



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
مركز البحوث النفسية

مجلة العلوم النفسية

مجلة علمية محكمة معتمدة

تصدر عن مركز البحوث النفسية

حاصلة على الاعتمادية

رقم الإيداع 614 / 1994 / الرمز الدولي 1816 – 1970

المجلد (35) – العدد (2) – الجزء (3)

وقائع المؤتمر العلمي السنوي السادس والعشرون الموسوم

(الأمن المجتمعي ... التحديات والمعالجات)

للمدة 6 – 7 / 3 / 2024

حزيران / 2024



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
مركز البحوث النفسية

مجلة

العلوم النفسية

مجلة علمية محكمة معتمدة تصدر عن مركز البحوث النفسية

المجلد 35 العدد 2 الجزء 3

ISSN : 1816 - 1970

رقم الأيداع : ٦١٤ / ١٩٩٤

الرمز الدولي : ١٩٧٠ - ١٨١٦

حزيران / 2024





مجلة العلوم النفسية

مجلة علمية محكمة

رئيس التحرير/ أ.د. لطيف غازي مكي

مدير التحرير/ أ.م.د. علا حسين علوان

أعضاء هيئة التحرير

الاسم	مكان العمل	البلد
- أ.د. ياسر خلف رشيد الشجيري	جامعة الأنبار / كلية التربية للعلوم الإنسانية / قسم العلوم التربوية والنفسية / طرائق التدريس	العراق
- أ.د. أسامة حامد محمد	جامعة الموصل / كلية التربية للعلوم الإنسانية / قسم العلوم التربوية والنفسية / علم النفس التربوي / قياس وتقويم	العراق
- أ.د. كامل علوان الزبيدي	جامعة بغداد / كلية الآداب / أستاذ متمرس (متقاعد) / علم النفس – صحة نفسية	العراق
- أ.د. عبد الرزاق محسن سعود	الجامعة العراقية / كلية التربية للعلوم الإنسانية قسم العلوم التربوية والنفسية / علم النفس التربوي	العراق
- أ.د. صفاء طارق حبيب	جامعة بغداد / كلية التربية ابن رشد / قسم العلوم التربوية والنفسية / قياس وتقويم	العراق
- أ.د. بشرى عبد الحسين محمد	وزارة التعليم العالي والبحث العلمي/ مركز البحوث النفسية	العراق
- أ.د. يوسف حمه صالح مصطفى	جامعة صلاح الدين / كلية الآداب – أربيل / علم النفس العام	العراق
- أ.د. زكريا عبد أحمد	جامعة تكريت / كلية التربية للبنات / قسم العلوم التربوية والنفسية / علم النفس التربوي	العراق
- أ.د. مهند عبد الستار النعيمي	جامعة ديالى / كلية التربية الأساسية / قياس وتقويم	العراق
- أ.د. إيمان صادق عبد الكريم	جامعة بغداد / كلية التربية للبنات / قسم العلوم التربوية والنفسية / علم النفس التربوي	العراق
- أ.د. دونالد أوين كامرون	رئيس الجمعية الأمريكية للطب النفسي - الشخصية والصحة النفسية / واشنطن	الولايات المتحدة
- أ.د. أمل عبد الرزاق نعيم المنصوري	جامعة البصرة / كلية التربية للعلوم الإنسانية / قسم الإرشاد التربوي	العراق

الاسم	مكان العمل	البلد
- أ.د. عصام توفيق قمر	كلية الدراسات العليا للتربية / المركز القومي لأصول التربية / التربية وعلم النفس	مصر
- أ.م.د. براء محمد حسن	وزارة التعليم العالي والبحث العلمي / مركز البحوث النفسية / الشخصية والصحة النفسية	العراق
- أ.م.د. هناء مزعل حسين الذهبي	وزارة التعليم العالي والبحث العلمي/ مركز البحوث النفسية / علم النفس التربوي	العراق
- أ.م.د. ميسون كريم ضاري	وزارة التعليم العالي والبحث العلمي/ مركز البحوث النفسية / علم النفس التربوي	العراق
- أ.م.د. صباح عايش بنت محمد	جامعة الشلف / كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية / علم النفس العام	الجزائر
- أ.م.د. عبد الناصر أحمد محمد العزام	جامعة البلقاء التطبيقية / قسم العلوم النفسية / علم النفس التربوي / علم النفس التربوي	الأردن
- أ.م.د. زينة علي صالح	جامعة واسط / كلية الآداب / علم النفس العام	العراق
- أ.م.د. بيداء هاشم جميل	وزارة التعليم العالي والبحث العلمي/ مركز البحوث النفسية / علم النفس العام	العراق
- أ.م.د. مقبل بن عايد خليف العنزي	جامعة القصيم الحدود الشمالية / كلية التربية / قسم التربية والاحتياجات الخاصة	السعودية
- أ.م.د. سهلة حسين قلندر	جامعة بغداد / كلية التربية ابن الهيثم للعلوم الصرفة / علم النفس التربوي	العراق
- أ.م.د. رجاء ياسين عبد الله	جامعة كربلاء / كلية التربية للعلوم الإنسانية / قسم العلوم التربوية والنفسية / علم النفس التربوي	العراق
- أ.م.د. زينب علي هادي	الجامعة المستنصرية / كلية التربية الأساسية / قسم العلوم التربوية والنفسية / علم النفس التربوي	العراق
- م.د. ميس محمد كاظم	وزارة التعليم العالي والبحث العلمي/ علم الاجتماع	العراق

مجلة العلوم النفسية
مجلة علمية محكمة معتمدة متخصصة تصدر عن
مركز البحوث النفسية
جمهورية العراق
قسمة اشتراك
أرجو قبول اشتراكي في مجلة العلوم النفسية :

..... لمدة () سنة ابتداءً من

..... الأسم :

..... العنوان :

..... قيمة الاشتراك :

طريقة الدفع :- نقداً () شيك () حوالة بريدية ()

رقم: تاريخ / /

التوقيع : التاريخ :

الأفراد: (125000) الف دينار عراقي داخل العراق (100) \$ او ما يعادلها خارج العراق للمؤسسات أو المؤتمرات : (90.000) الف دينار عراقي داخل العراق (70) \$ او ما يعادلها خارج العراق	قيمة الاشتراك لعدد واحد
--	----------------------------

شروط النشر في المجلة

أولا : تنشر المجلة الأبحاث والدراسات الأكاديمية القيمة والأصيلة باللغتين العربية والإنكليزية في حقل مجالات اهتمام المجلة نفسيا وتربويا ، والتي لم تقبل أو تنشر سابقا ، ويتحمل الباحث المسؤولية القانونية في كل القضايا المتعلقة بالأمانة العلمية إذا كان بحثه منشور أو قدم للنشر .

ثانيا: يخضع كل بحث مقدم للنشر في المجلة الى الاستلال الإلكتروني على أن لاتزيد درجة الاستلال عن (20) .

ثالثا : يقدم الباحث المقبول بحثه للنشر في المجلة تعهد خطي بعدم نشر بحثه في مجلة أخرى أو حصوله على قبول نشر مسبقا .

رابعا: يقدم البحث مطبوعا على نظام (Word 2007) مصحوبا بالعنوان للبحث مع أسم الباحث الثلاثي واللقب العلمي والأختصاص وأسم الجامعة والكلية والقسم والبريد الإلكتروني في بداية الصفحة الأولى للبحث باللغتين مع خلاصة للبحث باللغة العربية والإنكليزية مثبت فيها عنوان البحث واسم الباحث ومكان عمله على أن لاتزيد عن (250) كلمة فقط .

خامسا: يجب أن لاتتجاوز عدد صفحات البحث المقدم للنشر في المجلة أكثر من (25) صفحة فقط بما فيها الجداول والأشكال والملاحق ، وبخلافه يتحمل الباحث مبلغا أضافيا مقداره (2) الفين دينار عن كل صفحة أضافية ، ولايتجاوز البحث بعد الزيادة عن (35) صفحة بكل الأحوال .

سادسا: موافقة أثنين من المحكمين المختصين الذين يقومون بالبحث علميا قبل نشره ، بالإضافة الى تقويم البحث من ناحية اللغة العربية والإنكليزية .

سابعاً: يراعى في كتابة البحث الآتي :

1- الأصول العلمية في كتابة البحث من حيث الدقة في التوثيق والأمانة العلمية في العرض.

2- يقدم البحث بنسختين مطبوعة على ورق أبيض (A4) مطبوعة على الحاسوب وعلى جهة واحدة من الورقة مع قرص (CD)، بالمواصفات الآتية :

- الحاشية العليا 4.50 سم .
- الحاشية السفلى 4.50 سم .
- الحاشية اليمنى 3.75 سم .
- الحاشية اليسرى 3.75 سم .
- يكون الخط المستخدم نوع (Meersoft Word)، حجم الخط (14) بالنسبة للمتن و(12) بالنسبة للجداول .
- تحتوي كل صفحة على (22) سطر فقط وفقاً لبرنامج التتضيد .
- يكون التباعد بين الأسطر للصفحة الواحدة (1.15).
- تكون الأشكال والجداول واضحة ، وتستخدم فيها الأرقام العربية والنظام العالمي للوحدات .
- يكون البحث خالي من الأخطاء اللغوية والنحوية ولا تتحمل المجلة مسؤولية ذلك .
- لا تستعمل الهوامش في أسفل الصفحات وإنما يشار رقمياً الى المصادر حسب موضوعها في نهاية البحث من خلال ذكر أسم الباحث والسنة وعنوان البحث من جهة النشر والطبعة وتكتب بأسلوب (APA) ...مثال
- الهاشمي ،عدنان علي (2009). تحمل المسؤولية الاجتماعية وعلاقتها باتخاذ القرار لدى التدريسيين في الجامعة ،رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة.....، كلية ، قسم
- يلتزم الباحث بدفع مبلغ قدره (125) الف دينار من داخل العراق ، و (100) دولار أمريكي من خارج العراق .

- يلتزم الباحث بالتعليمات المؤشرة من الخبراء ،ويعيد الباحث النسخة الأصلية للمجلة مع نسخة جديدة ورقية أخرى مصححة .
- لاتعاد البحوث الى أصحابها قبلت أم لم تقبل للنشر.
- لايزود الباحث بكتاب قبول النشر ، الأبعد التزامه بالتعليمات أعلاه وتسليم النسخ الورقية كافة .
- المجلة غير مسؤولة عن نشر الأبحاث بعد مرور (90) يوم من دون مراجعة الباحث للمجلة والتزامه بالتعليمات كافة .
- ثامنا : تحتفظ المجلة بحقها في أن تحذف أو تعيد صياغة بعض الكلمات أو الجمل بما يتلائم مع أسلوبها في النشر .
- تاسعا: تنتقل حقوق نشر البحث الى المجلة حال أشعار الباحث بقبول بحثه للنشر .

مجالات اهتمام المجلة



1. البحوث والدراسات في مجالات العلوم التربوية والنفسية بفروعها المختلفة والطب النفسي، و الباراسايكولوجي .
2. المؤتمرات والندوات العلمية الوطنية والعربية والعالمية التي تعقد حول التخصصات في الفقرة المذكورة اعلاه
3. نشاطات وفعاليات المركز والمؤسسات الاخرى التي تهتم بالمجالات - الواردة في الفقرة (1).

((في هذا العدد))

ت	الموضوع	الباحث	الصفحة
1	التحديات الاجتماعية لبطالة الشباب في المجتمع العراقي (دراسة اجتماعية)	م. د أحمد باقر جمعة وزارة التربية / مديرية تربية ذي قار	22 – 1
2	واقع ومؤشرات التعايش السلمي والسلام المجتمعي لدى عينة من المجتمع العراقي	أ.د بشرى عبد الحسين أ.م.د سيف محمد رديف م.د ميس محمد كاظم وزارة التعليم العالي والبحث العلمي مركز البحوث النفسية	70 – 23
3	العنف السبيرياني الموجه ضد المرأة	م.م زيد نجم عبدالله العبادي جامعة كربلاء – كلية التربية للعلوم الانسانية – قسم العلوم التربوية والنفسية	86 – 71
4	الإلحاد الضمني والصريح لدى طلبة الجامعة العراقية (دراسة مقارنة)	أ.م.د. براء محمد حسن أ.م.د. مؤيد عبدالسادة راضي م.م. هدى سعد سلوم وزارة التعليم العالي والبحث العلمي / مركز البحوث النفسية	104 – 87
5	النزعة نحو التحرش الجنسي لدى موظفي الدولة العراقية	أ.م.د. مؤيد عبدالسادة راضي أ.م.د. براء محمد حسن أ.م.د. هناء مزعل حسين وزارة التعليم العالي والبحث العلمي / مركز البحوث النفسية	118 – 105
6	أستراتيجيات التعامل مع الضغوط النفسية (دراسة نظرية)	أ.م.د. أسيل مهدي نجم الجامعة المستنصرية / كلية الآداب / قسم علم النفس م.م حازم رحيم شلتاغ وزارة التربية / مديرية تربية الكرخ الثانية	130 – 119

ت	الموضوع	الباحث	الصفحة
7	الآباء المدمنين وعلاقات أبنائهم الاجتماعية	ايمان حسن عبد هيئة الحشد الشعبي / معاونية الطبابة	144 – 131
8	تأثير الابتزاز الالكتروني على الامن المجتمعي	م.م امانى عبد سليم م.م هاجر مثنى صالح وزارة التعليم العالي والبحث العلمي / مركز البحوث النفسية	158 – 145
9	الامن الفكري ودوره في تعزيز الصحة النفسية	م.د هديل علي جبر وزارة التعليم العالي والبحث العلمي / مركز البحوث النفسية	172 – 159
10	الأمن السيبراني وأثره في الحد من الابتزاز الإلكتروني للأسرة العراقية "دراسة في الآليات والتحديات"	م.م.علي علاء حسين الرهيمي كلية الإعلام –الجامعة الإسلامية في النجف الأشرف	198 – 173
11	العنف الاسري المدرك وعلاقته بالاتجاه نحو التطرف لدى عينة من المراهقين	أ.م.د هناء صادق البدران جامعة البصرة / كلية التربية للعلوم الانسانية	234 – 199
12	الحاجات النفسية للطلبة لأبناء شهداء الحشد الشعبي	م.م جولان حسين خليل وزارة التعليم العالي والبحث العلمي مركز البحوث النفسية	246 – 235
13	الفكر التربوي والتعايش السلمي عند امير المؤمنين-خطب نهج البلاغة- انموذجا	حيدر خزعل فهد عكاب جامعة بغداد / كلية التربية ابن رشد	274 – 247
14	المثالية الزائدة لدى المتفوق	م.م طالب خضير عبد م.م صدى صالح احمد وزارة التربية / المديرية العامة للتربية في محافظة ذي قار	292 – 275
15	المؤسسات الجامعية ودورها في تحقيق أبعاد الأمن المجتمعي	أ. د. منتهى عبد الزهرة العزاوي الجامعة المستنصرية / كلية التربية م.م. صفاء عبد الحسين وزارة التربية	314 – 293

ت	الموضوع	الباحث	الصفحة
16	الموقف الفقهي والقانوني للجرائم السيبرانية الواقعة على الاشخاص التهديد والابتزاز نموذجاً	م.م : نبأ جواد جبار أ.د. مسلم كاظم عيدان كلية الامام الكاظم (ع)	342 – 315
17	انعكاسات الأمن المائي العراقي على الأمن المجتمعي (دراسة تحليلية)	أ.د. محسن عبد علي الفريجي جامعة المستقبل أ.د. كاظم موسى محمد جامعة الموصل	362 – 343
18	التحدي وعلاقته بالخوف من التقييم السلي لدى طلبة الجامعة	أ.د. صفاء حسين محمد علي الاسدي م.د عبير مهدي حسن التميمي الجامعة المستنصرية / كلية التربية	380 – 363
19	القوة الناعمة والهوية الاجتماعية	أ.م.د. حوراء محمد علي المبرقع وزارة التعليم العالي والبحث العلمي مركز البحوث النفسية	402 – 381
20	انعكاس بيئة الإعلام الجديد على القيم الاجتماعية لدى مجتمع الأطفال	م.م. ريام حاكم مشجل الكلابي كلية الإعلام - الجامعة الإسلامية فرع النجف م.د. إياد عباس الجنابي كلية الآداب - قسم الإعلام / جامعة الكوفة	418 – 403
21	الاديان السماوية وموقفها من التربية والتعليم وما دورها في إستقرار الامن المجتمعي	م.م. أنور خالد فرحان جامعة بغداد / كلية التربية للبنات قسم التربية الاسلامية وعلوم القرآن	436 – 419
22	الآليات المقترحة لمكافحة الإدمان على المخدرات من وجهة نظر أساتذة الجامعة	م.د هبة فرزدي محمد م.د ورقاء كاظم حراية م.م رؤى عباس علي م.د نور أحمد عبد الله وزارة التعليم العالي والبحث العلمي / الجامعة المستنصرية	450 – 437
23	نمو المدن العشوائية وتأثيره في الامن الاجتماعي	م.م رشا محمد حسن الجامعة المستنصرية / مكتب رئيس الجامعة	466 – 451

ت	الموضوع	الباحث	الصفحة
24	دوافع وأسباب أنتشار الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر أساتذة الجامعات	أ.م.د. بيداء هاشم أ.م.د. تهاني طالب أ.م.د. بشرى عثمان م.م. هبة حسين م.م. احمد عباس وزارة التعليم العالي والبحث العلمي مركز البحوث النفسية	496 – 467
25	العنف ضد المرأة دراسة ميدانية في مدينة بغداد	أ.م. صبا حسن عبد علي جامعة بغداد / مركز التعليم المستمر م.د. ابتسام هادي جامعة بغداد / كلية الهندسة الخوارزمي	532 – 497
26	اثار مواقع التواصل الاجتماعي على رياض الاطفال (الاثار السلبية والايجابية انموذجا)	أ.م.د. نسرين جواد شرقي جامعة بغداد / كلية التربية للبنات	564 – 533
27	الغف الرقمي وانعكاساته على الشباب الجامعي (دراسة ميدانية في جامعة ديالى)	م.د. حسين إبراهيم العنبري وزارة التربية العراقية – المديرية العامة لتربية محافظة ديالى	604 – 565
28	دور الكوادر التربوية في تعزيز الامن المجتمعي (دراسة اجتماعية تحليلية)	م د خالد مجيد صالح الحيالي ديوان الوقف السني - دائرة التعليم الديني والدراسات الاسلامية	622 – 605
29	دور المناهج التعليمية في تنمية الامن المجتمعي لدى طلبة المرحلة الثانوية من وجهة نظر المدرسين	أ.م. رنا فاضل عباس الجنابي وزارة التعليم العالي والبحث العلمي / مركز البحوث النفسية	654 – 623
30	سيكولوجية الصورة الإرهابية (التحليل لنفسي لصورة الإرهابي البغدادي)	م. د عقيل حبيب عبيد مديرية تربية الديوانية / الإرشاد التربوي	688 – 655
31	شذرات من تراثنا المعرفي العربي في تحقيق الأمن المجتمعي النبي والوصي أنموذجاً	م.د. طه حسين عيسى كلية الإمام الكاظم للعلوم الإسلامية الجامعة	702 – 689

ت	الموضوع	الباحث	الصفحة
32	المسؤولية الاجتماعية وعلاقتها بالتسامح الاجتماعي عند طلاب جامعة بغداد	م.د.رجاء صدام جبر العبودي وزارة التعليم العالي والبحث العلمي مركز البحوث النفسية	732 – 703
33	مضار ومنافع شبكات التواصل الاجتماعي على الامن المجتمعي	أحمد قاسم شاكر وزارة التعليم العالي والبحث العلمي- مركز البحوث النفسية	754 – 733
34	مهددات الهشاشة الحضرية والأمن المجتمعي ... دراسة اجتماعية ميدانية في مدينة بغداد	م.د آلاء علي مجيد القيسي جامعة بغداد - المركز الوطني للدراستات السكانية والديموغرافية أ.م.د مهند طالب عبد جامعة بغداد - كلية التربية البدنية وعلم الرياضة	782 – 755
35	التدابير البديلة للأحداث ودورها في الحفاظ على الأمن المجتمعي (دراسة مقارنة)	م . د . أياد سعود هاشم المسعودي كلية الصفوة الجامعة / قسم القانون	812 – 783



دوافع وأسباب أنتشار الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي من

وجهة نظر أساتذة الجامعات

أ.م.د. بيداء هاشم أ.م.د. تهاني طالب أ.م.د. بشري عثمان

م.م. هبة حسين م.م. احمد عباس

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي / مركز البحوث النفسية

المستخلص

الشائعات جزء من حياتنا اليومية، وانتشارها يؤثر بشكل ذات دلالة في حياة الإنسان، فالشائعات نوع من الظواهر الاجتماعية التي تتمثل في انتشار ملاحظة ما على نطاق واسع وفي وقت قصير عبر سلاسل الاتصالات. وقد تحتوي الشائعات على معلومات سرية حول شخصيات عامة أو أخبار تتعلق بقضايا اجتماعية مهمة؛ يمكنها تشكيل الرأي العام لمجتمع من خلال التأثير على المعتقدات الفردية لأعضائه، ويؤدي انتشارها دوراً مهماً في مجموعة متنوعة من الأجواء الإنسانية، وعلى الرغم من أن انتشار الشائعات عبر الانترنت ظاهرة عالمية إلا أن سماتها واتجاهاتها قد تختلف من مكان إلى آخر بسبب الاختلافات الاجتماعية والثقافية والسياسية والاقتصادية، ولذا هدفت الدراسة الكشف عن دوافع وأسباب انتشار الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي من منظور اساتذ الجامعة، وتكونت العينة من (203) من اساتذ الجامعة، (147) اناث و (47) ذكور، واستجابوا لمقياس تم اعداده من قبل الباحثين بالرجوع الى الادبيات السابقة والذي تكون من (20) فقرة عن أسباب انتشار الشائعات عبر مواقع التواصل من منظور الاساتذ، فضلاً عن دوافع نشر الشائعات والذي تضمنت ثمانية دوافع وهي (الاجتماعي، الشخصي، الديني، السياسي، الاقتصادي، الصحي، التعليمي، البيئي والكوارث الطبيعية) وكانت من ابرز النتائج الاتي : ان فقرة (سهولة انتاج المعلومات ونشرها عبر مواقع التواصل زاد من انتشار الشائعات) جاءت في المرتبة الأولى و جاءت في المرتبة الثانية الفقرة (محتويات مواقع التواصل الاجتماعي غير خاضعة للرقابة الامنية و المجتمعية) في حين حلت الفقرة (البحث عن الشهرة في المرتبة الثالثة، اما الفقرة (ضعف تطبيق القانون و الضوابط لردع مروجي الشائعات) جاءت في المرتبة الرابعة، في حين حلت الفقرة (السعي نحو الربح المادي) في المرتبة الخامسة، في حين جاءت



الفقرات الاتية في المراتب الأخيرة اذ جاءت الفقرة (تغيير اتجاه الرأي العام لخبر هام غير معلن عنه) في المرتبة العشرين و الأخيرة اما الفقرة (البطالة) جاءت بالمرتبة ما قبل الأخيرة ، واحتلت الفقرات (زعزعة الترابط الاجتماعي) و(التلاعب بمشاعر الآخرين بشأن الموضوعات المتعلقة بأمور حياتهم) و(غياب الشفافية و تأخر التصريحات الرسمية) في المراتب الثامنة عشر و السابعة عشر و السادس عشر على التوالي (من الأعلى الى الأدنى) اما الدوافع فقد جاء الدافع السياسي في المرتبة الأولى والدافع الشخصي في المرتبة الثانية في حين جاء الدافع الاجتماعي في المرتبة الثالثة اما الدافع الديني الرابعة يليه الدافع الاقتصادي الخامسة و من ثم الدافع التعليمي و يليه الدافع البيئي اما الدافع الصحي فقد جاء في المرتبة الأخيرة و في ضوء ذلك تم الخروج باستنتاجات و عدد من التوصيات و المقترحات.

Motives and reasons for the spread of rumors through social networking sites from the perspective of university professors

Abstract

Rumors are part of our daily life, and their spread has a significant impact on human life. Rumors are a type of social phenomenon that is represented by the spread of an observation on a large scale and in a short time through communication chains. Rumors may contain secret information about public figures or news related to social issues. a task; It can shape the public opinion of a society by influencing the individual beliefs of its members, and its spread plays an important role in a variety of human settings. Although the spread of rumors via the Internet is a global phenomenon, its characteristics and attitudes may differ from one place to another due to social differences and Cultural, political and economic, and therefore the study was to investigate the motives and reasons for the spread of rumors through social networking sites from the perspective of university professors. The sample consisted of (203) university professors, (147) females and (47) males, and they responded to a scale conducted It



was prepared by researchers with reference to previous literature, which consisted of (20) paragraphs on the reasons for the spread of rumors through social networking sites from the perspective of professors, as well as the motives for spreading rumors, which included eight motives, namely (social, personal, religious, political, economic, Health, education, environment, and natural disasters), The most prominent results were the following: that the paragraph (the ease of producing and disseminating information through social networking sites increased the spread of rumors) came in first place, and the paragraph (the contents of social networking sites are not subject to security and community censorship) came in second place. While the paragraph (the search for fame) came in third place, while the paragraph (weak application of the law and controls to deter rumor mongers) came in fourth place, while the paragraph (the pursuit of financial profit) came in fifth place, while the following paragraphs came in The last ranks, when the paragraph came (Changing the direction of public opinion due to important, unannounced news) ranked twentieth and last, while the paragraph (unemployment) came in the penultimate place, and the paragraphs (destabilizing social cohesion) and (manipulating the feelings of others regarding issues related to their lives) and (lack of transparency and Delay in official statements) ranked eighteenth, seventeenth, and sixteenth, respectively (from highest to lowest). As for motives, the political motive came in first place, the personal motive came in second place, while the social motive came in third place, the religious motive came fourth, followed by the economic motive fifth, then the educational motive, followed by the environmental motive, while the health motive came in last place and in In light of this, conclusions and a number of recommendations and proposals were drawn



مشكلة البحث وأهميته

أولاً- مشكلة الدراسة:

أزدادت تهديدات أنتشار الشائعات والمعلومات المضللة والمزيفة التي لها تأثيرات خطيرة على المجتمع بزيادة عدد الأشخاص المشتركين في مواقع التواصل الاجتماعي. إذ أن مخاطر نشرها عبر تلك المواقع باتت تمثل ظاهرة عالمية لأن التعرض لها له تأثيرات كبيرة على المستويين الفردي والجمعي. مما يتطلب معرفة دوافع وأسباب أنتشارها، وفهم الظروف والعوامل التي تزيد من احتمال أنتشارها، وتحديد تأثيرها على الرأي العام، وتقدير حجم تأثيراتها على السلم والأمن المجتمعي والقومي أيضاً، والتغلب على الحواجز التي تحول دون المراقبة المباشرة على نشرها، وكيفية تصحيحها.

ويعد بروز نشر الشائعات والمعلومات المضللة عبر المواقع في العراق لاسيما وقت الأزمات، بأنها ظاهرة جديدة بالغة الأهمية والخطورة، ومن البديهي إن يكون لتلك الظاهرة تأثير كبير على تضليل وتزييف وعي الجمهور العراقي وخداعه. ومن ثم التأثير في تشكيل اتجاهات الرأي العام في العراق وفق معلومات زائفة ومضللة، إذ لا يمكن حصر تأثير ظاهرة نشر الشائعات والمعلومات المضللة في الجانب السياسي فقط، بل هي ظاهرة لها تأثيراتها السياسية والاقتصادية والاجتماعية. إذ تتعاطم المشكلة في ظل تطورات الأحداث وظهور العديد من الأزمات السياسية والأمنية والاجتماعية والاقتصادية على الساحة العراقية، والتي ساهمت في تسارع وتشكيل ظاهرة الشائعات وأنتشارها على مواقع التواصل، وخاصة بعد اعتماد الكثير من أفراد المجتمع على هذه المواقع للتزود بالمعلومات والأخبار، وأصبحت لهذه المواقع تأثيرات في مجالات الحياة المختلفة، إذ أستغلت هذه المواقع في نشر الصور والأخبار والمعلومات الكاذبة لتشويه الحقائق وإثارة الرأي العام.

ولهذا تحاول هذه الدراسة تسليط الضوء على اسباب و دوافع انتشار الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر أساتيد الجامعات، كونهم شريحة مهمة في المجتمع ومن النخب العراقية



ثانياً_أهمية الدراسة:

تعد الشائعة أداة من أدوات الحرب النفسية التي تستهدف الأمن القومي، والسلم المجتمعي للدولة في وقت الأزمات والحروب، والحوادث، والصعوبات. وغالباً ماتشن الحرب النفسية من قبل دول أو جهات ومنظمات مناوئة باستخدام منهجي مخطط يهدف إ التأثير في شؤون الدولة السياسية، والاقتصادية، والاجتماعية. كما يمكن أن تثير الشائعات الفتن والتفرقة والفوضى والعرب، إذ وراء كل إثارة شائعة هدف ما محدد بدقة ومخطط له بإحكام من مستفيد بهدف تدمير معنى أو صورة ذهنية للخصم، وذلك بالترويج على نطاق واسع لنشر أخبار ومعلومات لا أساس لها من الصحة أو قد تتضمن جزءاً من الحقيقة. وهذا ما أشارت إليه دراسة (عاطف، 2017) في أن العلاقة بين الأزمة والشائعات تبادلية فأحياناً تخلق الشائعة أزمة، وفي كثير من الأحيان يرافق الأزمة مجموعة من الشائعات، بسبب نقص المعلومات الموثوقة من المتحدثين بأسم فريق الأزمة (عاطف، 2017، ص 197-239). فيما أوضحت دراسة (Liming Zhao, Jianli Yin, Yao) (Song, 2016) وعي العينة بالنتائج السلبية الناجمة عن الشائعات والمسؤولية المترتبة على العواقب الضارة والشعور بالالتزام والنية السلوكية لمكافحة الشائعات أثناء الأزمات (Liming Zhiwei Qin, Jian Cai,) وأكدت دراسة (Zhao, et al, 2016, p.25-36). وأكدت دراسة (H.Z. Wangchen, 2015) أن الأفراد يقررون نشر المعلومات بناءً على رأي المجتمع وتأثير المجتمع على الفرد وتكلفة تأكيد المعلومات (Zhiwei Qin, et al, 2015, p.369-391). كما تناولت دراسة (شتلة، 2017) الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في أحداث العنف والصراع السياسي، إذ جاء الفيس بوك في مقدمة مواقع التواصل الاجتماعي لدى العينة من حيث الاستخدام والتفضيل، وجاء أهم أوقات بروز الشائعات في المجتمع أثناء وجود عمليات إرهابية في المجتمع يليه بروزها وقت الحروب (شتلة، 2017، ص 146). كما بينت دراسة (سلمان، 2017) أن درجة نشر الشائعات جاء بنسبة متوسطة وحازت شبكة الفيس بوك على المرتبة الأولى بين أكثر المواقع نشرًا للشائعات (سلمان، 2017، ص 117-192).

وتعتمد الشائعات على المبالغة والتهويل وأنقاء عبارات مدروسة بعناية ودقة تتوافق مع اتجاهات وميول الرأي العام. إذ يرتبط نجاح الشائعة في تحقيق أغراضها على مستوى مؤاممتها للتركيب النفسية لمتلقيها، فهي: تعتمد الإنتقائية لتؤثر في مجتمع محدد، لأنها تتوافق مع ميوله،



وثقافته، وحاجاته والمشكلات والصعوبات التي يواجهها (الدليمي، 2019) وأكدت دراسة (منصور 2020) على وجود علاقة دالة أحصائياً بين درجة الثقة في الصفحات غير الرسمية والنوع، كما عكست النتائج ثقة الجمهور في الصفحات الرسمية لصالح الذكور (منصور، 2020، ص376-449). كما أكدت دراسة (بامطرف، 2020) ان الشائعات المنتشرة عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي والواتساب تؤثر فعلاً في الشباب وعلى العلاقات الاجتماعية بشكل كبير كما ان وسائل التواصل الاجتماعي تستخدم كمنصات لنشر الشائعات. وقد أشارت دراسة (عثمان، 2019) إلى أن 80% من العينة يرون أن لوسائل الإعلام الجديد دوراً في ترويج الإشاعات، و65% منهم أن مواقع التواصل الاجتماعي بيئة خصبة لنمو الشائعات (عثمان، 2019، ص213-238). وأوضح دراسة (اكحيل، 2015) وجود تأثير دال احصائياً للشائعات في نشر الأخبار في المواقع الاخبارية من وجهة نظر المبحوثين من خلال درجة اعتمادهم على الشائعات في نشر الاخبار. كما توصلت دراسة (باقطين، 2021) إلى ان غالبية المبحوثين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي يومياً، وبرز مواضيع الشائعات من وجهة نظر العينة هي الشائعات ذات الطابع السياسي تليها المرتبة الثانية الشائعات ذات الطابع العسكري والأمني، ويرجع العينة السبب الاول في انتشار الشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي الى عدم وجود قوانين وضوابط ملزمة تردع مروجي الشائعات اضافة الى ضعف دور الإعلام في توضيح الحقائق كاملة، وتشير النتائج الى ان الواتساب يأتي في مقدمة وسائل التواصل الاجتماعي نشرأ للشائعات، وفي المرتبة الثانية يأتي الفيس بوك ثم تويتر واليوتيوب. كما توصلت دراسة (الدبيسي وأبوجامع، 2023) إلى ان نسبة الشائعات في المجال الصحي بلغت 61% بسبب فرض اجراءات الوقاية من جائحة كورونا تلتها الشائعات الاقتصادية بنسبة 23% والسياسية بنسبة 8% ، احتلت فئة أكثر من وسيلة اتصال رقمي المرتبة الاولى بنسبة 35% في فئات مصادر نشر الشائعات واحتلت فئة الشائعات التي مصدرها الواتساب المرتبة الثانية بنسبة 24% واحتلت فئة الشائعات التي مصدرها الفيس بوك المرتبة الثالثة بنسبة 18% واحتلت فئة الشائعات التي مصدرها تويتر المرتبة الرابعة بنسبة 10% واحتلت فئة الشائعات التي مصدرها الصحافة الرقمية المرتبة الخامسة بنسبة 9%، كما تمت الإشارة إلى أبرز دوافع نشر الشائعات اذ جاءت على التوالي دافع التضليل وتزييف الحقائق بنسبة 52.1%، ودافع زعزعة ثقة المواطن بالحكومة بنسبة 17.7% ودافع الخوف والرعب بنسبة 15% . بينما أشارت دراسة (عبدالغني، 2020) إلى ان الأخبار



الكاذبة تتصدر أهتمام صفحات التحقق من الأخبار الزائفة وإن استخدام الوسائط المتعددة فيها يقتصر على النصوص والصور الثابتة فيما تعتمد على أسلوب الدمج بين قوالب الصياغة التحريرية. مع تنوع موضوعات الأخبار الزائفة، ونطاقها الجغرافي وتباين صفحات التحقق من الاخبار الزائفة في آليات التحقق، وأنواع الروابط المستخدمة مع المنشورات ذات الصلة، كما تتباين في أشكال واتجاه التفاعل من قبل مستخدمي تلك الصفحات. وبينت دراسة (إنسان، 2019) إن نسبة أنتشار الشائعات في جامعة العربي بن مهيدي تعد متوسطة وذلك بحسب النسبة الأعلى التي سجلت 67% ، أما أهم أسباب أنتشارها فيعزى لغياب المعلومات الصحيحة على نحو أساسي، يليها المشاكل الشخصية والمسؤولون في الجامعة هم الأكثر عرضة للشائعات، وخلصت دراسة (المديني، 2017) إلى إن أهداف الشائعات تحددت في التشهير بشخصيات مهمة والفضول والتسلية وأبتزاز شخصيات مهمة تحقيقاً للربح، وأخيراً إثارة المشاعر ضد فئة معينة. وتوصلت دراسة (حجازي، 2015) إلى إن أتساع نطاق الشائعة يعتمد على أهمية الخبر ذا العلاقة والغموض الذي يحيط به، وحجم الفئة السكانية المرتبطة به، ومن أهم أسباب ظهورها في هذا المجال أنخفاض مستوى الوعي الثقافي والتعليمي ووجود جهات تهتم بترويج الشائعات خدمة لمصالحها الذاتية، ووجود حالة من الإرتباك الاقتصادي والاجتماعي داخل المجتمع المصري إضافة إلى غياب مصادر موثوقة للمعلومات مع زيادة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي وأن هناك علاقة إرتباطية قوية بين المستوى الاقتصادي، والتعليمي في المجال العام المصري، وتداول الشائعات وهي علاقة عسكية. موضحةً أهم الآثار النفسية المترتبة على نفسية الأفراد ومنها إثارة الخوف والفرع لإرهابهم وأخضاعهم، وإحداث البلبه في المجتمع وإضعاف نسيجه وشق الصف بين أبنائه. فيما عزى الإعلاميين أنتشار الشائعات إلى التنافس بين الوسائل الإعلامية على نحو أساسي مع أنخفاض الوعي لدى الجمهور (الدبيسي وأبوجامع، 2023، ص-528-529) . كما أشارت دراسة (Tian & Zhang & Liu, 2015) إلى أن نموذج SSIC المعتمد على الشبكة الفائقة له تأثيرات تدخل فعالة على أنتشار الشائعات إذ يمكن تحديد ناشري الشائعات على المواقع الاجتماعية الفرعية، وعزلهم. كما يحقق نتائج التدخل المرجوة بتحسين شفافية المعلومات البيئية، بحيث يعرف الجمهور أكبر قدر ممكن من المعلومات لتقليل الشائعات ويجب التدخل في الوقت المناسب للحد من الشائعات عن طريق الاستشارة النفسية (Tian et al, 2015, p.181-191).



وتكمن الأهمية النظرية للدراسة في دوافع ومصادر نشر الشائعات. بما يساعد مراكز صنع القرار في رسم الأطار العام للسياسات الخاصة بمكافحة الترويج للشائعات، والحد من مخاطر أنتشارها. إذ تتجلى الأهمية التطبيقية للدراسة بأنها من الدراسات القليلة التي ترصد نشر الشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي في العراق كظاهرة ناشئة عن تنامي أعداد مستخدمي مواقع التواصل، لمخاطرها على الأمن والسلم المجتمعي. كما تتمثل أهمية الدراسة الحالية في تناولها ظاهرة اجتماعية خطيرة منتشرة على مواقع التواصل الاجتماعي وهي تشكيل ونشر الشائعات، ويمكن أن تساعد في فهم طبيعة الشائعات وأسبابها ومضمونها، والكشف عن أفضل الطرق الممكنة لمواجهة هذه الظاهرة. إضافة إلى ذلك أنها تتخذ فئة مهمة من فئات المجتمع كميدان ومجال بشري وهي فئة التدريسين الجامعيين، وهذا يضيف عليها أهمية لأن الأخذ بوجهة نظر هذه الفئة لمعرفة دور مواقع التواصل الاجتماعي في دوافع نشر الشائعات يفترض أن يكون مبنياً على أسس علمية وأكاديمية، فضلاً عن ذلك تساعد هذه الدراسة في فهم طبيعة الشائعات وأسبابها ومضمونها، والكشف عن أفضل الطرق الممكنة لمواجهة هذه الظاهرة.

ثالثاً_ أهداف الدراسة:

التعرف على

1. أسباب انتشار الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي من منظور اساتذ الجامعة
2. أسباب انتشار الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي من منظور اساتذ الجامعة وفق متغير الجنس
3. دوافع نشر الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي من منظور اساتذ الجامعة

رابعاً_ حدود الدراسة الحالية:

تحدد الدراسة الحالية بأساتذ الجامعات العراقية ولكلا الجنسين للعام الدراسي الحالي-2025
2024م



خامساً_ تحديد المصطلحات:

الدافع: " مثير داخلي يحرك سلوك الفرد، ويوجهه للوصول الى هدف معين، ويعرف أيضاً على أنه: "القوة التي تدفع الفرد لأن يقوم بسلوك من أجل إشباع، وتحقيق حاجة أو هدف" (قطامي وقطامي، 2000).

الشائعة:

" هي الترويج لخبر مختلق لا أساس له من الواقع، أو تعتمد المبالغة، أو التشويه في سرد خبر فيه جانب ضئيل من الحقيقة، أو إضافة معلومة كاذبة، أو مشوهة لخبر معظمه صحيح، بهدف التأثير النفسي، وتحقيق أهداف سياسية، أو اقتصادية، أو عسكرية" (التهامي، 1974)

" تصريح يطلق لتصدقه العامة، ويرتبط بأحداث الساعة، وينتشر من دون التحقق رسمياً من صحته" (كابفيرير، 2007، ص14).

" رأي معين مطروح كي يؤمن به من يسمعه، بدون برهان أو دليل، ونقصد بها ما يتم تداوله عبر التواصل الاجتماعي دون معرفة مصدرها، وعدم التثبت من صحتها " (باقطيان، 2021، ص666).

المنصة الإلكترونية :

المنصة بالانجليزية (Platform): " هي عبارة عن بوابة ويب تهتم بتقديم الخدمات التفاعلية التي تختلف وفق طبيعة ونشاط هذه المنصة إلى جانب المعلومات التي يتم تقديمها من خلالها أيضاً" (نوري وعبود، 2021، ص4).

مواقع التواصل الاجتماعي:

" وهي شبكات تكون مجتمعات الكترونية كبيرة وتقدم مجموعة من الخدمات التي من شأنها تقوية التواصل والتفاعل بين مستخدمي الشبكة الاجتماعية من خلال الخدمات والوسائل المقدمة مثل الصداقات والتعاريف والمراسلات والمحادثات الفورية، وتكوين مجموعات ذات اهتمام مشترك وصفحات للأفراد والمؤسسات للمشاركة في الاحداث والمناسبات ومشاركة الوسط مع الآخرين كالصور والفيديوهات والبرمجيات. كمواقع الفيس بوك وتويتر واليوتيوب وبقية المواقع الاجتماعية التي يستخدمها أفراد المجتمع اليمني للتواصل والتي قد تكون مصدر في نشر الشائعات" (باقطيان، 2021، ص665).



الإطار النظري والدراسات السابقة

1- الإطار النظري

أولاً: وجهات النظر في تفسير الشائعات :

تعد الشائعات شكلاً مهماً من أشكال التواصل الاجتماعي، و يمكن لانتشارها أن يشكل الرأي العام في بلد ما، ويؤثر بشكل كبير على الأسواق المالية، ويسبب الذعر في المجتمع أثناء الحروب وتقشي الأوبئة (NeKovee & et al., 2007p457).

وقد زاد انتشار الشائعة وسرعة تداولها بين أفراد المجتمع وخاصة من خلال شبكات التواصل الاجتماعي، الأمر الذي أدى إلى تغيير بنية الشائعة وطريقة انتشارها في المجتمع، وذلك بسبب اختلاف طبيعة وخصائص البيئة الحاضنة لتلك الشائعات، فقد سمحت شبكات التواصل الاجتماعي لانتشار الشائعات التي ربما تؤدي إلى تهديد السلم الاجتماعي وتثير البلبلة والفتنة في المجتمع. ويعد نشر الشائعات من أشد مخاطر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لأن الشبكات تسهم في انتشار الشائعة وتضخيمها بشكل مبالغ فيه في فترة قصيرة لا تستغرق ساعات.

وكما أشار (Meng, Li, Huang, and Li (2022) إن توليد ونشر الشائعات أصبح أكثر انتشاراً بسبب وسائل التواصل الاجتماعي. إذ تعد منصات التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك وتويتر من المصادر الشائعة للشائعات، ويتجلى ذلك في مدى قدرتها على التأثير في الحملات السياسية والانتخابات.

وفي ظل شبكات التواصل الاجتماعي التي أوجدت مجتمعات افتراضية ذابت خلالها الحدود الجغرافية والقيود الاجتماعية فإن أي شخص يستلم رسالة إلكترونية أو منشور على صفحات شبكات التواصل الاجتماعي تحتوي على شائعة فإنه عندما يرسلها أو يشاركها مع أصدقائه فإن الشائعة تحتفظ بهيكلتها وجاذبيتها مدة أطول. كما أن الشائعة على شبكات التواصل الاجتماعي تنتقى مادتها وأدواتها من مصادر أخرى بكثير من حيث المحتوى عكس الشائعة التقليدية، والشائعة على شبكات التواصل الاجتماعي تعبر عن محتواها بالنص المكتوب والمنطوق والرسوم المتحركة والفيديو (حربي، ٢٠١٩، ص ١٨-١٩).

ووفقاً لقاموس ميريام وبستر، الشائعة هي

1. الحديث أو الرأي المنتشر على نطاق واسع دون معرفة مصدره.



2. قول أو تقرير حالي دون جهة معلومة لحقيقته.

تأثر كل من (Allport and Postman (1947)، وهما اثنان من رواد أبحاث الشائعات، بأحداث الحرب العالمية الثانية، ويعود الفضل لهما في هذا التطور، حيث لجاءا إلى هذا المجال عندما واجها شائعات كاذبة محبطة ابتليت بها الولايات المتحدة في الأجواء المتوترة للحرب العالمية الثانية. وكان حجر الزاوية في نظريتهم هو ما أسموه "القانون الأساسي للإشاعة"، أي أن "كمية الشائعات المتداولة ستختلف باختلاف أهمية الموضوع بالنسبة للأفراد المعنيين وغموض الأدلة المتعلقة بالموضوع المطروح" (Rosnow et al., 1988,p30)، حيث تم تحفيز البحث النفسي حول الشائعات بسبب الحاجة إلى إدارة المعلومات والروح المعنوية العامة خلال هذه الحرب.

بالإضافة إلى ذلك، حدد الباحثون الأنواع المختلفة للشائعات التي تشمل الشائعات التقييدية التي ركزت على عواقب الأحداث الماضية، والشائعات التنبؤية التي ركزت على الأحداث المستقبلية، والشائعات التي تم زرعها ونشرها بشكل منهجي لصالح مجموعة أو فرد معين. وبالنظر إلى وفرة التعاريف أو تصور الشائعات، كشف تورين (2018) أن الشائعات سريعة الزوال بشكل عام مما يعني أنها يمكن أن تختفي بنفس سرعة إنشائها أو نقلها. بالإضافة إلى ذلك، يمكن تصنيف الشائعات إلى سبعة: السلاسل الخرافية، وسلاسل التضامن، وتبويضات الفيروسات الكمبيوتر، والعرائض، والخدع، والأساطير الحضرية، والصور المضحكة والقصص الممتعة (Turenne, 2018).

وفي العقود التي تلت ذلك، حددت الأبحاث النفسية العديد من الحالات التي تم ربطها بالشائعات (Rosnow 1991) منها: عدم اليقين، والقلق، والمشاركة ذات الصلة بالنتائج، والسذاجة. وباختصار، تنشأ الشائعات وتنتشر عندما يكون الناس غير متأكدين وقلقين بشأن موضوع ذي أهمية شخصية بالنسبة لهم وعندما تبدو الشائعة ذات مصداقية بالنظر إلى حساسية الأشخاص المشاركين في نشرها (Bordia& Difronzo,2007,p87)

اعتقد كل من Allport and Postman الشائعة بأنها "في المقام الأول أجزاء من المعلومات غير المؤتقة لأنها مجردة من معايير الأدلة "الأمينة". اما (Knapp (1944 يرى بأنها "اقترح للاعتقاد بمرجع موضوعي يتم نشره دون تأكيد رسمي". ويرى (Peterson and Gist (1951 أنها "سرد غير متحقق منه أو تفسير للأحداث، يتم تداوله من شخص لآخر وتتعلق بشيء أو



حدث أو قضية ذات اهتمام عام. وعلى الرغم من أن اختلاف وجهات النظر ، إلا أنها تحتوي على عناصر تميز الشائعات عن المعلومات. وتتمثل في:

1. الشائعة هي جزء من المعلومات التي تحتوي على بيانات توثيق ضعيفة. يمكن تأكيد صحة الشائعة أو اكتشاف كذبها في مرحلة معينة في المستقبل.

2. تشير الأهمية أو الاهتمام المحلي أو المحدود زمنياً للشائعة إلى "جمهورها". "جمهور" الشائعة هم الأشخاص الذين يواجهونها. تتعلق الشائعات بموضوعات ذات عواقب أو أهمية. لا يرغب الأشخاص المستفسرون في معرفة عواقب الشائعة فحسب، بل يحتاجون أيضاً إلى معرفة ما يعتقد الأشخاص الآخرون بشأنها للتحضير لمزيد من الإجراءات.

3. الشائعات هي تصريحات تهدف في المقام الأول إلى الاعتقاد. قد تكون صحيحة أو قد تكون كاذبة. وربما ينبغي للمرء أن يتصرف بناءً عليها، اعتماداً على ما يعتقد الآخرون.، لذا فإن خاصية الاعتقاد تميزها عن غيرها من المعلومات غير الرسمية مثل النميمة أو الفولكلور أو الأساطير. تهدف النميمة في المقام الأول إلى تسليية الناس، في حين أن الفولكلور والأساطير هي قصص لا تدعي بالضرورة أنها حقيقية، ولكنها تهدف إلى نقل حقائق مهمة. وعلى النقيض من ذلك، تصر الشائعات على أن تؤخذ حرفياً.

يرى (1966) Shibutani ان الشائعة "شكل متكرر من التواصل يحاول من خلاله الرجال الذين يجدون أنفسهم في موقف غامض بناء تفسير ذي معنى من خلال تجميع مواردهم الفكرية". فالشائعات في نظره أشبه بالأخبار المرتجلة التي تنتج عن عملية توزيع جماعية. فالشائعة هي خلاصة موارد الناس الفكرية للوصول إلى تفسير مرضي للحدث. لذلك هي عملية معالجة للمعلومات وكذلك عملية تفسير وتعليق. وهي عمل جماعي لإعطاء الحقائق غير المبررة معنى أو مغزى. يجتمع الناس ويعلقون على الأخبار، مما يؤدي إلى تقديم تفسير أو أكثر. ومن ثم، لا يمكن أن يُعزى تطور محتوى الشائعة إلى الفعالية الزائفة للذاكرة، بل إلى تطور ومساهمة التعليقات المقدمة أثناء عملية الإشاعة. حيث يريد الجمهور أن يفهم ولكن لا يتلقى أي إجابات رسمية. وتمثل الشائعات بالنسبة اليه بالسوق السوداء للمعلومات. وفي الوقت نفسه يشير شيبوتاني إلى تكوينها وتطورها. ويتعلق الأمر بالشائعات التي تنشأ مباشرة بعد وقوع الحدث. يبدو هذا التعريف محدداً جداً. فالشائعات لا تحتاج إلى حدث يريد تفسيره. بعض الشائعات تحدث بشكل عفوي أو



حتى تخلق الأحداث بنفسها (schneider,2012,p5-7). وهناك مجموعة من العوامل يمكن ان تسهم في انتشار الشائعات عبر هذه الشبكات.

ثانيا: عوامل انتشار الشائعات

- الشك العام يشير مونتنغري بلجيون الى انه يتوقف سريان الاشاعة على الشك والغموض في الخبر او الحدث، فحينما تعرف الحقيقة لا يبقى مجال للإشاعة، فالإشاعة هي محاولة لتبادل العلم بالواقع ومشكلاته في ظل نظام اعلامي يحاول الحيلولة دون هذه المعرفة، لذا يعتبر بعض الباحثين أن الإشاعة هي مجرد “بديل” يعوض غياب الحقيقة الرسمية. فالإشاعة تنتشر، عندما تتوقف المؤسسات - التي من المفروض أن تقدم الخبر المضبوط - عن مهامها الحقيقية.
- إشراك المتلقي في التفكير في النتائج مما يفتح أمامه فضاء من التخييلات لا تخضع إلا للرغبات والأهواء.
- القلق الشخصي.
- سرعة تلقي الإشاعة أو سذاجة المتلقي أو عقلية القطيع
- الترقب والتوقع، وعدم الاستقرار وعدم الثقة.
- وجود أجواء التوتر النفسي التي تخيم على المجتمع.
- سوء الوضع الاجتماعي والاقتصادي
- الفراغ الناتج من تفشي ظاهرة البطالة الظاهرة والمقنعة
- شيوع أنماط التفكير الخرافي القائم على قبول الأفكار الجزئية دون التحقق من صدقها أو كذبها بأدلة تجريبية والأسطورية القائم على قبول الأفكار الكلية دون التحقق من صدقها أو كذبها بأدلة منطقية.
- ظاهره الحرمان الإدراكي.(إبراهيم، ٢٠١٩، ص ٨).

ثالثا: دوافع تداول الشائعات

توجد عدة دوافع تدفع بالشائعات إلى الانتشار والرواج، ومن هذه الدوافع التي ذكرها الباحثون في ظاهرة الشائعات



- الرغبة في الاستماع إلى الشائعات وهو سلوك اجتماعي فيميل الناس إلى الاستماع إلى المعلومات والأخبار وتتبعها خاصة إذا تعلق بآي من المشاهير أو قضية من القضايا السياسية والاقتصادية أو الاجتماعية المثارة.
- تصديق الشائعات يميل الناس إلى تصديق ما يسمعون من الشائعات نظرا لعدم قدرتهم على مراجعته والتثبت من صدقه.
- التنفيس عن حالات الكبت أو القلق تعد الشائعة في بعض الحالات وسيلة للتنفيس عن أنواع الضغط أو الخوف من الأحاديث المباشرة فتكون الشائعات متنفسا يخفف من حدة التوتر العاطفي. وقد تستخدم الشائعات في بعض الحالات للتعبير عن حالة نفسية أو قلق انفعالي للتخفيف من حدة التوترات الانفعالية لدى من يصدقها ويردها.
- تحقيق المصالح الشخصية تتعدد المصالح التي تتحقق من نشر الشائعات فتنتشر الحكومات وأحزاب المعارضة الشائعات لكسب ثقة الشعوب أو لإلهايم عن قضايا بعينها، وينشرها الأفراد للتنفيس عن مشاعر الكراهية والحقد أو للانتقام والتشهير.
- الفراغ يساهم الفراغ الذي يعيشه بعض الأفراد في بث الإشاعات وترويجها كالشائعات التي تصدر عن الشباب العاطل عن العمل.
- التهرب من الشعور بالذنب فالإنسان حين يصدق الشائعات السيئة عن الآخرين فإنه يتحایل للإفلات من ذنب لا شعوري عنده.
- الكذب، وهو آفة أخلاقية واجتماعية تدفع بصاحبها إلى الإخبار عن الأحداث على خلاف الحقيقة
- الرغبة في استباق الأحداث، وهي حالة من التوقع تدفع الإنسان إلى التسرع في نشر الشائعات عن أحداث مقبلة كالإعلان عن تغييرات سياسية أو إصلاحات اقتصادية وذلك للقضاء على حالة الغموض التي تحيط بهذه الأحداث.
- الميول العدوانية، فالعلاقات السيئة والمشاكل القائمة بين العائلات والجماعات والدول توجب الشائعات التي تهدف إلى إلحاق الأذى والتشهير بسمعة ومكانة الأشخاص المستهدفين من إطلاق الشائعة (عبد العليم، ٢٠١٩، ص ١٣-١٥)

رابعا: اهداف الشائعات:



- الشائعات السياسية: والمقصود بها الشائعات المتعلقة بالجانب السياسي وهي أخطر أنواع الشائعات المنتشرة في وقتنا الحالي، وتلعب هذه الشائعة دوراً كبيراً في التأثير على الفرد والمجتمع، حيث تستخدم أشكالاً كثيرة لنشرها مثل النكتة والصور المفبركة وقصص الفضائح، وتكون لصالح أهداف سياسية تخدم في النهاية مصالح معينة للتأثير على تفكير الناس وتغيير مواقفهم واتجاهاتهم تجاه قضايا معينة
- الشائعات الاجتماعية: والمقصود بها الشائعات التي تركز على الأمور والمسائل الاجتماعية وما يهم المجتمع ويؤثر فيه ويوهن من عزيمته ويثبط قدراته ويشل إرادته ويجعله قلقاً متخوفاً متحفظاً لقبول أى شائعة وتصديقها وهذا النوع من الشائعات خطير لأنه يورث الأحقاد الاجتماعية والكراهية والبغضاء بين أفراد المجتمع
- الشائعات الاقتصادية: وهي الشائعات التي تهاجم مجالاً معيناً من الإقتصاد أو جميع مجالاته، واذ يسعى مروجها إلى تحقيق عرض معين من الإقتصاد وإصابته عن طريقها، مثل الشائعات التي تستهدف أسواق المال وأسعار العملات، كما يمكن أن تصيب الإقتصاد برمته فيكون تأثيرها في البلد ومواطنيه واسع النطاق مثل التي تصيب سعر الفائدة والعملة المحلية.
- الشائعات العسكرية أو الأمنية: وهي الشائعات التي تستخدم في المجالات العسكرية أو الأمنية أو الإرهابية مثل تحطيم معنويات القوات المسلحة ويقلل عزائمهم وإيمانهم في الدفاع عن أرض الوطن، والقضايا الوطنية والتقليل من أهميتها وقدرتها على القيام بواجباتها كما ينبغي وصولاً لتعميق الفرقة بين أفرادها من جهة وبين الحكومة من جهة أخرى وباتجاهات متعددة.
- الشائعات العلمية والتعليمية: وهي الشائعات المرتبطة بالإكتشافات والإبتكارات العلمية المختلفة والأمور الثقافية المتنوعة، وكما يشتمل هذا النوع من الشائعات على الأمور المتعلقة بمسيرة الجامعات والكليات والمعاهد ومراكز الأبحاث المتخصصة.
- الشائعات الشخصية: وتطور حول أحد الأشخاص وتهدف إلى تحقيق مكاسب شخصية
- الشائعات الصحية: وهي الشائعات المرتبطة بالإكتشافات والإبتكارات الطبية المختلفة، والأمور المتعلقة بالجانب الصحي للإنسان، من ضمنها ما يتم نشره فيما يتعلق بالفيروسات والوبئة (حربي، ٢٠١٩، ص ١٠-١١).



2- الدراسات السابقة

دراسة (Bai,2012)

استكشاف حركة الشائعات في وسائل التواصل الاجتماعي في الصين، وهدفت التعرف إلى تأثير الشائعة عبر وسائل التواصل الاجتماعي على حياة المواطنين، وذلك من خلال تحليل الشائعات في أكثر مواقع التواصل الاجتماعي، وأظهرت نتائج الدراسة ان وسائل التواصل الاجتماعي قد زادت تأثير الشائعات التي تنتشر من خلال وسائل التواصل الاجتماعي لتصل إلى الأشخاص والجماعات من غير مستخدمي هذه الوسائل أو شبكة الانترنت، وان لوسائل التواصل دور أساسي في نشر الشائعات (Bai,2012)

دراسة سلمان (٢٠١٧).

شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في نشر الشائعات من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى. هدفت الدراسة إلى التعرف على دور شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في نشر الشائعات من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى من خلال التعرف على درجة نشر الشائعة، والشبكة الأكثر نشرًا لها، واستخدام الباحث المنهج الوصفي، واستعان بأداتي استمارة الاستبيان واستمارة المقابلة لجمع بيانات الدراسة الميدانية، وتكون مجتمع الدراسة من أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى، وبلغ قوام العينة المختارة (352) مبحوثاً من الهيئة التدريسية، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: أن درجة نشر الشائعات على شبكات التواصل الاجتماعي كانت متوسطة، وحازت شبكة الفيس بوك على المرتبة الأولى بين أكثر الشبكات نشرًا للشائعات، كما كشفت نتائج الدراسة أن من أبرز مواضيع الشائعات على شبكات التواصل الاجتماعي هي الشائعة السياسية والشائعة الاجتماعية. وان من اهم أسباب نشر الشائعات هي سهولة انتاج المعلومات ونشرها على تلك الشبكات(سلمان،٢٠١٧)

دراسة باقطين (٢٠٢١)

دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة عدن، ويعد من البحوث الوصفية، وبلغت عينة البحث (40) مبحوثاً، وأشارت النتائج إلى أن غالبية المبحوثين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي يومياً وأبرز مواضيع الشائعات من وجهة نظر المبحوثين هي الشائعات ذات الطابع السياسي " تليها في المرتبة الثانية الشائعات ذات الطابع



العسكري والأمني، ويُرجع المبحوثون السبب الأول في انتشار الشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي إلى "عدم وجود قوانين وضوابط ملزمة تردع مروجي الشائعات إضافة إلى ضعف دور الإعلام في توضيح الحقائق كاملة، وتشير النتائج إلى أن "الواتس اب يأتي في مقدمة وسائل التواصل الاجتماعي نشرًا للشائعات وفي المرتبة الثانية يأتي "الفيسبوك" ثم "تويتر" و"اليوتيوب". (باقطيان، ٢٠١٢، ص ٦٥٧)

دراسة (AlHajeri & Zaman bin Haji Yusoff(2023)

الهدف من هذه الدراسة هو استكشاف تأثيرات الشائعات الموجودة عبر منصات التواصل الاجتماعي المختلفة على الشباب الإماراتي. ولتحقيق هذا الهدف، تم إجراء بحث نوعي مستمد من النموذج البنائي. وكان المستهدفون من الشباب الإماراتي الذين تتراوح أعمارهم بين 15 و24 عاماً. من أجل جمع المعلومات اللازمة للبحث، تم إجراء مقابلة شبه منظمة مع كل مشارك باستخدام استبيان مكون من 10 فقرات يتكون من أسئلة مفتوحة. وباستخدام تحليل المحتوى، كشفت النتائج عن موضوعين: (1) مساهمة الشباب الإماراتي في نشر الشائعات على وسائل التواصل الاجتماعي، (2) الشائعات على وسائل التواصل الاجتماعي لها تأثير سلبي على الأمن الاجتماعي للشباب الإماراتي. كما أشارت النتائج إلى أن المشاركين أقروا بالآثار السلبية لنمو الشائعات عبر الإنترنت عليهم وعلى ضمانهم الاجتماعي (AlHajeri & Zaman bin Haji Yusoff,2023,p1008)

إجراءات البحث:

مجتمع البحث: شمل المجتمع العاملين في جامعة بغدا دمن (الندريسيين) للعام 2023-2024
عينة البحث الرئيسة: شملت عينة البحث الرئيسة (203) تدريسي من العاملين في جامعة بغداد، وقد تم اختيارهم بالطريقة العشوائية البسيطة، والجدول (1) يوضح ذلك

جدول (1)

عينة البحث الرئيسة

مجموع	التخصص		الشهادة		الجنس	
	انساني	علمي	ماجستير	دكتوراه	ذكر	انثى
	129	74	99	104	56	147
203	203		203		203	



أداة الدراسة:

تم اعداد أداة أسباب انتشار الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي، و ذلك بعد الاطلاع على عدد من الادبيات السابقة التي تناولت الموضوع و هي كل من دراسة (الدبيسي و ابو جامع، 2023) و(وكال،2018) و(المدني، 2017). وتكونت الاداة من (20) فقرة، تتم الاستجابة على الفقرات وفقا لتقدير ثلاثي (1-لا اتفق)

(2 -محايد) (3-اتفق). وتم التحقق من الصدق الظاهري للأداة من خلال عرضه على مجموعة من المختصين في المجال النفسي والبالغ عددهم (4) خبراء

عرض النتائج ومناقشتها:

الهدف الاول: التعرف على أسباب انتشار الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي من منظور اساتذة الجامعة، وقد تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكل فقرة من الفقرات وكما موضح في الجدول (2)

جدول (2)

أسباب انتشار الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي

الترتبة	الانحراف المعياري	المتوسط	ابدا	احيانا	دائما	الفقرات
4	.51363	2.6305	3	69	131	ع ضعف تطبيق القانون والضوابط لردع مروجي الشائعات
			1.5	34.0	64.5	%
13	.56379	2.4483	7	98	98	ع ضعف دور الاعلام في توضيح الحقائق كاملة
			3.4	48.3	48.3	%
1	.43440	2.7685	1	45	157	ع سهولة انتاج المعلومات ونشرها عبر مواقع التواصل زاد من انتشار الشائعات
			0.5	22.2	77.3	%
2	.53068	2.6700	6	55	142	ع محتويات مواقع التواصل الاجتماعي غير خاضعة للرقابة الأمنية والمجتمعية
			3.0	27.1	77.0	%
16	.56162	2.4286	7	102	94	ع غياب الشفافية وتأخر التصريحات الرسمية
			3.4	50.2	46.4	%
6	.53452	2.5714	4	79	120	ع



			2.0	38.9	59.1	%	غياب الوعي بخطورة تداول الاخبار المثيرة دون بيان صحتها
14	.55445	2.4433	6	101	96	ع	صعوبة التحري عن مروجي الشائعات عبر مواقع التواصل
			3.0	49.8	47.2	%	
10	.53884	2.4778	4	98	101	ع	الحصول على السبق الصحفي من قبل المواقع الإخبارية على مواقع التواصل الاجتماعي
			2.0	48.2	49.8	%	
7	.51892	2.5419	2	89	112	ع	سهولة التأثير بعض المؤثرين (الشخصيات العامة) بما تروج من شائعات فيعيد نشرها
			1.0	43.8	55.2	%	
11	1.54867	2.4631	7	115	80	ع	زعزعة الاستقرار السياسي
			3.4	56.7	39.4	%	
20	.55700	2.3005	10	122	71	ع	تغيير اتجاه الرأي العام لخبر هام غير معلن عنه
			4.9	60.1	35.0	%	
17	.57619	2.4089	9	102	92	ع	التلاعب بمشاعر الآخرين بشأن الموضوعات المتعلقة بأمور حياتهم
			4.5	50.2	45.3	%	
5	.54715	2.6059	6	68	129	ع	السعي نحو الربح المادي
			3.0	33.5	63.5	%	
19	.60715	2.3547	14	103	86	ع	البطالة
			6.9	50.7	43.4	%	
8	.56526	2.5320	7	81	115	ع	ضعف المنظومة القيمية والأخلاقية
			3.4	3	56.7	%	
3	.51101	2.6404	3	67	133	ع	البحث عن الشهرة
			1.5	33.0	65.5	%	
12	.51892	2.4581	2	106	95	ع	تسقيط الآخر
			1.0	52.2	46.8	%	
15	.54545	2.4433	5	103	95	ع	اثارة الفتنة والفوضى
			2.5	50.7	46.8	%	
18	.55198	2.3744	7	113	83	ع	زعزعة الترابط الاجتماعي
			3.4	55.7	40.5	%	
9	.52033	2.5172	2	94	107	ع	تضليل وتزييف الحقائق
			1.0	46.3	52.7	%	



وقد اظهرت نتائج التحليل الاحصائي ان أسباب انتشار الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي من منظور اساتيد الجامعة و كما موضح في الجدول أعلاه ان فقرة (سهولة انتاج المعلومات ونشرها عبر مواقع التواصل زاد من انتشار الشائعات) جاءت في المرتبة الأولى و جاءت في المرتبة الثانية فقرة (محتويات مواقع التواصل الاجتماعي غير خاضعة للرقابة الامنية المجتمعية) في حين حلت فقرة (البحث عن الشهرة في المرتبة الثالثة ، اما الفقرة (ضعف تطبيق القانون و الضوابط لردع مروجي الشائعات) جاءت في المرتبة الرابعة، في حين حلت الفقرة (السعي نحو الربح المادي) في المرتبة الخامسة ،في حين جاءت الفقرات الاتية في المراتب الأخيرة اذ جاءت الفقر (تغيير اتجاه الرأي العام لخبر هام غير معلن عنه) في المرتبة العشرين و الأخيرة اما الفقرة (البطالة) جاءت بالمرتبة ما قبل الأخيرة ،واحتلت الفقرات (زعزعة الترابط الاجتماعي) و(التلاعب بمشاعر الآخرين بشأن الموضوعات المتعلقة بامور حياتهم) و(غياب الشفافية و تأخر التصريحات الرسمية) المراتب الثامنة عشرو السابعة عشر و السادس عشر على التوالي

ويمكن تفسير النتائج التي توصلت اليها الدراسة وفق الاتي: ان مع تقدم العصر وتطور الشبكات، بإمكان الأشخاص الاتصال بكم كبير من المعلومات بسهولة أكبر عبر الإنترنت، فضلا عن ذلك سهولة انتاج و نشر اية معلومة عبر مواقع التواصل الاجتماعي اذ أصبح انتشار المعلومات أسرع من أي وقت مضى مما بولد تحديات غير مسبوقة في ضمان موثوقية المعلومات ومن ثم قد تكون الكثير من المعلومات مخالفة للحقائق مما يؤدي الى حدوث الكثير من الاشكالات في حياة الاشخاص و المجتمع . وخاصة في السنوات الأخيرة، مما يجعل المواقع ارض خصبة لنشر الشائعات التي تمس شؤون و حياة الافراد، اذ قد تحتوي الشائعات على معلومات سرية عن شخصيات عامة أو أخبار تتعلق بقضايا اجتماعية مهمة تشكل الرأي العام للمجتمع من خلال التأثير في معتقدات افراد ه وعلى استقراره ،كما ان ضعف القوانين و الضوابط التي تحد من او تمنع مروجي الشائعات من النشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي توجب الحاجة الماسة الى الاستجابة و التعامل مع الشائعات بانواعها بطريقة كفوءة وبناءة، ونجد هناك من يوظف مواقع التواصل الاجتماعي لغرض تحقيق اهداف مادية من خلال العديد من الاساليب كالابتزاز الالكتروني و غيره من اجل الحصول على المال وذلك على حساب سمعة وحياة الآخرين بغياب او ضعف الرقابة الامنية و المجتمعية



الهدف الثاني: التعرف على أسباب انتشار الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي من منظور اساتيد الجامعة وفق متغير الجنس ، و قد تم استخراج التكرارات و النسب المئوية لكل فقرة من الفقرات و كما موضح في الجدول (3)

جدول(3)

التكرارات و النسب المئوية لاسباب انتشار الشائعات وفق متغير الجنس

ضعف تطبيق القانون و الضوابط لردع مروجي الشائعات								
الجنس	ذكر				انثى			
البديل	ابدا	أحيانا	دائما	الكلي	ابدا	أحيانا	دائما	الكلي
التكرار	2	14	40	56	1	55	91	147
%	3.6	25.0	71.4	100.0	.7	37.4	61.9	100.0
ضعف دور الاعلام في توضيح الحقائق كاملة								
الجنس	ذكر				انثى			
البديل	ابدا	أحيانا	دائما	الكلي	ابدا	أحيانا	دائما	الكلي
التكرار	2	30	24	56	5	68	74	147
%	3.6	53.6	42.9	100.0	3.4	46.3	50.3	100.0
سهولة انتاج المعلومات ونشرها عبر مواقع التواصل زاد من انتشار الشائعات								
الجنس	ذكر				انثى			
البديل	ابدا	أحيانا	دائما	الكلي	ابدا	أحيانا	دائما	الكلي
التكرار	0	11	45	56	1	34	112	147
%	0	19.6	80.4	100.0	.7	23.1	76.2	100.0
محتويات مواقع التواصل الاجتماعي غير خاضعة للرقابة الامنية المجتمعية								
الجنس	ذكر				انثى			
البديل	ابدا	أحيانا	دائما	الكلي	ابدا	أحيانا	دائما	الكلي
التكرار	2	15	39	56	4	40	103	147
%	3.6	26.8	69.6	100.0	2.7	27.2	70.1	100.0
غياب الشفافية و تأخر التصريحات الرسمية								
الجنس	ذكر				انثى			
البديل	ابدا	أحيانا	دائما	الكلي	ابدا	أحيانا	دائما	الكلي
التكرار	5	26	25	56	2	76	69	147
%	8.9	46.4	44.6	100.0	1.4	51.7	46.9	100.0



غياب الوعي بخطورة تداول الاخبار المثيرة دون بيان صحتها								
الجنس	ذكر				انثى			
البديل	ابدا	أحيانا	دائما	الكلي	ابدا	أحيانا	دائما	الكلي
التكرار	3	24	29	56	1	55	91	147
%	5.4	42.9	51.8	100.0	.7	37.4	61.9	100.0
صعوبة التحري عن مروجي الشائعات عبر مواقع التواصل								
الجنس	ذكر				انثى			
البديل	ابدا	أحيانا	دائما	الكلي	ابدا	أحيانا	دائما	الكلي
التكرار	4	24	28	56	2	77	68	147
%	7.1	42.9	50.0	100.0	1.4	52.4	46.3	100.0
الحصول على السبق الصحفي من قبل المواقع الإخبارية على مواقع التواصل الاجتماعي								
الجنس	ذكر				انثى			
البديل	ابدا	أحيانا	دائما	الكلي	ابدا	أحيانا	دائما	الكلي
التكرار	1	29	26	56	3	69	75	147
%	1.8	51.8	46.4	100.0	2.0	46.9	51.0	100.0
سهولة التأثير بعض المؤثرين (الشخصيات العامة) بما تروج من شائعات فيعيد نشرها								
الجنس	ذكر				انثى			
البديل	ابدا	أحيانا	دائما	الكلي	ابدا	أحيانا	دائما	الكلي
التكرار	1	27	28	56	1	62	84	147
%	1.8	48.2	50.0	100.0	.7	42.2	57.1	100.0
زعزعة الاستقرار السياسي								
الجنس	ذكر				انثى			
البديل	ابدا	أحيانا	دائما	الكلي	ابدا	أحيانا	دائما	الكلي
التكرار	5	23	28	56	2	92	53	147
%	8.9	41.1	50.0	100.0	1.4	62.6	36.1	100.0
تغيير اتجاه الرأي العام لخبر هام غير معلن عنه								
الجنس	ذكر				انثى			
البديل	ابدا	أحيانا	دائما	الكلي	ابدا	أحيانا	دائما	الكلي
التكرار	5	37	14	56	4	77	66	147
%	8.9	66.07	25	100.0	2.7	52.4	44.8	100.0
التلاعب بمشاعر الآخرين بشأن الموضوعات المتعلقة بامور حياتهم								
الجنس	ذكر				انثى			
البديل	ابدا	أحيانا	دائما	الكلي	ابدا	أحيانا	دائما	الكلي



147	64	78	5	56	28	24	4	التكرار
100.0	43.5	53.1	3.4	100.0	50.0	42.9	7.1	%
السعي نحو الربح المادي								
انثى				ذكر				الجنس
الكلبي	دائما	أحيانا	ابدا	الكلبي	دائما	أحيانا	ابدا	البديل
147	91	53	3	56	38	15	3	التكرار
100.0	61.9	36.1	2.0	100.0	67.9	26.8	5.4	%
البطالة								
انثى				ذكر				الجنس
الكلبي	دائما	أحيانا	ابدا	الكلبي	دائما	أحيانا	ابدا	البديل
147	62	80	5	56	24	23	9	التكرار
100.0	42.2	54.4	3.4	100.0	42.9	41.1	16.1	%
ضعف المنظومة القيمية و الأخلاقية								
انثى				ذكر				الجنس
الكلبي	دائما	أحيانا	ابدا	الكلبي	دائما	أحيانا	ابدا	البديل
147	85	60	2	56	30	21	5	التكرار
100.0	57.8	40.8	1.4	100.0	53.6	37.5	8.9	%
البحث عن الشهرة								
انثى				ذكر				الجنس
الكلبي	دائما	أحيانا	ابدا	الكلبي	دائما	أحيانا	ابدا	البديل
147	96	50	1	56	37	17	2	التكرار
100.0	65.3	34.0	.7	100.0	66.1	30.4	3.6	%
تسقيط الآخر								
انثى				ذكر				الجنس
الكلبي	دائما	أحيانا	ابدا	الكلبي	دائما	أحيانا	ابدا	البديل
147	67	80	0	56	28	26	2	التكرار
100.0	45.6	54.4	0	100.0	50.0	46.4	3.6	%
اثارة الفتنة و الفوضى								
انثى				ذكر				الجنس
الكلبي	دائما	أحيانا	ابدا	الكلبي	دائما	أحيانا	ابدا	البديل
147	67	78	2	56	28	25	3	التكرار
100.0	45.6	53.1	1.4	100.0	50.0	44.6	5.4	%
زعزعة الترابط الاجتماعي								



انثى				ذكر				الجنس
الكلية	دائما	أحيانا	ابدا	الكلية	دائما	أحيانا	ابدا	البديل
147	67	77	3	56	16	36	4	التكرار
100.0	45.6	52.4	2.0	100.0	28.6	64.3	7.1	%
تضليل و تزيف الحقائق								
انثى				ذكر				الجنس
الكلية	دائما	أحيانا	ابدا	الكلية	دائما	أحيانا	ابدا	البديل
147	76	69	2	56	31	25	0	التكرار
100.0	51.7	46.9	1.4	100.0	55.4	44.6	0	%

و قد اظهرت النتائج الى ان الذكور و الاناث قد اتفقوا على ان ضعف تطبيق القانون و الضوابط لردع مروجي الشائعات و سهولة انتاج المعلومات ونشرها عبر مواقع التواصل زاد من انتشار الشائعات، ومحتويات مواقع التواصل الاجتماعي غير خاضعة للرقابة الامنية و المجتمعية، وغياب الوعي بخطورة تداول الاخبار المثيرة دون بيان صحته، فضلا عن سهولة التأثير بعض المؤثرين (الشخصيات العامة) بما تروج من شائعات فيعيد نشره، وكذلك السعي نحو الربح المادي، و البحث عن الشهرة ، و تضليل و تزيف الحقائق من الاسباب الرئيسة في انتشار الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي من منظور الاساتيد ،في حين ضعف دور الاعلام في توضيح الحقائق كاملة، و الحصول على سبق الصحفي من قبل المواقع الإخبارية على مواقع التواصل الاجتماعي ترى الاناث انه سبب رئيسي اما الذكور يرونه سبب ثانوي ، اما غياب الشفافية و تأخر التصريحات الرسمية و كذلك تغيير اتجاه الرأي العام لخبر هام غير معن فقد اتفق كل من الذكور و الاناث على انها ليس سبب رئيس في نشر الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي ،في حين يرى الذكور صعوبة التحري عن مروجي الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي ، و زعزعة الاستقرار السياسي ، و التلاعب بمشاعر الآخرين بشأن الموضوعات المتعلقة بأمر حياتهم ، و البطالة و كذلك اثار الفتنة و الفوضى على انها اسباب رئيسة اما الاناث فيعدونها اسباب ثانوية، في حين اتفق كل من الذكور و الاناث على ان زعزعة الترابط الاجتماعي سبب ثانوي في نشر الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي من منظور الاساتيد

نستنتج ان الاسباب التي حصلت على اعلى المتوسطات قد تم الاتفاق عليها انها اكثر الاسباب شيوعا في نشر الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي في الهدف الاول وهي ذاتها التي اشار



اليها كل من الذكور و الاناث في الهدف الثاني اي لا اختلاف في منظور الاساتذة وفق الجنس في اسباب نشر الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي الا في بعض الاسباب المشار اليها في اعلاه

الهدف الثالث: التعرف على دوافع نشر الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي من منظور اساتيد الجامعة ،و تم استخراج النسب المئوية لكل دافع من الدوافع و كما موضح في الجدول (4)

جدول (4)

النسب المئوية لدوافع نشر الشائعات

الدافع	%	الدافع	%
السياسي	65.02	الاقتصادي	40.3
الشخصي	61.5	التعليمي	19.7
الاجتماعي	55.6	البيئي	9.8
الديني	41.3	الصحي	9.3

و قد أظهرت النتائج و كما موضح في الجدول أعلاه ان الدافع السياسي جاء في المرتبة الأولى ثم يليه الدافع الشخصي ثم جاء في المرتبة الثالثة الدافع الاجتماعي يليه الدافع الديني ، في حين جاء الدافع الاقتصادي في المرتبة الخامسة يليه الدافع التعليمي و من ثم الدافع البيئي و قد جاء في المرتبة الأخيرة الدافع الصحي

وقد تكون دوافع الأشخاص الذين ينشرون الشائعات مختلفة، مثل التشهير بالآخرين، وزيادة الوعي، وصرف الانتباه، ونحو ذلك

و يمكن تفسير النتائج وفق الآتي:

ان الواقع السياسي المعاش له تأثير في مفاصل حياة افراد المجتمع ولتعددية المصادر في الحصول على معلومات دقيقة و لا توجد جهة ذات موثقية يمكن ان يركن اليها الفرد تصبح مواقع التواصل ارض خصبة لنشر الشائعات ذات الطابع السياسي للتخلص من الغموض او عدم اليقين في المشهد السياسي ، كما ان الدوافع الشخصية في نشر الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي



تكتنفها دوافع عدة دافع الانتقام او دافع الغيرة او دافع تسقيط الاخر او التشهير به او دافع حماية الذات او تعزيز الذات والتي اخذت حيز كبير عبر مواقع التواصل الاجتماعي و التي تتداخل في دوافعها مع اغلب الدوافع الاخرى كالدافع السياسي و الدافع الاجتماعي في حين نجد ان الدوافع الدينية و الاقتصادية و التعليمية لم تكن من الدوافع الاكثر انتشارا التي تكمن وراء نشر الشائعات عبر موقع التواصل الاجتماعي ويكمن تفسير ذلك بان الواقع ولد حالة من عدم الاهتمام في تلك الجوانب المهمة في حياة الافراد والاكتفاء بمساييرة واقع الحال و التي لا تثير الافراد و تدفعهم لنشر الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي ذات الدوافع الدينية و التعليمية و الاقتصادية ،و قد حلت الدوافع البيئية و الصحية اخيرا ويمكن ان ينسحب ذات التفسير وفقا للدوافع اعلاه حالة من عدم المبالاة و الركون الى الواقعيين البيئي و الصحي المعاشان

و يمكن الخروج بالاستنتاج الاتي في ضوء النتائج :

- تكمن أهمية دراسة الشائعات في تأثيرها الكبير في المجتمعات وما يمكن أن تؤديه تلك الشائعات من تدهور وعدم تماسك وخفض الروح المعنوية، وتغيير مواقف الأفراد، وعلاقتهم، وتفاعلاتهم داخل المجتمع، و كونها تدخل في كافة المعلومات المرتبطة بالجوانب السياسية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية والعسكرية على المستوى المحلي والعالمي، وهي تنتشر بسرعة ولاسيما في أوقات الأزمات بمختلف أنواعها سواءً أكانت أزمات على الصعيد السياسي أم الاقتصادي أم الاجتماعي، وللشائعات دور كبير في التأثير في حياة الناس مما يتطلب تكاتف جهود كافة الجهات في مواجهة كل ما يمس واقع و حياة الفرد و المجتمع

التوصيات :

التأكيد على الجهات ذات العلاقة بتكاتف الجهود بغية تدارك نشر الشائعات التي من شأنها التأثير في مفاصل الحياة الشخصية و الاجتماعية للأفراد و القضايا التي تخص واقع المجتمع العراقي منها السياسية و الاقتصادية و...

المقترحات:

- القيام بدراسة عن اسباب نشر الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي من منظورا(الشباب،النساء،المراهقين، الموظفين) واختيار وسيلة محددة(الفيسبوك،او تويتر،او ..)



- القيام بدراسة عن دوافع نشر الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي من منظور عينة من شرائح المجتمع .

المصادر

- إبراهيم صفاء عباس عبد العزيز (٢٠١٩). الاشاعة وأثرها على الفرد والمجتمع مجلة البحث العلمي في الآداب، العدد العشرون، الجزء الثامن، ١-٢٤.
- اكحيل، رضا عبد حمودة (2015). الشائعات في المواقع الإخبارية الأردنية وتأثيرها في نشر الأخبار من وجهة نظر الصحفيين الإردنيين، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، كلية الإعلام، الأردن.
- إنسان إيمان (2019). أثر الشائعات في أداء المؤسسة الجامعية الجزائرية، رسالة ماجستير، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي.
- باقطين، علي (2021). دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة عدن، مجلة الإعلام والفنون، السنة الأولى، ع 4.
- بامطرف، محمد هشام عبدالله (2020). تأثيرات الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي على الشباب في عدن: واتساب أنموذجاً، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة عدن، كلية الآداب، قسم الصحافة الاعلام.
- التهامي مختار (1974). الرأي العام والحرب النفسية، دار المعارف، ط1، القاهرة.
- حجازي، فاطمة الزهراء صالح أحمد (2015). العلاقة بين الإعلام و الشائعات و الصراع لشغل المجال العام : دراسة كيفية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، ع53، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- حربي، نصر رمضان سعد الله (٢٠١٩). الشائعات ونشرها عبر مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي (اثارها- المسؤولية المترتبة عليها- سبل التصدي لها)، المؤتمر العلمي السادس لكلية الحقوق، جامعة طنطا " القانون والشائعات " ١-٤٠ .



- الدبيسي، عبدالكريم علي وأبو جامع منى(2023). دوافع نشر الشائعات على شبكة الإنترنت في الأردن: دراسة تحليلية لمضمون الشائعات المنشورة على منصة "حقك تعرف"، مجلة دراسات العلوم الإنسانية والاجتماعية، ج50، ع2، الجامعة الأردنية.
- الدليمي، عبدالرزاق (2019). الحرب النفسية في القرن الحادي والعشرين، الابتكار للنشر والتوزيع، عمان.
- السعيدة، جهاد علي (٢٠١٩) الشائعات في وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيراتها على الأمن المجتمعي من وجهة نظر طلبة كلية الأميرة رحمة الجامعية. مجلة العلوم الإنسانية لجامعة أم البواقي، المجلد ٦، العدد ٢، ٣٢٤-٣٤٨.
- سلمان، أحمد حسن (2017). شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في نشر الشائعات من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى، رسالة ماجستير، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط.
- شتلة ممدوح السيد عبدالهادي(2017) . الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في أحداث العنف والصدراع السياسي بين الشباب الجامعي: دراسة ميدانية، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، ع16.
- عاطف، حاتم محمد (2017). رأي النخبة حول " جدلية الشائعات أولاً أم الأزمات": مصر أنموذجاً، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، ع15، ج5، القاهرة.
- عبد العليم، فاطمة محمد (٢٠١٩) ظاهرة الشائعات. تاريخها وموقف القوانين القديمة منها. المؤتمر العلمي السادس لكلية الحقوق، جامعة طنطا " القانون والشائعات" ١-٦٧.
- عبد الغني، مي(2020) . توظيف مواقع التواصل الاجتماعي في التحقق من الأخبار الزائفة: موقع فيس بوك أنموذجاً، مجلة البحوث والدراسات الإعلامية، المعهد الدولي العالي للإعلام بالشروق، القاهرة.
- عثمان، نصر الدين عبد القادر (2019). دور الاعلام الجديد في الترويج للشائعات وآليات التصدي لها: دراسة ميدانية على عينة من أساتذة الإعلام والإعلاميين، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، ع23، ج7، مصر.
- قطامي، يوسف وقطامي، نايفة (2000). سيكولوجية التعلم الصفي، دار الشروق للنشر والتوزيع، الأردن.



- كابفيرير، جان نويل(2007). ترجمة تانيا ناجيا، الشائعات، الوسيلة الإعلامية الأقدم في العالم، دار الساقى، بيروت.
- المدني أسامة بن غازي(2017). دور شبكات التواصل الاجتماعي في ترويج الشائعات لدى طلاب الجامعات السعودية_تويتر أنموذجاً، مجلة أم القرى للعلوم الاجتماعية، السعودية.
- منصور، راللا أحمد عبدالوهاب،(2020) دور صفحات مقاومة الشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي في تصحيح الشائعات المنشورة لدى الرأي العام في ضوء مفهوم (حروب الجيل الخامس): دراسة تحليلية وميدانية، المجلة العربية لبحوث الاعلام والاتصال، ع31، القاهرة.
- نوري، أسماء وعبود، محمد(2021). المراجع العربية التقليدية والإلكترونية، قسم المعلومات والمكتبات كلية الآداب الجامعة المستنصرية.
- وكال، بلال(2018). الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي و مدى تأثيرها على المجتمع الجزائري دراسة ميدانية مجتمع مسيلة- جامعة محمد بوضياف المسيلة، رسالة ماجستير غير منشورة. كلية العلوم الانسانية و الاجتماعية

References

- Alhajeri, Alya saleh., & Zaman bin Haji Yusoffm Kumural(2023). Rumors on Social Media Networking Sites and their Impact on Emirati Youth, Baltic Journal of Law & Politics Vol16:No3. 1008-1023
- Bai, M. (2012). Exploring the Dynamics of Rumors on Social Media in the Chinese Context (Dissertation). Retrieved from <https://urn.kb.se/resolve?urn=urn:nbn:se:uu:diva-185146>
- DiFonzo, N., & Bordia, P. (2007). Psychological Factors in Rumor Spread. In N. DiFonzo & P. Bordia, Rumor psychology: Social and organizational approaches (pp. 87–101). American Psychological Association. <https://doi.org/10.1037/11503-003>



- Liming Zhao, Jianli Yin, Yao Song,(2016). Exploration of Rumor combating Behavior on Social media in the context of social crises, computers in human behavior,p:25-36.
- Meng, L., Li, T., Huang, X., & Li, S. (2022). Lift the veil of rumors: the impact of the characteristics of information sources on the effectiveness of rumors spreading. Internet Research, 32(1), 90-119. doi:<https://doi.org/10.1108/INTR-11-2020-0620>
- Nekovee,M.. Moreno,Y., Bianconi, G.,& Marsili,M.(2007) Theory of rumour spreading in complex social networks. Physica, A374, pp457-470.
- Rosnow, Ralph L., Esposito, James L., Gibney& ‹LEO (1988). fACTORS INFLUENCING RUMOR SPREADING: REPLICATION AND EXTENSION, language and communication, Vol8, No1, pp29-42.
- Schindler, Mark (2007). Definitions and Characteristics of Rumors. In Schindler, Mark. Rumors in Financial Markets: Insights into Behavioral Finance.E-book,1st Ed. The Willey Finance Series.
- Tian,R.Y., Zhang, X, F., & Liu,Y.J.(2015). SSIC model: A multi-Layer model for intervention of online rumors spreading,Physica A:Statistical Mechanics and its Applications,427,181-191.
- Turenne, N. (2018). The rumor spectrum. PLoS ONE, 13(1), 1-27. doi: <https://doi.org/10.1371/journal.pone.01890801>
- Zhiwei Qin, Jian Cai, H.Z.Wangchen,(2015). How Rumors and stop over social media a multi-layered communication model and Empirical Analysis, communications of the Association for information systems,vol.(36),article(20),p:369-391.