

Th Roll Fth Iraqi Press In Converting Rams
At Ammanzing Sketty: A Field Study.

دور الصحافة العراقية في مواجهة الشائعات
وتحصين المجتمع: دراسة ميدانية.

Dr.Prof Haider Shaheed Hashim ^{1,*,}
Al-Mustansiriya University / College of Arts /
Department of Media ^{*1}

أ.م.د. حيدر شهيد هاشم ^{*,1}
الجامعة المستنصرية - كلية الآداب قسم الإعلام ^{*,1}

ABSTRACT

The research deals with the role of the Iraqi print press in confronting one of the important problems facing Iraqi society represented by the rumors that are promoted for several reasons and purposes. It is one of the roles of the media in our societies that suffer from the recurrence of rumors. research aims to achieve several aims, including identifying the respondents' assessment of the extent of the success of the Iraqi press in revealing facts and refuting rumours ,Identifying the most common types of rumors that the Iraqi press dealt with from the point of view of the research sample, the researcher reached many results, the most important of which is the contribution of the Iraqi print press in confronting rumours, and political rumors are the types of rumors that it confronted.

الخلاصة

يتناول البحث دور الصحافة الورقية العراقية في مواجهة واحدة من بين المشكلات المهمة التي تواجه المجتمع العراقي متمثلة في الشائعات التي يروج لها لأسباب وغايات عدة، وهو واحد من بين أدوار وسائل الإعلام في مجتمعاتنا التي تعاني من تكرار ظهور الشائعات بين الفينة والأخرى نتيجة الصراعات والتنافس بين الأحزاب والشخصيات السياسية في السنوات الأخيرة، فضلاً عن سهولة إنتشار تلك الشائعات في المجتمعات التي تتعرض للأزمات المختلفة وتوفر إمكانات نشرها عن طريق مختلف الوسائل وفي مقدمتها وسائل التواصل الاجتماعي، ويهدف البحث إلى تحقيق أهداف عدة، من بينها التعرف على تقييم المبحوثين لمدى نجاح الصحافة العراقية في كشف الحقائق وتفنيد الشائعات، والوقوف على أكثر أنواع الشائعات التي تصدت لها الصحافة العراقية من وجهة نظر عينة البحث، وتوصل الباحث إلى نتائج عديدة، أهمها إسهام الصحافة الورقية العراقية في مواجهة الشائعات، وتصدر الشائعات السياسية أنواع الشائعات التي تصدت لها.

الكلمات المفتاحية:

الصحافة العراقية، الشائعات، تحصين المجتمع

Keywords:

Iraqi press, Rumors, Society Immunization

Received

استلام البحث

20/12/2024

Accepted

قبول النشر

21 /2/2025

Published online

النشر الإلكتروني

15/3/2025

المقدمة:

على الرغم من التراجع الكبير في دور الصحافة الورقية أمام التوجه الكبير للجمهور نحو الوسائل الإلكترونية التي باتت في الصدارة، ألا أنها "الصحافة الورقية" ما زالت تؤدي أدوراً عدة في المجتمعات التي تصدر فيها، متسلحة بالخبرة الكبيرة التي تحصلت عليها كونها الأقدم بين الوسائل، فضلاً عن التزامها بمعايير العمل الإعلامي، ومن المعروف أن أدوار وسائل الإعلام تظهر في المجتمعات التي تتعرض إلى الازمات، ومن البديهي ظهور الأزمات في المجتمعات التي تشهد اضطرابات وعدم الاستقرار السياسي والاقتصادي، لا سيما في الفترات الإنتقالية، وهذا ما يحدث في العراق منذ سنوات حيث تتردد مختلف أنواع الشائعات التي تجد رواجاً كبيراً في المجتمع مستندة إلى وسائل التواصل الاجتماعي في عملية رواجها نتيجة غياب الرقابة وإمكانية نشر كل ما يرغب المستخدمون بنشره، الأمر الذي دفع الباحث إلى دراسة أساليب الصحافة الورقية في مواجهة تلك الشائعات ودورها في تحصين المجتمع العراقي ضدها.

المبحث الأول: منهجية البحث

أولاً. مشكلة البحث:

تشهد الساحتين المحلية والعربية تحديات كثيرة، أبرزها ما يتعلق بانتشار الشائعات المختلفة والتي تحاول زعزعة استقرار الدول، ومن دون شك تعتمد الجهات الرسمية وغير الرسمية على دور وسائل الإعلام المختلفة في التصدي لتلك الشائعات عن طريق تنوير الجمهور بالحقائق التي تحض كل المعلومات غير الدقيقة، ومن بين تلك الوسائل الصحافة التي تؤدي دوراً في مواجهة كل ما من شأنه تعكير الأجواء وتهديد الأمن المجتمعي، ويكتنف دور الصحافة العراقية الغموض في هذا الجانب، وبغية تسليط الضوء على أساليب الصحافة العراقية في مواجهة الشائعات، وضع الباحث عدد من التساؤلات التي يسعى إلى الإجابة عنها بطرق علمية منهجية، إذ يمكن صياغة مشكلة البحث بالتساؤلات الآتية:

١. ما أساليب الصحافة العراقية في مواجهة الشائعات من وجهة نظر المبحوثين؟
٢. ما تقييم المبحوثين لمدى نجاح الصحافة العراقية في كشف الحقائق وتفنيد الشائعات؟
٣. ما مدى اعتماد الجمهور على الصحافة العراقية في الحصول على المعلومات الخاصة بمواجهة الشائعات؟
٤. ما الفنون الصحفية التي يفضلها المبحوثين لمواجهة الشائعات في الصحافة العراقية؟
٥. ما تقييم المبحوثين لدور الصحافة في تحصين المجتمع ضد الشائعات؟

ثانياً. أهمية البحث:

تتمثل أهمية البحث في جوانب عدة، من بينها ما يأتي:

١. دراسة أساليب الصحافة العراقية في مواجهة واحدة من بين الظواهر المهددة لأمن المجتمع، عن طريق إخضاعها إلى دراسة علمية وفق طرق منهجية وصولاً إلى نتائج دقيقة.

٢. محاولة الوقوف على كيفية إسهام الصحافة العراقية في مواجهة الشائعات بشكل علمي ومنهجي.

٣. الاسهام في توفير معلومات موثقة وعلمية عن طريق تقديم دراسة بشأن دور واحدة من بين أقدم وسائل الإعلام في مواجهة الشائعات.

ثالثاً. أهداف البحث:

تتمثل أهداف البحث بما يأتي:

١. الكشف عن أساليب الصحافة العراقية في مواجهة الشائعات من وجهة نظر المبحوثين.
٢. معرفة تقييم المبحوثين لمدى نجاح الصحافة العراقية في كشف الحقائق وتفنيد الشائعات.
٣. التعرف إلى مدى إعتداد الجمهور على الصحافة العراقية في الحصول على المعلومات الخاصة بمواجهة الشائعات.
٤. تحديد الفنون الصحفية التي يفضلها المبحوثين لمواجهة الشائعات في الصحافة العراقية.
٥. معرفة تقييم المبحوثين لدور الصحافة في تحصين المجتمع ضد الشائعات.

رابعاً. فروض البحث:

الفرض الأول: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مدى نجاح الصحافة العراقية في كشف الشائعات وأسباب الانحسار.

الفرض الثاني: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مدى نجاح الصحافة العراقية في كشف ومواجهة الشائعات وموضوع تلك الشائعات.

الفرض الثالث: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين إسهام الصحافة العراقية في كشف الحقائق وجنس المبحوثين (ذكور، إناث).

خامساً. نوع البحث ومنهجه:

يعد هذا البحث وصفيّاً من حيث النوع، فقد استخدم الباحث منهج المسح الميداني لجمع معلومات من الجمهور كونه يراه الأنسب لهذه الدراسة، وتم تصميم إستمارة إستبانة بعدد من المحاور والأسئلة لتحقيق ذلك، ومن ثم تم توزيعها بين المبحوثين.

سادساً. أدوات البحث:

إستخدم الباحث عدد من الأدوات العلمية، لغرض تحقيق أهداف البحث، وكالاتي:

١. **الملاحظة:** أداة علمية أعتمدها لمتابعة الصحف الورقية العراقية للتعرف على طبيعة مواجهتها للشائعات عن طريق نشر المعلومات والحقائق التي تسهم في ذلك.

٢. **الإستبانة:** صممت بهدف الحصول على معلومات من عينة البحث لغرض الحصول على مؤشرات علمية تتوصل عن طريقها إلى نتائج دقيقة ومسندة علمياً، فقد أعدّ الباحث إستمارة إستبانة بمحاور وأسئلة تتناسب مع الغرض من الدراسة.

سابعاً. الصدق:

تم عرض إستمارة الإستبانة على خبراء (*) للتحقق من دقتها وصدقها الظاهري، فكانت نسبة الاتفاق بينهم (٨٩%)، وهي نسبة جيدة جداً ومقبولة من الناحية العلمية وكانت نسبة إتفاقهم على فقراتها (٨٨%)، وهي نسبة جيدة.

ثامناً. مجتمع البحث وعينته:

يعد اختيار مجتمع البحث من خطوات البحث العلمي الرصين الأكثر أهمية، إذ أنها تسهم في التوصل إلى نتائج علمية دقيقة، وبما ان المنهج المستخدم في هذه الدراسة هو دراسة الجمهور لتناسبها للمشكلة العلمية الخاضعة للدراسة، فقد تم تحديد مجتمع البحث بأساتذة الجامعات ممن يتابعون الصحف العراقية، وتم توزيع إستمارة الإستبانة في جامعتي المستنصرية والنهرين بشكل عشوائي، وتم ملئ (١٢٤) إستبانة مكتملة من المبحوثين.

(*) أسماء الأساتذة المحكمين للاستمارة.

١. أ. د جعفر شهيد هاشم، قسم الصحافة الإذاعية والتلفزيونية، كلية الإعلام، جامعة بغداد.
٢. أ. د سهام حسن الشجيري، قسم الصحافة، كلية الإعلام، جامعة بغداد.
٣. أ. م. د رجا أحمد آل بهيش، قسم الصحافة، كلية الآداب، الجامعة المستنصرية.

تاسعاً. حدود ومجالات البحث:

تتضمن حدود البحث ومجالاته الآتي:

أ. **المجال المكاني:** تم إعتداد المجال المكاني وهو كليات جامعتي المستنصرية والنهرين.

ب. **المجال الزماني:** حدد هذا المجال للمدة (٢٠٢٤/١٠/١) إلى (٢٠٢٤/١١/١٥)، وهي المدة

المستغرقة في عملية توزيع الاستبانة وجمع البيانات وتحصيل النتائج.

ت. **المجال البشري:** يتمثل في أساتذة الجامعات العراقية في كل من جامعتي المستنصرية والنهرين.

عاشراً. المفاهيم والمصطلحات:

— **الصحافة العراقية:** وهي الصحف الورقية المحلية منتظمة الصدور.

— **الشائعات:** عبارة عن معلومات غير صحيحة بأكملها أو جزء منها تهدف إلى المساس بشخص أو جماعة أو دولة، يتم تداولها شفهيًا أو إعلاميًا، دون ذكر مصادرها.

البحث الثاني: الصحافة ودورها في مواجهة الشائعات

أولاً. مفهوم الصحافة

الصحافة هي الصحف والمجلات التي تصدر بأعداد متسلسلة دورية ومواعيد صدورها ثابتة^(١). وتعتمد الصحافة على جمع البيانات عن مختلف الأحداث والوقائع وإخضاع تلك البيانات لعملية تمحيص وتحرير قبل النشر في المطبوع^(٢).

وتعرف أيضاً بأنها "إصدار يحتوي على أخبار ومعلومات وإعلانات تطبع على ورق زهيد الثمن"^(٣).

ثانياً. وظائف الصحافة

هناك وظائف عدة للصحافة، أبرزها:

١. **الوظيفة الإخبارية:** تعد الوظيفة الأساسية للصحافة منذ بداية نشوئها وتتمثل في نشر الاخبار والمعلومات عن مختلف الاحداث والوقائع^(٤).

٢. **نشر الوعي والثقافة:** وهي الوظيفة الثانية بعد الاخبار، واسهم هذا التوجه للصحافة إلى ظهور صحافة الرأي لغرض التأثير في الرأي العام^(٥).

٣. **التسلية:** تعد من بين الوظائف المهمة للصحافة كنشر الأبراج والكلمات المتقاطعة والقصص والروايات المسلية.

٤. **الإعلان:** تعد من بين الوظائف المهمة والتي تسهم في تحقيق إيرادات للصحف والمعلن معاً^(٦).

٥. **الشرح والتفسير والتحليل:** برزت هذه الوظيفة مع تزايد الحاجة إلى تفسير وتحليل المعلومات عن الأحداث لعدم اكتفاء الجمهور بالحصول على المعلومة^(٧).

ثالثاً. الشائعات

(١) فاروق أبو زيد، مدخل إلى عالم الصحافة، (القاهرة: عالم الكتب، ٢٠٠٧م)، ص ٣٩.

(٢) لؤي خليل، الاعلام الصحفي، (عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١٠م)، ص ٦.

(٣) مصطفى ربحي عليان، النشر الالكتروني، (عمان: الفائز للنشر والتوزيع، ٢٠١٠م)، ص ٢٦٧.

(٤) عبد الرحمن عزي وآخرون، عالم الاتصال، (الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، ١٩٩١م)، ص ١١.

(٥) ذهبية سيدهم، الاساليب الاقناعية في الصحافة المكتوبة دراسة تحليلية للمضامين الصحية في جريدة الخبر، رسالة ماجستير غير منشورة، الجزائر: جامعة قسطنطينة، ٢٠٠٤م، ص ٣٨.

(٦) محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الاعلامية، ط ٢، (القاهرة: عالم الكتب للنشر، ٢٠٠٤م)، ص ٢٣٠.

(٧) أشرف صالح، مقدمة في الصحافة، (القاهرة: مركز جامعة القاهرة، ٢٠٠١م)، ص ١٣٤.

قدم المختصون الكثير من التعريفات للشائعة كل من وجهة نظره، فقد عرفها أحدهم بأنها "الحديث أو القول أو الخبر أو الرواية يتناقله الناس دون التأكد من صحته أو التحقق من صدقه، ويميل الناس إلى تصديق ما يسمعون دون محاولة للتأكد من صحته، ثم يروونه لغيرهم، وقد يضيفون إليه بعض التفاصيل الجديدة"^(١).

وتعرف بأنها "عبارة عن رواية مصطنعة عن شخص أو جماعة أو دولة، يتم تداولها شفها أو إعلامياً، وهي مطروحة لكي يصدقها الجمهور دون ان تتضمن مصادرها، ودون أن تقدم دلائل مؤكدة على كونها واقعية"^(٢).

كما عرفت بكونها "كلام أو صورة أو مقطع فيديو أو مادة مسجلة مختلق كاذب بأكمله أو يحمل نسبة من الصحة، يتميز بالأهمية والغموض والجاذبية، ينتقل أو يروج له بين الناس عن طريق المشافهة أو الكتابة أو عن طريق إحدى وسائل الاتصال والإعلام التقليدية والالكترونية بما فيها مواقع التواصل الاجتماعي، بهدف التأثير على الجمهور لغرض ترديده أو المشاركة بنشرة لتحقيق هدف معين سواء على المستوى الشخصي أو المؤسسي أو المحلي أو العالمي"^(٣).

رابعاً. مراحل ظهور الشائعات

تمر الشائعات بثلاث مراحل خلال فترة انتشارها، وهي كالآتي:

المرحلة الأولى. الظهور: يتم خلال هذه المرحلة إنتاج الشائعة وإظهارها بعد إختيار الوقت والظرف المناسبين لإطلاقها، فضلاً عن إختيار نوعها وبحسب الهدف من إطلاق الشائعة^(٤).

المرحلة الثانية. الإنطلاق: في هذه المرحلة تبدأ الشائعة بالإننتشار في المجتمع، حيث يتداولها الناس بقصد أو دون قصد عن طريق تناقلها فيما بينهم عن طريق الحديث والروايات، الامر الذي يسهم في إنتشارها بشكل كبير^(٥).

المرحلة الثالثة. الموت والاندثار: وهي المرحلة الأخيرة من عمر الشائعة، وتختلف فترات استمرار الشائعات بحسب طبيعتها والغرض منها^(٦).

خامساً. خصائص الشائعات

تتميز الشائعات بخصائص عدة، منها^(٧):

١. سهولة الإنتشار، إذ انها تنتشر بسرعة كبيرة.
٢. تتضمن جزء بسيط من الحقيقة حول الموضوع الذي تتناوله.
٣. تستثمر الوقت الذي تشع فيه المعلومات عن موضوع ما.
٤. قابلة للتصديق من قبل الجمهور.

(١) محمد منير حجاب، المؤسسة الاعلامية، ج ٤ (القاهرة: دار الفجر، ٢٠٠٤م)، ص ١٤٢٥.

(٢) محمد عثمان الخشت، الشائعات وكلام الناس اسرار التكوين وفنون المواجهة، ج الرابع (القاهرة: مكتب ابن سينا للطباعة والنشر، دت م)، ص ١٢.

(٣) حمدان السالم وجاسم محمد شبيب، طرائق مواجهة الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك، مجلة الباحث الإعلامي، جامعة بغداد: كلية الاعلام، ٢٠١٨م، ص ١٥٨.

(٤) عبد الله بن متعب بن ربيع، محددات الاشاعة في السلم والحرب، (القاهرة: مركز الدراسات العربية للنشر للنشر والتوزيع، ٢٠١٥م)، ص ٨٥.

(٥) محمد احمد النابلسي، سيكولوجية الشائعة، مجلة شبكة العلوم العربية، العدد ٧٤ مجلد ٣، ٢٠٠٤م، ص ٧٤.

(٦) رضا عيد حمودة اكيل، الشائعات في المواقع الاخبارية وتأثيرها في نشر الاخبار من وجهة نظر الصحفيين الاردنيين، دراسة ماجستير غير منشورة، عمان: جامعة الشرق الاوسط، كلية الاعلام، ٢٠١٥م، ص ٣٣.

(٧) عبد الله بن متعب بن ربيع، الإشاعة: المفاهيم والاهداف والاثار، (عمان: دار الراية للنشر والتوزيع، ٢٠٠٩م)، ص ٦٧.

سادساً. أسباب ترويج الشائعات

هناك مقاصد عدة تقف وراء الترويج للشائعات بمختلف أنواعها، وبالإمكان حصر تلك المقاصد بما يأتي^(١):

١. تحقيق منفعة، وهنا قد تكون السبب وراء ترديد الشائعات تحقيق منفعة للشخص أو الجهة التي تتناولها الشائعة.
 ٢. الكراهية، المقد الأساس هنا هو الحاق الأذى نفسياً أو معنوياً بشخص أو مؤسسة بسبب الكراهية التي يضمها مروج الشائعة تجاهها.
 ٣. الفضول، تستهوي البعض من مروجي الشائعات عملية إصغاء الناس له ولفت الأنظار إليه.
 ٤. استهلاك الوقت، يلجأ البعض إلى ترويج الشائعات لغرض قضاء الوقت والتسلية.
- وهناك أسباب أخرى قد تقف وراء الترويج للشائعات، من أهمها جهل القائم بالترويج بحيثيات تلك الشائعات وعدم إطلاعه على المعلومات والاختبار عن طريق وسائل الإعلام، وقد ترتبط الشائعة بقضية تمسه بشكل مباشر أو غير مباشر.

سابعاً. مواجهة الشائعات

تتم مواجهة الشائعات في وسائل الإعلام ومن بينها الصحف بطرق عدة، من أهمها مواجهتها بشائعة مضادة، عن طريق وسائل الإعلام^(٢). ومن الطرق الأخرى لمواجهة الشائعات تقديم معلومات رسمية مستندة إلى مصادر موثوقة تفند ما جاء من معلومات تضمنها الشائعة^(٣).

المبحث الثالث : دور الصحافة العراقية في كشف ومواجهة الشائعات

يتناول الباحث في هذا المبحث الإجراءات التي أُنْبِعت في الدراسة الميدانية، والتي تم خلالها توزيع استمارات الإستبانة بشكل يدوي بين المبحوثين من أساتذة الجامعتين (المستنصرية والنهرين)، بشكل متساوٍ لتحقيق العدالة وباستخدام العينة العشوائية البسيطة، كما تمت مراعاة توزيع الإستبانة للتخصصين العلمي والإنساني، وقد تمت الإجابة على (١٢٤) إستمارة مكتملة بعد إهمال (٢٠) استمارة لعدم إكمال الإجابات فيها، ومن ثم تم إخضاع الإستمارات المكتملة لعملية التحليل بغية استخراج النتائج منها.

أولاً. محور البيانات الديموغرافية للمبحوثين:

١. جنس المبحوثين: يتبين من خلال فرز إجابات المبحوثين ممن يتابعون الصحف العراقية، ان عدد الذكور بلغ (١١٣) مبحوثاً، شكلوا نسبة (٩١.١%) من عدد المبحوثين مقابل (١١) أنثى شكلت نسبة (٨.٩%) .. أنظر جدول (١):

(١) صفاء عباس عبد العزيز ابراهيم، الإشاعة وأثرها على الفرد والمجتمع، مصر: مجلة البحث العلمي في الآداب، جامعة عين شمس، الجزء الثامن، العدد ٢٠، ٢٠١٩م، ص ١٩.

(٢) إيمانويل طائب، الشائعات في الصحافة، مصر: مجلة ديوجين، المجلس الدولي للفلسفة والعلوم الإنسانية، جامعة القاهرة، كلية الآداب، العدد ٢١٣، ٢٠٠٨م، ص ٥٨.

(٣) صلاح عبد الحميد، الاعلام وإدارة الازمات، (القاهرة: مؤسسة طبية للطباعة والنشر، ٢٠١٣م)، ص ١٦٠.

جدول (١) يبين جنس المبحوثين

ت	الجنس	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	ذكر	١١٣	٩١.١%	الأولى
٢	انثى	١١	٨.٩%	الثانية
المجموع		١٢٤	100%	

٢. اللقب العلمي للمبحوثين:

يتضح من خلال فرز إجابات المبحوثين بشأن ألقابهم العلمية، ان فئة (أستاذ مساعد) حلت في المرتبة الأولى بعدد تكرارات بلغ (٨٨) تكراراً بنسبة (٧١%)، فيما حلت فئة (مدرس) في المرتبة الثانية بـ (٢٣) تكراراً ونسبة (١٨.٥%)، وبـ (٨) تكرارات ونسبة (٦.٥%) حلت في المرتبة الثالثة فئة (أستاذ لغوي)، تلتها في المرتبة الرابعة والاختيرة فئة (مدرس مساعد) بـ (٥) تكرارات شكلت نسبة (٤%) .. انظر جدول (٣):

جدول (٢) يبين الألقاب العلمية للمبحوثين

ت	المهنة	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	أستاذ مساعد	٨٨	٧١%	الأولى
٢	مدرس	٢٣	١٨.٥%	الثانية
٣	أستاذ	٨	٦.٥%	الثالثة
٤	مدرس مساعد	٥	٤%	الرابعة
المجموع		١٢٤	100%	

٣. التخصص العلمي للمبحوثين: أفرزت نتائج إجابات المبحوثين بشأن خبرتهم المهنية في العمل الصحفي عن تصدر فئة (انساني)، إذ جاءت في المرتبة الاولى بـ (١٠٩) تكراراً بنسبة (٨٨%)، وحلت في المرتبة الثانية فئة (علمي) بعدد تكرارات (١٥) بنسبة (١٢%) .. انظر جدول (٣):

جدول (٣) يبين التخصصات العلمية للمبحوثين

ت	التعرض	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
١	انساني	١٠٩	٨٨%	الأولى
٣	علمي	١٥	١٢%	الثانية
المجموع		١٢٤	100%	

ثانياً. محور أسئلة الاستبانة:

١. الإعتماد على الصحافة العراقية في الحصول على المعلومات: أظهرت نتائج فرز إجابات المبحوثين بشأن الإعتماد على الصحافة العراقية في الحصول على المعلومات، أن فئة (اعتمد عليها قليلاً جداً) حلت في المرتبة الأولى بعد ان جمعت (٨١) تكراراً بنسبة (٦٥.٣%)، وفي المرتبة الثانية حلت فئة (اعتمد عليها قليلاً) بـ (٢٣) تكراراً مثلت (١٨.٦%)، فيما احتلت المرتبة الثالثة فئة (أعتمد عليها كثيراً) بعد ان حصلت على (١٢) تكراراً، بينما جاءت في

المرتبة الرابعة والأخيرة فئة (أعتمد عليها كثيراً جداً) بـ (٨) تكرارات، الأمر الذي يبين ان النسبة الأكبر تعتمد على الصحافة العراقية بشكل قليل في الحصول على المعلومات.. أنظر جدول (٤):
جدول (٤) يبين مدى اعتماد المبحوثين على الصحافة العراقية في الحصول على المعلومات

ت	الاعتماد	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
١	أعتمد عليها قليلاً جداً	٨١	٦٥.٣%	الأولى
٢	أعتمد عليها قليلاً	٢٣	١٨.٦%	الثانية
٣	أعتمد عليها كثيراً	١٢	٩.٧%	الثالثة
٤	أعتمد عليها كثيراً جداً	٨	٦.٤%	الرابعة
المجموع		١٢٤	١٠٠%	

٢. إسهام الصحافة العراقية في كشف الحقائق: أفرزت نتائج إجابات المبحوثين حول مدى إسهام الصحافة الورقية في كشف الحقائق عن تصدر فئة (تسهم قليلاً) بـ (٨٤) تكراراً بنسبة (٦٧.٨%)، اما فئة (تسهم كثيراً جداً) فقد حازت على المرتبة الرابعة والاخيرة بتكرارين فقط بنسبة بلغ (١.٦%)، وبعد اعتماد الباحث (كا^٢) للتعرف على دلالة الفرق المعنوي، بلغت قيمة (كا^٢) المستخرجة (١٠٢.٠٣٢) وهي اكبر من قيمة كا^٢ الجدولية (٥.٩٩) عند درجة حرية (٢) ومستوى دلالة (٠.٠٥)، مما يشير إلى وجود فرق معنوي في مدى إسهام الصحافة العراقية في كشف الحقائق لصالح الاجابة (تسهم قليلاً)، وتؤشر النتيجة ضعف دور الصحافة الورقية في كشف الحقائق.. انظر جدول (٥):

جدول (٥) يبين مدى إسهام الصحافة العراقية في كشف الحقائق للمبحوثين

ت	الجوانب	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة	قيمة كا ^٢
١	تسهم قليلاً	٨٤	٦٧.٨%	الأولى	١٠٢.٠٣٢
٢	تسهم قليلاً جداً	٢٨	٢٢.٦%	الثانية	
٣	تسهم كثيراً	١٠	٨%	الثالثة	
٤	تسهم كثيراً جداً	٢	١.٦%	الرابعة	
المجموع		١٢٤	١٠٠%		

٣. دور الصحافة العراقية في كشف الشائعات: تبين من فرز إجابات المبحوثين بشأن دور الصحافة العراقية في كشف الشائعات، تصدر فئة (تسهم قليلاً جداً) لبقية الفئات، إذ حلت في المرتبة الأولى بـ (٦١) تكراراً ونسبة (٤٩.٢%)، اما فئة (تسهم كثيراً جداً) فقد جاءت في المرتبة الرابعة والاخيرة بـ (١٢) تكراراً بنسبة (٩.٧%)، وللتعرف على دلالة الفرق المعنوي اعتمد الباحث (كا^٢)، اذ بلغت قيمة (كا^٢) المستخرجة (٢١٣.٠١٠) وهي أكبر من قيمة كا^٢ الجدولية البالغة (٧.٨٢) عند درجة حرية (٣) ومستوى دلالة (٠.٠٥)، الأمر الذي يؤشر وجود فرق معنوي في دور الصحافة العراقية لصالح فئة تسهم قليلاً جداً.. انظر جدول (٦):

جدول (٦) يبين مدى إسهام الصحافة العراقية في كشف الشائعات للمبحوثين

ت	الدور	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة	قيمة كا ^٢
١	تسهم قليلاً جداً	٦١	٤٩.٢%	الثانية	٢١٣.٠١٠
٢	تسهم قليلاً	٣٧	٢٩.٨%	الثالثة	
٣	تسهم كثيراً	١٤	١١.٣%	الرابعة	
٤	تسهم كثيراً جداً	١٢	٩.٧%	الأولى	
المجموع		١٢٤	١٠٠%		

٤. مدى نجاح الصحافة العراقية في مواجهة الشائعات: أفرزت نتائج إجابات المبحوثين حول مدى نجاح الصحافة العراقية في مواجهة الشائعات عن إحتلال فئة (قليلاً) المرتبة الأولى بـ (٥٩) تكراراً بنسبة (٤٧.٦%)، أما فئة (كثيراً جداً) فقد حازت على المرتبة الرابعة والاختيرة بـ (١١) تكراراً بنسبة بلغ (٨.٩%)، وبعد الاعتماد على (كا^٢) للتعرف على دلالة الفرق المعنوي، بلغت قيمة (كا^٢) المستخرجة (١٣٣.٣١١) وهي اكبر من قيمة كا^٢ الجدولية (٥.٩٩) عند درجة حرية (٢) ومستوى دلالة (٠.٠٥)، الامر الذي يشير إلى وجود فرق معنوي في مدى نجاح الصحافة العراقية في مواجهة الشائعات لصالح فئة (قليلاً) .. انظر جدول (٧):

جدول (٧) يبين مدى نجاح الصحافة العراقية في مواجهة الشائعات

ت	مدى النجاح	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة	قيمة كا ^٢
١	قليلاً	٥٩	٤٧.٦%	الأولى	١٣٣.٣١١
٢	قليلاً جداً	٣١	٢٥%	الثانية	
٣	كثيراً	٢٣	١٨.٥%	الثالثة	
٤	كثيراً جداً	١١	٨.٩%	الرابعة	
المجموع		١٢٤	١٠٠%		

٥. أسباب إنحسار دور الصحافة العراقية في كشف الشائعات: تبين نتائج فرز الإجابات الخاصة بأسباب إنحسار دور الصحافة العراقية في كشف الشائعات من وجهة نظر المبحوثين، أن فئة (كل ما تقدم) حازت على المرتبة الأولى بـ (٧٩) تكراراً ونسبة (٦٣.٧%)، تلتها في المرتبة الرابعة والأخيرة فئة (القيود والرقابة) بـ (٥) تكرارات ونسبة بلغت (٤%)، وتم اعتماد (كا^٢) للتعرف على دلالة الفرق المعنوي، اذ بلغت قيمة (كا^٢) المستخرجة (٢٩٣.٠٠٣) وهي اكبر من قيمة (كا^٢) الجدولية البالغة (٩.٤٩) عند درجة حرية (٤) ومستوى دلالة (٠.٠٥)، ويؤشر ذلك إلى وجود فرق معنوي في اختيار المبحوثين لصالح فئة (كل ما تقدم) .. انظر جدول (٨):

جدول (٨) يبين رأي المبحوثين في أسباب إنحسار دور الصحافة العراقية في كشف الشائعات

ت	أسباب الإنحسار	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة	قيمة كا ^٢
١	كل ما تقدم	٧٩	٦٣.٧%	الأولى	٢٩٣.٠٠٣
٢	إنحسار الإنتشار	٣٠	٢٤.٢%	الثانية	
٣	ضعف القدرة على منافسة وسائل الإعلام الأخرى	١٠	٨.١%	الثالثة	
٤	القيود والرقابة	٥	٤%	الرابعة	
المجموع		١٢٤	١٠٠%		

٦. نوع الشائعات التي تصدرت لها الصحافة العراقية بحسب الموضوع: تبين نتائج فرز إجابات المبحوثين بشأن نوع الشائعات التي تصدرت لها الصحافة العراقية بحسب الموضوع، أن فئة (سياسية) جاءت في المرتبة الأولى بـ (٦٤) تكراراً ونسبة (٥١.٦%)، فيما جاءت فئة (صحية) في المرتبة الرابعة والأخيرة بـ (٨) تكرارات ونسبة (٦.٤%) من مجموع الإجابات، وتم اعتماد (كأ) للتعرف على دلالة الفرق المعنوي، إذ بلغت قيمة (كأ) المستخرجة (٢١٣.٠٢٥) فيما كانت قيمة (كأ) الجدولية البالغة (٧.٧٩) عند درجة حرية (٣) ومستوى دلالة (٠.٠٥)، وهذا يعني وجود فرق معنوي في اختيار عينة البحث لصالح الإجابة (سياسية) .. أنظر جدول (٩):

جدول (٩) يبين تصنيف المبحوثين لنوع الشائعات التي تصدرت لها الصحافة العراقية

ت	الموضوع	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة	قيمة كأ
١	سياسية	٦٤	٥١.٦%	الأولى	٢١٣.٠٢٥
٢	اقتصادية	٣٦	٢٩%	الثانية	
٣	أمنية	١٦	١٣%	الثالثة	
٤	صحية	٨	٦.٤%	الرابعة	
المجموع		١٢٤	١٠٠%		

٧. أساليب الصحافة العراقية في مواجهة الشائعات: أظهرت نتائج فرز إجابات المبحوثين بشأن أساليب الصحافة العراقية في مواجهة الشائعات، أن فئة (كشف المعلومات غير الصحيحة) حلت في المرتبة الأولى بعد أن جمعت (٦٠) تكراراً بنسبة (٤٨.٤%)، بينما جاءت في المرتبة الرابعة والأخيرة فئة (الكشف عن الجهات المستفيدة من نشر الشائعات) بـ (٩) تكرارات بنسبة (٧.٣%)، وبعد اعتماد (كأ) للتعرف على دلالة الفرق المعنوي، بلغت قيمة (كأ) المستخرجة (٢٠.٠١١) وهي أكبر من قيمة (كأ) الجدولية البالغة (٩.٣٧) عند درجة حرية (٤) ومستوى دلالة (٠.٠٥)، ويؤشر ذلك إلى وجود فرق معنوي في اختيار المبحوثين لصالح فئة (كشف المعلومات غير الصحيحة) .. أنظر جدول (١٠):

جدول (١٠) يبين رأي المبحوثين في طبيعة أساليب الصحافة العراقية لمواجهة الشائعات

ت	الأساليب	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة	قيمة كأ
١	كشف المعلومات غير الصحيحة	٦٠	٤٨.٤%	الأولى	٢٠١.٠١١
٢	التركيز على المعلومات التي تتضمنها الشائعات	٣٧	٢٩.٨%	الثانية	
٣	تناول المعلومات حول الشائعات بشكل متكرر	١٨	١٤.٥%	الثالثة	
٤	الكشف عن الجهات المستفيدة من نشر الشائعات	٩	٧.٣%	الرابعة	
المجموع		١٢٤	١٠٠%		

٨. تفضيل المبحوثين بين الفنون الصحفية المستخدمة في مواجهة الشائعات: بهدف التعرف على تفضيل المبحوثين بين الفنون الصحفية المستخدمة في مواجهة الشائعات من قبل الصحافة العراقية توجهنا بسؤال للمبحوثين فكانت إجاباتهم بأختيار (الأخبار)، إذ جاءت في المرتبة الأولى بـ (٧٦) تكراراً بنسبة (٦١.٣%)، وحازت فئة (التحقيقات الصحفية) على المرتبة الرابعة والأخيرة بتكرارين ونسبة بلغت (١٦%)، واعتمد الباحث (كأ) للتعرف على دلالة الفرق المعنوي، إذ بلغت قيمة (كأ) المستخرجة (٤١١.٣١٣) وهي أكبر من قيمة (كأ) الجدولية البالغة (١١.٠٧) عند درجة حرية (٥) ومستوى دلالة (٠.٠٥)، الأمر الذي يعني وجود فرق معنوي لصالح فئة (الأخبار) .. انظر جدول (١١):

جدول (١١) يبين تفضيل المبحوثين للفنون الصحفية المستخدمة في مواجهة الشائعات

ت	الفن الصحفي	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة	قيمة كا ^٢
١	الاخبار	٧٦	%٦١.٣	الأولى	٤١١.٣١٣
٢	التقارير الإخبارية	٣٥	%٢٨.٢	الثانية	
٣	المقالات الصحفية	١١	%٨.٩	الثالثة	
٤	التحقيقات الصحفية	٢	%١.٦	الرابعة	
المجموع		١٢٤	%١٠٠		

٩. مدى إسهام الصحافة العراقية في تحصين المجتمع ضد الشائعات: أفرزت نتائج إجابات المبحوثين حول مدى إسهام الصحافة العراقية في تحصين المجتمع ضد الشائعات عن إحتلال فئة (قليل جداً) المرتبة الاولى ب (٥٩) تكراراً بنسبة (٤٧.٦%)، اما فئة (كثيراً جداً) فقد حازت على المرتبة الرابعة والاخيرة ب (١١) تكراراً بنسبة بلغ (٨.٩%)، وإعتمد الباحث على (كا^٢) للتعرف على دلالة الفرق المعنوي، إذ بلغت قيمة (كا^٢) المستخرجة (١٣١.١٠٣) وهي اكبر من قيمة كا^٢ الجدولية (٥.٩٩) عند درجة حرية (٣) ومستوى دلالة (٠.٠٥)، الامر الذي يشير إلى وجود فرق معنوي في مدى نجاح الصحافة العراقية في مواجهة الشائعات لصالح فئة (قليل جداً) .. انظر جدول (١٢):

جدول (١٢) يبين تقييم المبحوثين لمدى إسهام الصحافة العراقية في مواجهة الشائعات

ت	مدى الإسهام	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة	قيمة كا ^٢
١	قليل جداً	٧١	%٥٧.٥	الأولى	١٣١.١٠٣
٢	قليل	٢٧	%٢١.٧	الثانية	
٣	كثيراً	١٤	%١١.٢	الثالثة	
٤	كثيراً جداً	١٢	%٩.٦	الرابعة	
المجموع		١٢٤	%١٠٠		

ثالثاً. محور اختبار فروض البحث:

اعتمد الاختبار التائي (لعينة واحدة ولعينتين) وتحليل التباين الأحادي لغرض التحقق من الفروض وإعتمادها أو رفضها، وكالاتي:

الفرض الأول: لا توجد فروق ذات دالة إحصائية بين مدى نجاح الصحافة العراقية في كشف الشائعات وأسباب الإنحسار: تم اعتماد الاختبار التائي لعينة واحدة ومقارنة القيمة التائية المحسوبة مع القيمة الجدولية للتحقق من صحة الفرض، فقد بلغت القيمة التائية المحسوبة (٦.٠١٢) وهي اكبر من القيمة الجدولية البالغة (١,٩٦) عند مستوى دلالة (٠,٠٥) ودرجة حرية (١٢٣)، وكانت قيمة الوسط الحسابي للعينة (٤٨.١٢) اكبر من الوسط الفرضي والبالغ (٤٦) وهذا يعني أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية، أي انه هناك علاقة بين أسباب إنحسار دور الصحافة العراقية في كشف الشائعات ومدى نجاحها في التصدي لها، لذا يرفض هذا الفرض.. انظر جدول (١١):

جدول (١١) يوضح مدى نجاح الصحافة العراقية في كشف الشائعات وأسباب الانحسار

المتغير	العدد	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوسط الفرضي	درجة الحرية	القيمة التائية		الدلالة
						المحسوبة	الجدولية	
الفرض الأول	١٢٤	٤٨.١٢	٦.٧٤٨	٤٦	١٢٣	٦.٠١٢	١.٩٦	دالة

الفرض الثاني: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مدى نجاح الصحافة العراقية في مواجهة الشائعات وموضوع تلك الشائعات.

لغرض التحقق من صحة الفرض الثاني اعتمد الباحث الاختبار التائي لعينتين مستقلتين ومقارنته بالقيمة التائية المحسوبة مع الجدولية، إذ ظهرت القيمة التائية المحسوبة (٥.١١٤) وهي أكبر من الجدولية البالغة (١.٩٦) عند مستوى دلالة (٠.٠٥) ودرجة حرية (١٢٣) وهذا يعني أن الفرض الثاني دال إحصائياً، وأوضحت قيمة الوسط الحسابي وجود فروق في الاستخدام لصالح أسباب الانحسار (كل ما تقدم) إذ بلغت قيمة الوسط الحسابي (٥٣.٠١) في حين كانت قيمة الوسط الحسابي (٤٦.١٥) أسباب الانحسار برة مهنية (كل ما تقدم)، وهذا يدل على وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين نجاح الصحافة العراقية في مواجهة الشائعات وموضوع تلك الشائعات .. انظر جدول (١٢):

جدول (١٢) يبين رأي المبحوثين في أسباب انحسار الصحافة ومواجهتها للشائعات

المتغير	العدد	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الحرية	القيمة التائية		الدلالة
					المحسوبة	الجدولية	
الفرض الثاني	١٢٤	٥٣.٠١	٦.١٦١	١٢٣	٥.١١٤	١.٩٦	دالة

الفرض الثالث: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين إسهام الصحافة العراقية في كشف الحقائق وجنس المبحوثين (ذكور، إناث).

للتحقق من صحة الفرض الثاني أعتمد الاختبار التائي لعينتين مستقلتين ومقارنته بالقيمة التائية المحسوبة مع الجدولية، إذ ظهرت القيمة التائية المحسوبة (٤.١٠٧) وهي أكبر من الجدولية البالغة (١.٩٦) عند مستوى دلالة (٠.٠٥) ودرجة حرية (١٢٣) وهذا يعني أن الفرض الثاني دال إحصائياً، وبينت قيمة الوسط الحسابي وجود فروق لصالح الذكور، إذ بلغت قيمة الوسط الحسابي للذكور (٤٧.١٣) في حين كانت قيمة الوسط الحسابي للإناث (٤٣.١٣) وهذا يدل على وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إسهام الصحافة العراقية في كشف الحقائق وجنس المبحوثين (ذكور، إناث).. انظر جدول (١٣):

جدول (١٣) يبين إسهام الصحافة العراقية في كشف الحقائق وجنس المبحوثين

المتغير	النوع	العدد	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الحرية	القيمة التائية		الدلالة
						المحسوبة	الجدولية	
الفرض الثاني	الذكور	١١٣	٤٧.١٣	٥.١٣١	١٢٣	٤.١٠٧	١.٩٦	دالة لصالح الذكور
	الإناث	١١	٤٣.١٣	٥.٦٧٥				

❖ نتائج البحث:

أولاً. نتائج دراسة الجمهور:

١. تؤكد (٦٥.٣%) من عينة البحث إعتماها بشكل قليل جداً على الصحافة العراقية في الحصول على المعلومات.
٢. يجد أكثر من (٦٧%) من المبحوثين أن الصحافة الورقية تسهم قليلاً في كشف الحقائق.
٣. تأكيد (٤٩.٢%) من عينة البحث أن الصحف تسهم قليلاً جداً في كشف الشائعات.
٤. ترى نسبة كبيرة من المبحوثين (٤٧.٦%) أن الصحافة الورقية تسهم قليلاً في مواجهة الشائعات.
٥. يبين (٦٣.٧%) من المبحوثين ان سبب انحسار دور الصحافة في مواجهة الشائعات يعود إلى كل ما تقدم والتي تشمل (إنحسار الإنتشار وضعف القدرة على منافسة وسائل الإعلام الأخرى والقيود والرقابة).
٦. تأكيد أكثر من نصف عينة البحث (٥١.٦%) أن الشائعات السياسية تصدرت أنواع الشائعات من حيث الموضوع التي تصدرت لها الصحافة الورقية.
٧. يبين نسبة كبيرة من المبحوثين (٤٨.٤%) أن من بين أبرز أساليب الصحافة العراقية في مواجهة الشائعات هو كشف المعلومات غير الصحيحة التي تتناولها الشائعات المتداولة في المجتمع.
٨. أظهرت نتائج البحث تفضيل (٦١.٣%) من المبحوثين للأخبار عن بقية الفنون الصحفية المستخدمة من الصحافة العراقية في مواجهة الشائعات.
٩. يجد أكثر من نصف عينة البحث (٥٧.٥%) أن الصحافة العراقية تسهم قليلاً جداً في تحصين المجتمع ضد الشائعات.

ثانياً. نتائج اختبارات فروض البحث:

١. أثبتت النتائج عدم صحة الفرض الأول (لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مدى نجاح الصحافة العراقية في كشف الشائعات وأسباب الإنحسار)، لذا تم رفضه لوجود فروق بين نجاح الصحافة العراقية في كشف الشائعات وإنحسار توزيعها.
٢. أثبتت نتائج اختبار الفرض الثاني (لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مدى نجاح الصحافة العراقية في مواجهة الشائعات وموضوع تلك الشائعات) عدم صحته، ورفض بعد أن اثبتت الاختبارات وجود فروق بين موضوع الشائعات من حيث النوع ونجاح الصحافة في مواجهتها.
٣. بعد اختبار الفرض الثالث (لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين إسهام الصحافة العراقية في كشف الحقائق وجنس المبحوثين (ذكور، إناث))، وثبت عدم صحة الفرض، وتم رفضه أن بينت نتائج اختبار وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إسهام الصحافة في كشف الحقائق والجنس لصالح الذكور على حساب الاناث.

❖ الإستنتاجات:

١. تأكيد المبحوثين إعتماهم بشكل قليل جداً على الصحافة الورقية في الحصول على المعلومات والإسهام القليل في كشف الحقائق يعود إلى إنحسار توزيعها وعدم تعرض نسب كبيرة من الجمهور لتلك الصحف.
٢. تشديد المبحوثين على ان الصحف الورقية تسهم قليلاً جداً في مواجهة الشائعات نتيجة انحسار إنتشارها وضعف القدرة على منافسة الوسائل الأخرى والقيود والرقابة.

٣. توضيح عينة البحث إسهام الصحافة الورقية قليلاً في كشف الحقائق على الرغم من كونهم يؤكّنون

أن أحد أهم أساليبها في مواجهة الشائعات يتمثل في كشف المعلومات غير الصحيحة التي تتناولها الشائعات المتداولة في المجتمع.

التوصيات:

١. أهمية إهتمام الصحف بمتابعة الاحداث ومحاولة تغطيتها بشكل يختلف عن بقية الوسائل عن طريق التغطية من جوانب عدة وبشكل يجذب القراء.

٢. ضرورة إستثمار المواقع الالكترونية للصحف الورقية ونشر كل ما هو جديد من معلومات وتحديثها على مدار الساعة بهف الوصول إلى أكبر شريحة ممكنة من المتصفحين للمواقع والتطبيقات الالكترونية.

٣. التركيز على نقل وجهات النظر المختلفة عن القضايا لكسب أكبر عدد ممكن من الجمهور.

٤. العمل على إتساع مساحة توزيع الصحف الورقية بأسعار تنافسية.

المصادر:

١. أشرف صالح، مقدمة في الصحافة، (القاهرة: مركز جامعة القاهرة، ٢٠٠١ م).
٢. ايمانويل طائب، الشائعات في الصحافة، مصر: مجلة ديوجين، المجلس الدولي للفلسفة والعلوم الإنسانية، جامعة القاهرة، كلية الاداب، العدد ٢١٣، ٢٠٠٨ م.
٣. حمدان السالم وجاسم محمد شبيب، طرائق مواجهة الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك، مجلة الباحث الإعلامي، جامعة بغداد: كلية الاعلام، ٢٠١٨ م.
٤. ذهبية سيدهم، الاساليب الاقتناعية في الصحافة المكتوبة دراسة تحليلية للمضامين الصحية في جريدة الخبر، رسالة ماجستير غير منشورة، الجزائر: جامعة قسطنطينة، ٢٠٠٤ م.
٥. رضا عيد حمودة اكحيل، الشائعات في المواقع الاخبارية وتأثيرها في نشر الاخبار من وجهة نظر الصحفيين الاردنيين، دراسة ماجستير غير منشورة (عمان: جامعة الشرق الاوسط، كلية الاعلام، ٢٠١٥ م).
٦. صفاء عباس عبد العزيز ابراهيم، الإشاعة وأثرها على الفرد والمجتمع، مصر: مجلة البحث العلمي في الاداب، جامعة عين شمس، الجزء الثامن، العدد ٢٠، ٢٠١٩ م.
٧. صلاح عبد الحميد، الاعلام وإدارة الازمات، (القاهرة: مؤسسة طيبة للطباعة والنشر، ٢٠١٣ م).
٨. عبد الرحمن عزوي وآخرون، عالم الاتصال، (الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، ١٩٩١ م).
٩. عبد الله بن متعب بن ربيق، الإشاعة: المفاهيم والاهداف والاثار، (عمان: دار الراية للنشر والتوزيع، ٢٠٠٩ م).
١٠. عبد الله بن متعب بن ربيق، محددات الاشاعة في السلم والحرب، (القاهرة: مركز الدراسات العربية للنشر والتوزيع، ٢٠١٥ م).
١١. فاروق أبو زيد، مدخل إلى عالم الصحافة، (القاهرة: عالم الكتب، ٢٠٠٧ م).
١٢. لؤي خليل، الاعلام الصحفي، (عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١٠ م).
١٣. محمد احمد النابلسي، سيكولوجية الشائعة، مجلة شبكة العلوم العربية، العدد ٧٤ مجلد ٣، ٢٠٠٤ م.

١٤. محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الاعلامية، ط٢، (القاهرة: عالم الكتب للنشر، ٢٠٠٤ م).
١٥. محمد عثمان الخشت، الشائعات وكلام الناس اسرار التكوين وفنون المواجهة، ج الرابع القاهرة: مكتب أبين سينا للطباعة والنشر، د.ت.
١٦. محمد منير حجاب، المؤسسة الاعلامية، ج ٤ (القاهرة: دار الفجر، ٢٠٠٤ م).
١٧. مصطفى ربحي عليان، النشر الالكتروني، (عمان: الفائز للنشر والتوزيع، ٢٠١٠ م).

References:

1. Abdel Rahman Ezzi and others, The World of Communication, (Algeria: University Publications Office, 1991).
2. Abdullah bin Mutab bin Rabiq, Determinants of Rumor in Peace and War, (Cairo: Center for Arab Studies for Publishing and Distribution, 2015).
3. Abdullah bin Mutab bin Rabiq, Rumor: Concepts, Objectives and Effects, (Amman: Dar Al Raya for Publishing and Distribution, 2009).
4. Ashraf Saleh, Introduction to Journalism, (Cairo: Cairo University Center, 2001).
5. Dhahabia Sayedhom, Persuasive Methods in Written Journalism: An Analytical Study of Health Content in Al-Khabar Newspaper, Unpublished Master's Thesis, Algeria: University of Constantine, 2004.
6. Emmanuel Taib, Rumors in Journalism, Egypt: Diogenes Magazine, International Council for Philosophy and Humanities, Cairo University, Faculty of Arts, Issue 213, 2008.
7. Farouk Abu Zaid, Introduction to the World of Journalism, (Cairo: Alam Al Kotob, 2007).
8. Hamdan Al-Salem and Jassim Muhammad Shabib, Methods of Confronting Rumors on Social Networking Sites Facebook, Media Researcher Magazine, University of Baghdad: Faculty of Media, 2018.
9. Louay Khalil, Press Media, (Amman: Osama Publishing and Distribution House, 2010).
10. Muhammad Abdul Hamid, Scientific Research in Media Studies, 2nd ed., (Cairo: Alam Al-Kutub Publishing House, 2004).
11. Muhammad Ahmad Al-Nabulsi, Psychology of Rumor, Arab Science Network Magazine, Issue 74, Volume 3, 2004.
12. Muhammad Munir Hijab, Media Foundation, Vol. 4 (Cairo: Dar Al-Fajr, 2004).

13. Muhammad Uthman Al-Khasht, Rumors and People's Talk, Secrets of Formation and Arts of Confrontation, Vol. 4, Cairo: Ibn Sina Office for Printing and Publishing, n.d.
14. Mustafa Rabhi Alian, Electronic Publishing, (Amman: Al-Faiz Publishing and Distribution House, 2010).
15. Reda Eid Hamouda Akhil, Rumors on News Sites and Their Impact on Disseminating News from the Point of View of Jordanian Journalists, Unpublished Master's Thesis (Amman: Middle East University, Faculty of Media, 2015).
16. Safaa Abbas Abdel Aziz Ibrahim, Rumor and its impact on the individual and society, Egypt: Journal of Scientific Research in Literature, Ain Shams University, Part Eight, Issue 20, 2019.
17. Salah Abdel Hamid, Media and Crisis Management, (Cairo: Taiba Foundation for Printing and Publishing, 2013).