكم في ذلك، فحتى في حالة منع أو حجب موقع الكتروني معين هناك مئات بل آلاف المواقع قادرة على نشر نفس المحتوى وأصبحت عبئا ثقيلا على الدول و أمنها الاجتماعي^(١١).

ثانياً: تعريف الشائعات

عرّف الدكتور مختار التهامي الشائعات بأنها "الترويج لخبر مختلق لا أساس له من الواقع أو تعمد المبالغة أو التهويل أو التشويه في سرد خبر فيه جانب ضئيل من الحقيقة ، أو إضافة معلومات كاذبة أو مشوهة لخبر معظمه صحيح أو تفسير خبر صحيح والتعليق عليه بأسلوب مغاير للواقع والحقيقة ، وذلك بهدف التأثير النفسي في الرأي العام المحلي أو الإقليمي أو العالمي أو القومي تحقيقاً لأهداف سياسية أو اقتصادية أو عسكرية على نطاق دولة واحدة أو عدة دول أو على النطاق العالمي بأجمعه"^(١٢). اما محمد شفيق فيعرفها بأنها الترويج لخبر مختلق من أساسه يوحي بالتصديق أو المبالغة بسرد خبر يحتوي على جزء ضئيل من الحقيقة، وهي تنتشر من خلال الكلمة الشفهية دون أن تتطلب مستوى من البرهان أو الدليل، كما أنها قد تنتقل عن طريق النكتة أو الحركة التعبيرية والترثرة والتنبؤ، والنوادر ، والطرائف، وإذا استعملت في أيام الحرب فإنها تعد من أسلحة الحرب النفسية لأنها تثير العواطف الجماهيرية، وتعمل على بلبلة الأفكار، أما إذا استعملت بعيداً عن ميدان القتال فتسمى همسا، كذلك إذا استعملت بدون تعمد فتسمى ثرثرة أو دردشة^(١٣) وتتضح أهمية دراسة الشائعات من التأثير الكبير على المجتمعات فقد تؤدي إلى تفكك وتدهور المجتمع ومن الممكن ان تؤدي إلى تماسكه وفقا لدورها في خفض أو رفع الروح المعنوية لذلك المجتمع. وعن طريق الشائعات يمكن أن تتبدل أو تتغير مواقف الأفراد وعلاقاتهم وتفاعلاتهم، ويمكن أن يعزف الناس عن شراء منتج أو زيارة مكان، فالشائعات يمكن أن تؤثر في الجوانب الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والنفسية والثقافية للشعوب ويمكن أن تؤثر في العلاقات الدولية واستقرار المجتمعات^(١٤). إن انتشار الإشاعات وسرعة تبادلها وتقلها بين أفراد المجتمع عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي جعل تداولها في هذه المواقع أحد المتغيرات الأساسية لاستهداف المجتمعات حيث تختلف الشائعة في طبيعتها وهدفها والمجتمع المستهدف من وراءها^(١٥).

ثالثاً: مضامين الشائعات وانواعها

تتنوع مضامين الشائعات فهناك شائعات سياسية (امنية ، عسكرية) ، اجتماعية ، دينية ، اقتصادية ، بيئية و فنية وتتعد أنواعها بحسب عدة متغيرات و اما فيما يخص موضوع بحثنا فسنتناول الأنواع الآتية :^(١٦)

١. الشائعة المندفعة : هي التي تنمو وتنتشر بصورة بطيئة بطريقة غير علنية فيعرفها ويسمع بها كل فرد.
٢. الشائعة الغاطسة : هي التي تروج في اوقات الازمات وتغوص وعندما يحدث شيء ما تظهر من جديد.
٣. شائعات الاحلام والاماني : هي التي تكون نابعة من امال ورغبات واحلام الجماهير وهي مجرد توقعات مقترنة بالنفاؤل.

٤. شائعات الخوف والبعع: هي التي تنتشر عندما ينتاب الجمهور مشاعر الخوف وعدم الاطمئنان ويكون سببها اضطرابات مختلفة.

٥. شائعات الكراهية والعنصرية: هي التي تثير الكراهية والعنصرية ضد فئات معينة من الجمهور ، وتعبّر عن مشاعر العدوان وهي اوسع الانواع واكثرها خطورة على المجتمع.

رابعاً : الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي

اصبحت مواقع التواصل الاجتماعي بيئة خصبة لتداول الشائعات لأسباب متعددة منها ان مواقع التواصل الاجتماعي يحررها مواطنون عاديون ليس لديهم الوعي الكافي بمخاطر الشائعة وليسوا اعلاميين متخصصين وليس محترفين تمرسوا على التمييز بين الخبر الزائف والخبر الحقيقي والشائعة، إذ اصبح الجمهور يستعمل هذه المواقع الالكترونية بدون قيد او شرط على الرغم من ضعف خبراتهم التقنية، واللغوية في التعامل معها والجهل وقلة خبرتهم بالسمات التي تقدمها هذه الوسائل وقلة معلوماتهم عن سلبيات الاستخدام المفرط لهذه الوسائل إذ اصبحوا يعتمدون على هذه الوسائل كبديل يوفر لهم حرية وانفتاح في تناول الاخبار والمعلومات والشائعات ومشاركتها التي وفرت لهم قدرا من الاشباع للحاجات التي لم يجدها في الوسائل الاخرى^(١٧) ولما تتسم به مواقع التواصل الاجتماعي، من إمكانيات تكنولوجية ضخمة ، لديها قدرة كبيرة على التلاعب و معالجة الصور الثابتة، وإنتاج مقاطع فيديو مختلفة وفبركتها، إلى جانب التحكم تقنيا في الصوت والصورة الأمر الذي جعل من الجمهور أمام مهمة صعبة في التحقق والتدقيق والتثبت مما يتم تداوله من اخبار وشائعات. ان بعض افراد المجتمع يقوموا بنشر الشائعات رغبة منهم بتحقيق سبق صحفي تحت ضغط الانفراد والتباهي بالاقتراب من صناع القرار وهم يجهلون الكثير من اخلاقيات العمل الإعلامي، كالدقة، والموضوعية والمسؤولية الاجتماعية التي يتسم بها الإعلاميين إضافة الى عدم اظهار الحقائق او تكذيبها من قبل المؤسسات الحكومية جعل الجمهور يصدق كل ما يراه في هذه المواقع وغياب الوعي لدى المؤسسات بمخاطر إخفاء وتزييف الحقائق، فضلا عن غياب التشريعات التي تحاسب مروجي الشائعات الالكترونية ومطلقها، و كثرة الأسماء المستعارة او الوهمية والتي تجعل الفرد لا يتعرف على مطلقي الشائعات ويصعب تتبعهم ومعرفة مواقعهم. كما أتاحت البيئة الالكترونية المفتوحة والعبارة للحدود الفرصة أمام أطراف خارجية في التدخل في الشؤون الداخلية ، واستعملت الجماعات الإرهابية مواقع التواصل الاجتماعي كمنصة إعلامية جديدة لإصدار الشائعات، لما توفره من سهولة في تدشين حسابات وصعوبة الحجب من قبل الدولة والعمل على اختراق القاعدة الشبابية، ويتم استعمال مواقع التواصل الاجتماعي في شن الحملات الإلكترونية المغرضة، وترويجها في موضوع معين ويتم استخدام الصور والفيديوهات المتحيزة لوجهة نظر معينة لشحن الرأي العام والتي قد يتم تركيبها أو اختلاقها أو إعادة استخدامها بشكل يؤثر في تحريك الأحداث، وفي شن الحروب النفسية ونشر الشائعات التي قد تضرب المصالح القومية بغية التأثير على الاستقرار الداخلي وخاصة مع توفر مجانية برامج التلاعب بالصور (photo shop) وغيره من برامج التلاعب بالفيديو بأحترافية اذا يظهر للجمهور على انه حقيقية ولايستطيع التمييز بينه وبين المحتويات المزيفة. لقد أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي هاجسا يهدد أمن الدول في العالم بأسره، إذ باتت حاضنة لهجمات الإرهابيين عبر الانترنت الذين يمارسون نشاطهم التخريبي من أي مكان في العالم، وهذه المخاطر تتفاقم بمرور كل يوم، لأن التقنية الحديثة وحدها غير قادرة على حماية الناس من العمليات الإرهابية المعلوماتية والتي سببت أضرارا جسيمة على الأفراد والمنظمات والدول^(١٨).

خامساً : مصادر انتشار الشائعات في الفيس بوك^(١٩)

- ١..حسابات وهمية تكون بأسماء مستعارة وبعضها يحظى بشهرة واسعة وعدد كبير من المتابعين والأصدقاء، وقد تقوم هذه الحسابات بنشر بعض الاسرار الشخصية بعض الشخصيات العامة كوسيلة لجذب المتابعين وبعضها يجني الكثير من المال عن طريق الإعلانات المدفوعة التي يقوم بنشرها على حسابه مما يجعلها أداة سهلة لاختلاق وتداول الشائعات.
- ٢.مجاميع منتشرة في مواقع التواصل الاجتماعي او صفحات خاصة يقوم بعض الأشخاص بفتحها لصالح فكرة معينة، وتستهدف شخصيات او أحزاب وهو ما قد يجعلها أداة سريعة لنقل وتداول الشائعات.
- ٣.الحسابات الشخصية التي تقوم بمشاركة الاخبار من مواقع غير موثوقة على الانترنت وهي مواقع لا تحظى بثقة عالية مثل المنتديات والمدونات وبعضها مخصص لنشر الاخبار الزائفة والشائعات وتسمى بالمواقع الصفراء واكثر الشائعات التي تنتشر فيها شائعات وفاة الشخصيات السياسية او المشاهير.
- ٤.الاخبار مجهولة المصدر وهي الاخبار التي تقوم وسائل الاعلام مصدره إياها وتكون منافية للحقيقة او تكهنات او بالونات اختبار لقياس ردة فعل الجماهير نحو قضية معينة.

ومن الأساليب التي تستعملها صفحات الفيس بوك في نشر الإشاعات : (٢٠)

- ١.ممارسات إعلامية خاطئة مخططة أو غير مخططة، وتساهم في تكوين الشائعة كالاتماد على مصادر مجهولة وغير معلنة، مثل ما تقوم به صفحات الفيس بوك باستعمال عبارات التأكيد " حسب مصادر مؤكدة " او "حسب مصادر مطلعة على الموضوع" "حسب مصادر موثوقة" بدون الإشارة إلى هذه المصادر بأسماء معينة، تبقى هذه المصادر مجهولة الهوية وغير معروف علاقتها بالموضوع المنشور وغياب كيفية حصولها على المعلومات.
- ٢.عدم التوازن في المادة الإعلامية كقيام القائم بنشر الإشاعات بمنع الأطراف المتحدث عنها في الدخول في حوار مباشر مع أصحاب الصفحة عن طريق خاصية "تجميد العضوية" فضلا عن استعمال اسلوب الإيحاء والتلميح، والذي يؤدي إلى قيام المتلقي بالتخمين والتوقع مما يؤدي إلى خلق الشائعات.
- ٣.الإثارة في العناوين، والتي قد تختلف مع مضمون الخبر والعديد من العبارات والعناوين المثيرة لجذب انتباه المتلقي والترويج لخبر مخلق، يتم نشره بطريقة قابلة للاستهلاك من الرأي العام، عن طريق المبالغة والتحويل في التشويه والتلاعب بالحقيقة بهدف التأثير، تحقيقا لأغراض سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية أو على النطاق المحلي، الإقليمي أو العالمي ، لإدخال الجماهير على نحو غير محسوس في الوعي.
- ٤.الإضرار و الابتزاز ويعني قيام بعض الأشخاص بنشر معلومات أو وثائق بهدف الانتقام الشخصي من أفراد أو شركات ومؤسسات سبق لهم العمل فيها وقد وقع عدد كبير من الافراد ضحية الابتزاز عن طريق نشر الصور أو التشهير أو التصوير دون علم أو إذن واستعمال مقاطع فيديو مفبركة أو نشر شائعات كاذبة، الغرض منها الحط من قدر الأشخاص وقد كثر هذا وأصبح مصدر ألم وقلق لكل لأن كل أحد يمكن أن يقع ضحية لهؤلاء المبتزين وغالبا ما يكون الافراد المستهدفين هم شخصيات سياسية واجتماعية او صناعات قرار لهم دور في المجتمع يتم استهدافهم بسبب قضية او موضوع ما او معاملة تم توقيفها او تهديد وما شابه ذلك.
- ٥.التشويق: تقوم صفحات متعددة بالتركيز على عنصر التشويق والإثارة في المنشورات بنشر عنوان يحتوي على تواعد و تهديد وخلق الإثارة لدى المتلقي، وتطلب من مشترك الصفحة بنشر هذا المنشور كشرط لنشر المحتوى الكامل للإشاعة حتى يتم تداولها على نطاق واسع فضلا عن الإثارة البصرية التي تهدف الصفحات المذكورة نشر الإثارة وإضفاء المصداقية على منشوراتها عن طريق الإثارة البصرية بنشر صور تضيف نوع من الشرعية على منشوراتها الذي يسهل معه التزوير والتلاعب بالصور وقد يصدقها الجمهور بسبب الجهل في إمكانية التأكد من صدق الصور ومقاطع الفيديو.

بادرت مجموعة من الشباب بأقامة مشروع يستهدف التصدي للشائعات ويتكون من عدة صفحات في مواقع التواصل الاجتماعي منها الفيس بوك وانستغرام وتويتر فضلا عن تطبيق خاص بالهواتف الإلكترونية لنظامي "الأندرويد والأبل"، وانشأت صفحة على موقع "الفيس بوك" في نيسان ٢٠١٦ هدفها التنبيه الى التدفق الهائل في الشائعات و تضليل الحقائق والمعلومات من قبل شخصيات وصفحات في الفيس بوك، بنقلهم الصورة الايجابية عن الحقيقة محدثين تصعيدا على المستوى السياسي والاجتماعي والثقافي والامني، هدفها مضاد للشائعات تقوم بتسويق افكار لتحقيق السلام والامن الاجتماعي عن طريق توظيف التقنية لكشف الحقائق والمعلومات المزيفة^(٢١). اذ قامت بكشف المئات من الاخبار "الكاذبة" وفضحها، وعرضها بعد اجراء المقارنة بينها وبين الاخبار الحقيقية غايتها هي، التقليل من العنف والطائفية الموجودة في مواقع التواصل الاجتماعي وبنفس الوقت تثقيف كل مستخدم لمواقع التواصل الاجتماعي بخصوص "التأكد" من الخبر قبل نشره خاصة، باعتماد اغلبهم على الاخبار التي تنشر لكونها سهلة الوصول والية عمل فريق يعمل عن طريق كل شخص من مكانه ومن دولته بدون الحاجة الى لقاءات، وكل شخص يعمل بالشيء الذي يبدع بيه حسب ما يصب بمصلحة الصفحة والجمهور وتطويرها^(٢٢) ويتألف المتطوعون في الصفحة من شباب عراقيين تتراوح أعمارهم ما بين (١٥-٤٠) عاماً، يعملون ويدرسون في مجالات مختلفة، يتم تدريبهم على تقنيات التحقق عن المصدر على الإنترنت، وتتلقى الصفحة نحو آلاف الرسائل شهرياً من متابعيها في العراق، يطلب أصحابها التحقق من خبر أو صورة ما، ولا تقوم الصفحة بنشر اي رد دون أن يكون مرفقاً معه المصدر او موثق ويكشف أيضا الجهة التي قامت بنشر الشائعة، وقد ساهم المشروع في إغلاق نحو ٧٠ حساباً تابعا لتنظيم داعش وذلك يعود الى الخبرات العالية التي يتمتع بها المتطوعين على الصفحة. ومعرفتهم ببرامج التحقق والامن الرقمي والكثير من التقنيات التي لايجيد الفرد البسيط استعمالها^(٢٣). وتعنى هذه الصفحة بالتسويق للسلام والامن الاجتماعي وكشف الشائعات والتضليل والفوضى التي تنتشر بشكل كبير في مواقع التواصل الاجتماعي في ظل شبه غياب للجهد حكومي، لمعالجة هذه المشكلة، خصوصا وان اغلب الشائعات تستهدف امن العراق ووحدته بعد سلسلة الازمات التي تعرض لها المجتمع العراقي ومهمتها الكشف عن أي صورة مفبركة او مقطع فيديو مقتطع، لتطلع الجمهور على حقيقته في مختلف المجالات مع بيان الروابط والمصادر التي تؤكد مصداقية الصفحة في مضامينها. وعن الجهة التي تقوم بالتمويل لهذه الصفحة فالقائمين عليها يدعون انهم متطوعين دون اجور وتقوم الصفحة بين مدة واخرى للتسويق لأنواع من القرطاسية يكتب عليها اسم وشعار الصفحة، ويرفض القائمين على الصفحة الكشف عن اسمائهم الحقيقية لأسباب امنية وحتى عند اقامة ورش العمل يكونوا على مستوى من الحذر. ويمكن تلخيص اهداف صفحة التقنية من اجل السلام في التصدي للشائعات بما يأتي: ^(٢٤)

١. يهدف القائمين على تغيير الأفكار والمواقف والتأثير في الرأي العام، وضمان كسب تأييده ودعمه، عن طريق ارسال رسائل اتصالية مختلفة ذات هدف محدد ومقصود الى الجمهور المستهدف بغية خلق وعي اجتماعي وهو عدم تصديق كل ما يرواه ويقراؤه.

٢. تصحيح سوء الفهم، والرد على الشائعات الموجه للمؤسسات، وتوضيح ما ينشر من شائعات ومغالطات تخص مؤسسات او شخصيات عامة.

٣. توعية الافراد بدورهم الفعال ومسؤوليتهم الاجتماعية في التصدي للشائعات التي تمس حياتهم اليومية، لتحقيق المصلحة العامة عن طريق تنمية الشعور الوطني والقومي للجماهير.

٤. يمكن للصفحة ان تقوم بالتنبؤ بالازمات، في ضوء نشر التحقيقات التي تمس مصالح الجماهير كالشائعات التي تروج لقطع الرواتب او افلاس الدولة او قطع الطرق.

٥.يرمي القائمين على الصفحة اطلاع الجمهور على الحقيقة بشكل أسهل وأسرع، وليس هذا فقط، وإنما جعل روابط إلكترونية يستطيع الجمهور والمهتم عن طريقها التعلم بشكل بسيط وسهل، وكيفية إيجاد المنشورات والأخبار المزيفة عن طريق البحث عن الفيديو المشكوك في صحته، ومواقع تقوم بتحليل الصور المفبركة والمعدل عليها ببرامج التصميم، وايضاً هناك مواقع وأدوات تقوم بمعرفة صحة التصريحات والكتب الرسمية والترجمات المزيفة، و ايضاً بمعرفة أماكن الانفجارات والحوادث بصورة حقيقية، فكل خبر مزيف له رابط وبرنامج وأداة معينة لكشفه، ويقومون احياناً بمراسلة جهات رسمية بشكل مباشر، لمعرفة مصداقية الخبر المرتبط بها.

المبحث الثالث : الإطار العملي

تحليل مضمون منشورات دور صفحة التقنية من اجل السلام في التصدي للشائعات

قامت الباحثة بتحليل مضمون الصفحة لمدة ثلاثة اشهر للتعرف عن كيفية توظيف الصفحة لمحاربة الشائعات التي تنتشر في المجتمع العراقي عبر المواقع الالكترونية ودورها في زعزعة الامن والاستقرار الاجتماعي وتوصلت الباحثة الى نتائج محددة وكم من الاستنتاجات التي ستورد لاحقاً.

العناصر التعريفية للصفحة

تعد العناصر التعريفية للصفحة بمثابة الهوية الرسمية للصفحة أمام الجمهور وضرورة أساسية في عملها لبناء اسم خاص بها وسمعة إلكترونية لزيادة عدد جماهيرها لذا يجدر بالصفحات إعطاؤها الاهتمام اللازم لتحقيق النجاح والتميز في ظل بيئة اتصالية باتت تزدهم بعدد هائل من الصفحات الالكترونية المتنافسة فيما بينها ويضمن عرض اسم الصفحة وويرمز شعار الصفحة "تنتهي وينا" الى نهاية الأكاذيب والتفويق، والرمز الخاص بها وأهدافها وترى الباحثة ان ذلك مهما لبناء استراتيجية خاصة بالصفحة لبناء علاقات تفاعلية ناجحة مع الجماهير المستهدفة وليبان دورها لكشف الشائعات ومحاربتها ولخلق وعي اجتماعي بأهمية التأكد من الاخبار والمعلومات قبل تداولها وحصانة من الشائعات التي أصبحت تهدد الأمن الاجتماعي.

الفئات الرئيسية في تحليل المضمون

وجدت الباحثة من المناسب تصنيف فئات مضمون صفحة (التقنية من اجل السلام) الى خمسة محاور، تمثل اتجاهات تحليل المضمون وكل محور ينطوي على مجموعة من الفئات الرئيسية ، وقد تبين من التحليل الكمي للمضمون أنها تبلغ (٢٣٦) منشور يستهدف محاربة الشائعات.

المحور الاول : فئات المضمون (ماذا قيل؟) :

١.موضوعات الشائعات جدول (١) يبين الفئات الرئيسية التي تتناول موضوعات الشائعات في صفحة التقنية من اجل السلام

ت	موضوعات الشائعات	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	سياسية (امنية ، عسكرية)	١٣٢	٥٥,٩٣	الأولى
٢	اجتماعية	٢٩	١٢,٢٨	الثانية
٣	فنية	٢٣	٩,٧٤	الثالثة
٤	دينية	١٨	٧,٦٢	الرابعة
٥	صحية	١٤	٥,٩٣	الخامسة
٦	بيئي	١١	٤,٦٦	السادسة

توظيف مواقع التواصل الاجتماعي في التصدي للشائعات □

اقتصادية	٧	٢,٩٦	السابعة
رياضية	٢	٠,٨٤	الثامنة
المجموع	٢٣٦	%١٠٠	-

يتضح من الجدول (١) الذي يتضمن موضوعات الشائعات ان فئة الموضوعات الرئيسية السياسية (الأمنية والعسكرية) جاءت في المرتبة الاولى، بعدد من التكرارات وصل الى (١٣٢) تكراراً، بنسبة (٥٥,٩٣%)، اما المرتبة الثانية فقد شغلها فئة الموضوعات (الاجتماعية) بتكرارات عددها (٢٩) ونسبة قدرها (١٢,٢٨%) ، مما يعطي مؤشراً على ان الفئات هذه قد تم تداولها بصورة أقل كثافة من الموضوعات السياسية، اما فيما يخص الموضوعات (الفنية) فقد جاءت بالمرتبة الثالثة بعدد (٢٣) من التكرارات وبنسبة (٩,٧٤%) وبحسب ما تضمنته الصفحات من ترويج للموضوعات الفن ، ومن اكثر الفئات تداولاً في هذا الجانب هي شائعات تخص المشاهير من الفنانين/ت، ثم احتلت المرتبة الرابعة الموضوعات (الدينية) وجاءت (١٨) بعدد من التكرارات ونسبة قدرها (٧,٦٢%) ، وتتراجع الفئة الصحية بعدد (١٤) بنسبة (٥,٩٣) تجعلها تأخذ المرتبة الخامسة، وفيما جاءت الموضوعات (البيئية) في المرتبة السادسة بعدد (١١) تكرار وبنسبة (٤,٦٦%) فيما احتلت الموضوعات الاقتصادية عدد (٧) تكرار وبنسبة (٢,٩٦%)، وختاماً الموضوعات الرياضية بنسبة (٢) بنسبة (٠,٨٤) .

٢. انواع الشائعات جدول (٢) يتضمن أنواع الشائعات

ت	أنواع الشائعات	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	المندفة	٩٨	%٤١	الأولى
٢	الخوف والبيع	٥١	%٢١,٦	الثانية
٣	الكرهية والعنصرية	٤٨	%٢٠	الثالثة
٤	الاحلام والاماني	٣٧	%١٥,٦	الرابعة
٥	الغاطسة	٤	%١,٦	الخامسة
	المجموع	٢٣٦	%١٠٠	-

يبين جدول (٢) أنواع الشائعات التي تم التصدي لها، إذ جاءت الشائعة (المندفة) بالمرتبة الاولى بنسبة (٤١%)، و(٩٨) تكراراً، وذلك يعود الى الازمات التي يعاني المجتمع العراقي وكما المشكلات التي تظهر وتتزايد يوميا الذي سيؤدي بعد ذلك الى ظهور شائعات مندفة. اما فئة شائعة (الخوف والبيع) جاءت بالمرتبة الثانية بنسبة (٢١%) و(٥١) تكراراً، وفي المرتبة الثالثة حلت، فئة شائعة (الكرهية والعنصرية) بنسبة (٢٠%) و(٤٨) تكراراً، وجاءت فئة شائعة (الاحلام والاماني) بالمرتبة الرابعة بنسبة (١٥,٦%) و(٣٧) تكرار وفي المرتبة الخامسة والأخيرة الشائعة (الغاطسة) بنسبة (١,٦%) وبتكرار (٤) .

٣. مواقع انتشار الشائعات جدول (٣) يتضمن المواقع الالكترونية الخاصة بانتشار الشائعات

ت	مواقع انتشار الشائعات	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	صفحات عامة	١٦٦	%٧٧	الأولى
٢	مواقع إعلامية	٤٥	%١٩	الثانية
٣	صفحات شخصية	٢٥	%١٠,٥	الثالثة
	المجموع	٢٣٦	%١٠٠	-

توضح البيانات في الجدول (٣) مواقع انتشار الشائعات في موقع فيس بوك و التي تصدرت الصفحات العامة الترتيب بفارق كبير إذ جاءت بنسبة (٧٧%) و(١٦٦) تكراراً، مما يؤكد اختفاء الجهات التي تقف وراء ترويج الشائعات وبالغالب هي جهات مجهولة المصدر لكي تتصل من مسؤوليتها تجاه المجتمع وبالتالي يتاح لها نشر ما يحلو لها دون ادراك أهمية لمصلحة الجمهور للفيس بوك، وقد جاءت بالمرتبة الثانية مواقع اعلامية بنسبة (١٩%) و(٤٥) تكراراً، اما في المرتبة الثالثة والأخيرة جاءت الصفحات الشخصية بنسبة (١٠,٥%) و(٢٥) تكراراً.

٤. الجمهور المستهدف من الشائعات جدول (٤) يتضمن الجمهور المستهدف من الشائعات

ت	ع الجمهور المستهدف	التكرار	نسبة المئوية	المرتبة
١	جمهور عام	٢١٣	%٩٠	الأولى
٢	جمهور خاص	٢٣	%٩,٧	الثانية
٣	المجموع	٢٣٦	%١٠٠	-

يبين جدول (٤) الجمهور المستهدف من الشائعات التي تم التصدي لها، إذ جاء استهداف الشائعات ل(الجمهور العام) بالمرتبة الاولى بنسبة (٩٠%) و(٢١٣) تكراراً، بفارق كبير عن المرتبة الثانية والتي بلغت نسبتها (٩,٧%) و(٢٣) تكراراً.

٥. مصدر الشائعات جدول (٥) يتضمن مصدر الشائعات

ت	مصدر الشائعات	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	محلي	١٩٧	%٨٣	الأولى
٢	إقليمي	٢١	%٨,٨٩	الثالثة
٣	عربي	١٥	%٦	الثانية
٤	دولي	٣	%١,٢	الرابعة
-	المجموع	٢٣٦	%١٠٠	-

يبين جدول (٥) مصدر الشائعات التي تم التصدي لها، إذ جاء المصدر (المحلي) بالمرتبة الاولى بنسبة كبيرة (٨٣%)، و(١٩٧) تكراراً، اما مصدر الشائعات (الاقليمي) جاء بالمرتبة الثانية بنسبة (٨,٨٩%) و(٢١) تكراراً، وفي المرتبة الثالثة حل مصدر الشائعات (العربي) بنسبة (٦%) و(١٥) تكراراً.

ثانياً : من حيث الشكل :

١. استعمال الوسائط المتعددة في نشر الشائعات جدول (١) يوضح استعمال الوسائط المتعددة

ت	الوسائط المتعددة المستخدمة في النشر	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	نص وصور	١٧٥	%٧٤	الأولى
٢	ص وصور ومقطع فيديو	٤١	%١٧	الثانية
٣	نص ومقطع فيديو	١٠	%٤,٢٣	الثالثة
٤	نص	٩	%٣,٨	الرابعة
٥	صور	١	%٠,٤	الخامسة
-	المجموع	٢٣٦	%١٠٠	-

وظفت الصفحة الوسائط المتعددة المتاحة في الفيس بوك لأنها طرق مهمة لزيادة التفاعل ولما تتمتع به من مميزات كالترامن بين النص، والصورة، والصوت والحركة والفيديو وتشير البيانات في الجدول (١) الى استعمال الوسائط المتعددة في الصفحة ، ان أكثر الوسائط المتعددة استعمالاً في المواقع هو استخدام النص والصورة بالمرتبة الأولى بنسبة (٧٤%)، و(١٧٥) تكراراً، وهي نسبة كبيرة جداً ، وجاء بعد ذلك النص والصور ومقطع الفيديو وكانت نسبتها (١٧%) و(٤١) تكراراً، اما النص والفيديو فقد بلغت نسبة استعماله (٤,٢٣%) بتكرار (٩) من اجمالي الوسائط المتعددة ، في حين لم تكن هناك أي نسبة لوسائط الصور فبلغت أيضاً (٠,٤%) وبتكرارين.

٢. طرق جذب الجمهور جدول (٢) يوضح الطرق المستخدمة لجذب الجمهور للصفحة

ت	طرق جذب الجمهور	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	الروابط والمصادر والهاشتاغ والملاحظات	١٤٢	٣٧,٨	الأولى
٢	الهاشتاغ	٨٢	٢١,٨	الثانية
٣	الملاحظات	٥٢	١٣,٨	الثالثة
٤	المصادر	٥٠	١٣	الرابعة
٥	الروابط	٤٨	١٢,٨	الخامسة
	المجموع	٣٧٥	%١٠٠	-

توضح البيانات في الجدول (٢) طرق جذب الجمهور لصفحة (التقنية من اجل السلام) في موقع فيس بوك إذ جاء استخدام الروابط والمصادر والهاشتاغ بنسبة (٣٧,٨%) و(١٤٢) تكراراً، وقد جاء استخدام الهاشتاغ بالمرتبة الثانية بنسبة (٢١%) و(٨٢) تكراراً، فيما جاء استخدام الملاحظات بالمرتبة الثالثة بنسبة (١٣%) و(٥٠) تكراراً ، وجاءت فئة (المصادر) بالمرتبة الرابعة بنسبة (١٣%) و(٥٠) تكرار وفي المرتبة الخامسة والأخيرة جاءت (الروابط) بنسبة (١٢,٨%) و(١٢,٨) تكراراً.

الاستنتاجات :

١. اولت الصفحة اهتماماً للتصدي للشائعات على الجانب السياسي اكثر من الفئات الأخرى والتي اشتملت على موضوعات (امنية وعسكرية) وكان نوع الشائعة المندفعة هو الأكثر شيوعاً ويعود ذلك الى ما شهدته الساحة السياسية من مشاكل اثناء تشكيل الكابينة الوزارية، وما نتج عنها من مشاكل وتحديات متعددة كان هدفها زعزعة الأمن والاستقرار لدى المجتمع العراقي وتكمن خطورة الشائعات السياسية في أنها تستخدم ضد أفراد تتوافق مع مزاجهم وتفكيرهم؛ فتجذبهم إليها ليصبحوا أدوات لنشرها ومشاركتها تسويقها بمعنى التفاعل معها دون أن يدركوا مدى خطورتها بالتزامن مع سرعة انتشارها مما تسبب خطراً على امن وسلامة المجتمع.

٢. ركزت الصفحة على محاربة الشائعات التي تخص شخصيات سياسية معينة دون غيرها فضلاً عن شائعات تخص بين دول معينة (ايران، السعودية و قطر) مما ترجعه الباحثة ارتباط هذه الصفحة بشخصيات سياسية تقوم بتمويلها وتدفع اموال لها كونها من اكثر الصفحات متابعة وتحظى بمستوى اهتمام الجمهور.

٣. تبين ان تحديث الصفحة يتم دورياً وبشكل يومي ويتم تناولها اخر الاخبار المتداولة ما يجعلها قريبة من المواطن وتأخذ مكانتها لدى الجمهور واصبح الكثير من الافراد يقصدوا الصفحة للتأكد من صدق الاخبار من عدمها.

٤. تقوم الصفحة ببناء علاقات عامة إيجابية مع الجماهير عن طريق التواصل معهم لكسب ثقتهم اذ تولي الصفحة اهتمام بتلقي ردود افعال الجمهور وآرائهم واستفساراتهم، وذلك يُمكن الجمهور التأكد من شائعة تنتشر قبل ان تتطور الى مشكلات كبيرة ويتم التفاعل معها على نطاق واسع بما يحد من انتشار الشائعات بشكل سريع و لتكون مصدر معلومات اساسي للجمهور مما يعكس وعي القائمين عليها بأهمية الجمهور كعنصر مهم في نشر أي محتوى اعلامي والمحافظة على اتصال ذو اتجاهين ما بين الصفحة وجمهورها.

٥. يمثل استعمال اللهجة الفصحى في المنشورات اسلوباً فعالاً للتواصل مع الجمهور لان مخاطبته بنفس لغته تسهم بخلق انطباعاً ايجابياً لدى الجمهور من ان المصدر عربي يتكلم لهجته وتتسم بالقرب منه التي تتميز بفهم مشترك لكل من يتكلم العربية الفصحى فيما كان شعار الصفحة "تنتهي وينا" باللغة العامية وترى الباحثة ان هذه استراتيجية ناجحة للوصول الى الجمهور واشراك الجمهور معه في محاربة الشائعات لاسيما وان في كل منشور يوضع (الهاشتاغ) باللغة العامية وبعض المنشورات التي استخدمت اللغة الوسطى وهي ما بين الفصحى والعامية .

٦. استخدمت الصفحة اساليب متنوعة لتشجيع المتصفحين على زيارة الصفحة عدة مرات في اليوم لزيادة اعداد المتابعين والمتفاعلين مع الصفحة فضلاً عن تزويد الجمهور بتفاصيل عن اقامة ورشات عمل لتدريب الشباب وتطوير مهاراتهم في الامن الرقمي واقامت الصفحة اكثر من (٤) ورشات خلال مدة انجاز البحث لزيادة اعداد العاملين في الصفحة.

٧. قام الصفحة بالكشف عن مواقع اعلامية وصفحات اعلامية تقوم بالتسويق للشائعات وتبين ان الصفحات المحلية هي اكثر المصادر التي تقوم بتسويق الشائعات وهي مجهولة المصدر ويستغلها بعض الافراد حتى لا يعرفهم الجمهور بأسمائهم الحقيقية مما يكشف غياب المسؤولية وهدفهم اشاعة الفوضى وهذه المواقع والصفحات لها جمهورها وسمعتها فهي تبحث عن سبق الصحفي وتنتشر اخبار غير مؤكدة مما يعكس على سمعتها وصورتها الذهنية لدى الجماهير ومن ابرز تلك المواقع التي رصدتها الصفحة (قناة السومرية، قناة الفرات، اذاعة الرأي العام، وكالة العراق الاخبارية، شبكة الاعلام العراقي) ومن ابرز الصفحات تسويقاً للشائعات هي (بغداد موديل ، دافنشي ، بغداد ، العراق موديل) وغير ذلك.

٨. تبين اهتمام الصفحة بتوظيف الوسائط المتعددة كونها اسلوب مهماً يسهم في تفاعل الجمهور معها فضلاً عن استخدام طرق متعددة لجذب الجمهور والجمع بين الروابط والمصادر والهاشتاغ والملاحظات لزيادة ثقة الجمهور بالصفحة وما تبثه من معلومات فضلاً عن حث الجمهور على التأكد بأنفسهم من صدق المعلومات.

٩. يتمتع القائمين على الصفحة بخبرات تقنية نوعية في الامن الرقمي واتساع الأفق ومعرفة بكل حيل وثغرات الانترنت وهذه الخبرات نادرا ما نجدها في المؤسسات الحكومية ذات الحاجة لهذه الإمكانيات.

التوصيات :

نظراً لما تمثله الشائعات من خطر يهدد الأمن الوطني للمجتمع العراقي، فإن هناك ضرورة للتعامل الفاعل والسريع مع الشائعات، والعمل على وقف انتشارها، لذا توصي الباحثة بما يأتي :

١. تعزيز التعاون ما بين وسائل الاعلام والمؤسسات الحكومية وغير الحكومية لإصدار بيانات من الجهات التي تستهدفها الشائعات ، لتوضيحها للجمهور وبيان مدى صحتها.

٢. القيام بحملات إعلامية مستخدمة وسائل الاتصال المختلفة تستهدف تحصيل الجمهور العراقي من الشائعات وتوعيتهم بمخاطرها.

٣. ينبغي على هيئة الاعلام والاتصالات اغلاق المواقع الإعلامية والصفحات التي تبث الشائعات لتعزيز دور الاعلام في التصدي للشائعات.

٤. قيام الجهات الأمنية (وزارة الداخلية) بالاتي :
- أ/توعية الأفراد متلقو الأخبار بالمسؤولية قبل ترويج أي خبر يأتي إليهم عبر وسائل التواصل الاجتماعي ضرورة العودة لمصادر الأخبار الرسمية في الحكومة.
- ب/تدريب منتسبي الوزارة على اليات الرصد والتحليل والامن الرقمي وذلك لقلّة الخبرات الموجودة للقيام بأنشاء صفحة الكترونية مماثلة لصفحة التقنية من اجل السلام تقوم بالتصدي للشائعات لاسيما تلك التي تستهدف تهديد النظام الاجتماعي .
- ج/ملاحقة مروجي الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي والحزم في تطبيق العقوبات التي يقررها القانون العراقي على من يقوم بنشر الشائعات والترويج لها، سواء بقصد أو من دون قصد.
- ٥.الاستعانة بالمؤسسات الدينية للعمل على مزيد من التوعية الدينية لأفراد المجتمع، والتوعية أن الشائعات أمر مناف لما جاء به الدين الإسلامي جملةً وتفصيلاً.
- ٦.يتطلب ضرورة تدقيق وسائل الإعلام من صحة المعلومات التي تنشرها وذلك من الجهات الرسمية، وثانيا وضع استراتيجية إعلامية وقائية تستخدم وسائل الإعلام كافة من أجل توعية أفراد المجتمع بمفهوم الشائعات والظروف المرتبطة بنشأتها وتطورها والمخاطر والآثار الناجمة عنها، وكيفية تحليلها للكشف عما تتضمنه من شائعات تستهدف زعزعة الامن واستقرار.

المصادر والمراجع

- * هذه الاحصائية خلال مدة انجاز البحث من ٢٠١٩/٩/١ لغاية ٢٠١٨/١٢/١ وهي قابلة للزيادة.
- (١) شيماء ذو الفقار زغيب، مناهج البحث والاستخدامات الاحصائية في الدراسات الإعلامية، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٩م، ص١٢٣.
- (٢) شيماء ذو الفقار زغيب، مصدر سابق، ص١٣٧.
- (٣) سمير محمد حسين، بحوث الإعلام، القاهرة، عالم الكتب، ١٩٩٩، ص٢٦٠.
- (٤) كامل حسون القيم، مناهج وأساليب كتابة البحث العلمي في الدراسات الإنسانية، بغداد، مركز حمورابي للبحوث والدراسات الاستراتيجية، ٢٠١٢، ص١٧٣.
- (٥) السيد بخيت، شبكة الانترنت كوسيلة اتصال جديدة الجوانب الإعلامية والصحفية والتعليمية والقانونية والأخلاقية، ط٢، العين، دار الكتاب الجامعي، ٢٠١٢، ص٣٠.
- (٦) سمير محمد حسين، بحوث الإعلام، مصدر سابق، ص٢٦٠.
- * الخبراء المحكمين هم :١.د علي الشمري/كلية الاعلام/جامعة بغداد/قسم العلاقات العامة.٢.د جاسم العقابي/كلية الاعلام/جامعة بغداد/قسم العلاقات العامة.٣.د علاء اللامي/كلية الفنون التطبيقية/الجامعة التقنية الوسطى/قسم تقنيات الإعلان. معادلة ثبات (هولستي) والتي تنص على:

$$R=2M/N1+N2$$

إذ R = معامل الثبات.

M = عدد الفئات التي اتفق عليها الباحث في التحليل مرتين.

N1+N2 = مجموع عدد الفئات التي حلت في المرتين.

فيصبح معامل الثبات.

(٧) حسنين شفيق، الاعلام الجديد، القاهرة، دار الفكر والفن للطباعة والنشر والتوزيع، ٢٠١١، ص١٨١.

(٨) حسني عوض، أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية الاجتماعية لدى الشباب. بحث متاح على الرابط: http://www.qou.edu/arabic/conferences/socialResponsibilityConf/dr_housniAwad.pdf تاريخ الزيارة ٢٠١٣/٢/٣.

(٩) علي محمود ابوليلة، الاعلام والمجتمع، تشكيل الثقافة وبناء المجتمع الافتراضي، الرياض، قرطبة للنشر والتوزيع، ٢٠١٤م، ص ٣٣-٣٤.

(١٠) ساعد ساعد، الثقافي والاجتماعي في مواقع التواصل، المنتدى السادس للأعلام الجديد التحديات النظرية والتطبيقية،

(١١) حكيم غريب، مخاطر مواقع التواصل الاجتماعي على الامن المجتمعي، مداخلة قدمت في الندوة النقاشية العلمية الدولية

حول "عولمة الاعلام السياسي وتحديات الأمن القومي للدول النامية"، الجزائر، المدرسة الوطنية العليا للعلوم السياسية، ١١

(١٢) عولمة الاعلام السياسي وتحديات الأمن القومي للدول النامية"، الجزائر، المدرسة الوطنية العليا للعلوم السياسية، ١١

(١٣) هالة منصور، الاتصال الفعال. مفاهيمه وأساليبه ومهاراته، المكتبة الجامعية، الإسكندرية، ٢٠٠٠م، ص ١٨٠.

(١٤) محمد منير حجاب، الشائعات وطرق مواجهتها، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠٠٧م، ص ٢.

(١٥) شرف الدين بن ارث، الإشاعات و أثرها على الإستقرار الأمني و السياسي للدولة "حقائق من صفحات التواصل

الاجتماعي "صفحات الفيس بوك (Facebook) الجزائرية، الجزائر، بدون تاريخ، ص ١.

(١٦) محمود السيد ابو النيل، علم النفس الاجتماعي عربيا وعالمياً، القاهرة، مكتبة الانجلو مصرية، ٢٠٠٩، ص ٣٠١-٣٠٢.

(١٧) نهلة نجاح العنزي، الاعلام الجديد ومحاربة الشائعات، ورقة عمل قدمت الى ملتقى كلية الاعلام (البيئة الاتصالية

الجديدة الوسائل والادوات) ٢٠١٨، ص ٣.

(١٨) حكيم غريب، مخاطر مواقع التواصل الاجتماعي على الامن المجتمعي، مداخلة قدمت في الندوة النقاشية العلمية الدولية

حول "عولمة الاعلام السياسي وتحديات الأمن القومي للدول النامية"، الجزائر، المدرسة الوطنية العليا للعلوم السياسية، ١١

(١٩) رضا عبدالواجد أمين، مواقع التواصل الاجتماعي والشائعات (النار والهشيم)، مصر، ٢٠١٦، ص ٤٤٤-٤٤٥.

(٢٠) شرف الدين بن ارث، الإشاعات و أثرها على الإستقرار الأمني و السياسي للدولة "حقائق من صفحات التواصل

الاجتماعي "صفحات الفيس بوك (Facebook) الجزائرية، الجزائر، بدون تاريخ، ص ١٣-١٤.

(٢١) ملاحظة بالمشاركة رصدها الباحثة اثناء مشاركتها في ورشة تدريبية حول (التحقق من المحتوى والامن الرقمي) لدى

القائمين على الصفحة في بغداد بتاريخ من ١٤-١٧/٨/٢٠١٨.

(٢٢) حوار صحفي اجراه امير ساطع مع فريق: صفحة التقنية من اجل السلام" منشور على الموقع الالكتروني لوكالة وان

نيوز الاخبارية <http://oneiraqnews.com/index.php?aa=news&id22=1249#.WsPIhtQj> تاريخ الزيارة

(٢٣) ملاحظة بالمشاركة رصدها الباحثة اثناء مشاركتها في ورشة تدريبية حول (التحقق من المحتوى والامن الرقمي) لدى

القائمين على الصفحة في بغداد بتاريخ من ١٤-١٧/٨/٢٠١٨.

(٢٤) ملاحظة بالمشاركة رصدها الباحثة اثناء مشاركتها في ورشة تدريبية حول (التحقق من المحتوى والامن الرقمي) لدى

القائمين على الصفحة في بغداد بتاريخ من ١٤-١٧/٨/٢٠١٨.

