

الإشاعة في الصحافة الإلكترونية وانعكاساتها على المجتمع "دراسة على عينة من الصحافة الإلكترونية العربية"
إسماعيل بن مزهر صالح الشمري و مختار عثمان الصديق
1.2 جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا - كلية علوم الاتصال

المستخلص:

هدفت الدراسة إلى رصد الإشاعة، وتأثيرها في المجتمعات العربية ودور الصحافة الإلكترونية في انتشارها. واعتمد الباحث على المنهج الوصفي، لوصف وتحليل الأدبيات والبحوث، واستخدم الإستبيان للمختصين. وتألف مجتمع الدراسة من صحف عربية إلكترونية، وتميزت الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة في أنها أظهرت مدى تأثير كل من الفرد والمجتمع بالإشاعات وطريقة إيجاد الحلول المناسبة للقضاء عليها. وعرض الباحث أهم نتائج الدراسة، التي تتلخص في خطورة الإشاعة وشدّة تأثيرها على عواطف الجماهير، وقدرتها الكبيرة على الانتشار السريع. وأنّ خطر الإشاعة يكون أكثر عندما يتناول المجتمع بالأقوال والإشاعات؛ ما يمس عقيدته وقيمه ومثله. وأنّ الإشاعة دائماً تستهدف عقل الإنسان، وقلبه ونفسه وليس جسده. وأوصت الدراسة إلى ضرورة الاهتمام بتدريس تكنولوجيا الإعلام والاتصال واستحداث تخصص جديد يعنى بدراسة الإعلام الإلكتروني، كما يجب على أصحاب القرار حجب بعض المواقع الإلكترونية ووسائل الإعلام التي تساهم في انتشار الإشاعات، ولابد من توفير إعلام منفتح على المجتمع بمسارين، أحدهما يعبر عن وجهة نظر السلطة والآخر وجهة نظر المجتمع والا استشرى المسار الذي ينشر الشائعة عبر قنواته.

الكلمات المفتاحية: الاعلام الإلكتروني - شائعات الانترنت - رجع الصدى - المّونات - الاقناع المنطقي.

ABSTRACT:

The study aimed at monitors the rumor and its influence in Arab societies, and the role of electronic press in the spread of the rumor. The researcher was depending on the descriptive method to describe and analyze the literatures and researches, the questionnaire used on some specialists, the sample of the study consisted of Arab newspapers, and also electronic. The current study characterized from the previous studies with that it showed the extent of the affection of both; the individual and the community by the rumors and how to find appropriate solutions to eliminate them. The researcher viewed the most important results of the study, which is summarized on the danger of the rumor and the severity of its impact on the emotions of masses, and its ability to rapid separation. The rumor becomes more danger when society deals with hearsay and rumors; about what affects the faith and its values and ideals. The rumor always aimed at man's mind, his heart, self and not his body. The study recommended the necessity for concern with teaching communication and media technology and developing a new specialty means, which concern with the teaching of electronic media, as decision-makers must to close some of websites and media that contribute to the spread of rumors with held, it must be provide an open media on society two-lane, one expressing the viewpoint of power and the other point of view of society and the only path that burrowed commonly spread through channels.

المقدمة:

إنّ دخول عالم الإنترنت على الصحافة الورقية، جعل الذين يمارسون مهنة الصحافة طوال العقود الماضية يفكرون في تطوير الصحافة الورقية إلى صحافة إلكترونية، حتى لا تفقد قارئها المتواصل معها، وفي نفس

الوقت تكسب أكبر عدد من القراء سواء من نفس البلد التي تصدر منها الجريدة أو من بلدان أخرى. ولذلك لجأت بعض الصحف الورقية في البداية للإستفادة من حرية الإنترنت لتحوّل إلى صحف إلكترونية تصدر في نفس الوقت مع الصحيفة الورقية، مع بقاء صياغة الخبر، أو التقرير أو التحقيق، وغير ذلك كما هو معهود في الصحافة الورقية.

ولكن بعد تفاعل القراء السريع مع الصحافة الإلكترونية، قامت بعض الصحف الورقية في بدايتها بعمل دورات تدريبية لمحريها على كيفية التعامل مع عالم الإنترنت، والصحيفة الإلكترونية في كل من الخبر أو الحوار أو اللقاء، خاصة وأنّ تفاعل القراء كان في نفس الصفحة الإلكترونية مع كافة صفحات الجريدة، مما جعل من الصحفيين في الصحافة الورقية إدخال مهارات جديدة لقارئ الصحيفة الإلكترونية تتماشى مع السرعة وفي نفس الوقت تعطيه كل مضامين الخبر أو التحقيق وما إلى ذلك. ومن هنا "استوقفت هذه الظاهرة الكثير من الباحثين والدارسين، فتعمدها بالرصد والتحليل، وكان من نتيجة ذلك أن ظهرت في الأفق الكثير من التعريفات الخاصة بالإعلام الإلكتروني، فالبعض يعرفه بأنه عبارة عن نوع جديد من الإعلام يشترك مع الإعلام التقليدي في المفهوم، (علي عبد الفتاح، 2014، 8) والمبادئ العامة والأهداف، وما يميزه عن الإعلام التقليدي أنّه يعتمد على وسيلة جديدة من وسائل الإعلام الحديثة وهي التّمج بين كل وسائل الاتصال التقليدي، بهدف إيصال المضامين المطلوبة بأشكال متميزة ومؤثرة، بطريقة أكبر، وهو يعتمد بشكل رئيسي على شبكة الإنترنت التي تتيح للإعلاميين فرصاً كبيرة لتقديم موادهم الإعلامية المختلفة، بطريقة إلكترونية بحتة.

ولكن رغم التطور السريع في الصحافة الإلكترونية، والحدود المفتوحة على بعضها البعض التي ليس لها أي حد، جعل للإشاعة مكاناً رئيساً في الصحافة الإلكترونية ولانتشار الفتن والفوضى والأخبار المغرضة بين المجتمعات أو الدول. فالبرغم من أنّ الشائعة كانت موجودة في المجتمعات البشرية ومدتولة منذ نشأتها، قبل وجود الصحافة عموماً، أو الصحافة الإلكترونية لأنها كانت من ضمن أساسيات الحروب والأزمات في المجتمعات الآمنة وبين البسطاء من الناس الذين لايتحرون مصادر الإشاعة ولكنهم يقومون بنقلها والتفاعل معها. وكذلك تنتشر الإشاعة في المجتمعات التي تكون فيها حرية الرأي قليلة أو شبه معدومة أو أنّها مجتمعات تعيش في أزمات متعددة.

وديننا - الإسلامي - يعلمنا كيفية التعامل مع المعلومة والتحقق من مصداقيتها والترث في إتخاذ القرار، وقد ورد ذم الكذب والكاذبين في مواكثرة مثل قول الله تعالى: ﴿وَالَّذِينَ يَرُونِ الْمُصَدِّاتِ ثُمَّ لَمْ يَأْتُوا بِأَرْبَعَةٍ شَهْرًا فَاجْزَأُوهُمُ ثَمَانِينَ جَلْدَةً وَلَا تَقْبَلُوا لَهُمْ شَهَادَةً أَبَدًا وَأُولَئِكَ هُمُ الْفَاسِقُونَ﴾ [التوبة الآية 4]، ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَذِيرٍ يَدُّوا أَنْ تَصِيْبُوا قَوْمًا بَعْجَةً فَاصْبِرُوا عَلَى مَا فَعَلْتُمْ نَاصِحِينَ﴾ [الحجرات الآية 6]. ﴿إِنَّمَا يَذَرِي الْكُذْبَ الَّذِينَ لَا يُؤْمِنُونَ بِآيَاتِ اللَّهِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْكَافِرُونَ﴾ [النحل الآية 105]، ﴿لَوْلَا جَاءُوا طِيَةَ بِأَرْبَعَةٍ شَهْرًا لَهَذَا لَمْ يَأْتُوا بِالشَّهَادَةِ فَأُولَئِكَ عِنْدَ اللَّهِ هُمُ الْكَافِرُونَ﴾ [النور الآية 13].

أسباب انتشار الإشاعة في المجتمع:

1. يسر وسهولة سريان الإشاعة من حيث الزيادة والتناقص والأهمية والغموض، وذلك في إطار موجز سهل الحفظ والتذكر لدى قطاعات واسعة من المجتمع. (عبد الوهاب بن ناصر الطويري،

www.islamtoday.org/articles.

2. أن أداة النقل في نشر الإشاعة هي الكلمة المنطوقة مع أن انتشار الشائعات يتضاعف باستخدام وسائل إعلامية أخرى مثل الصحف ووسائل الإعلام المختلفة إلا أن الكلمة المنطوقة تبقى الناقل الرئيس.
3. تزوج الشائعات وتنتشر من خلال أسلوب غير مباشر يعتمد على الأغاني الشعبية والتمثيلات التلفزيونية أو السينمائية والدعاية والنكتة أو الرسم الكاريكاتيري.
4. تبدأ الشائعة في المجتمع بتوفر مناخ مناسب لإعلان خبر ما، مزور وليس أساس من الصحة أو تلفيق خبر، أو المبالغة في خبر فيه شيء من الصحة.
5. تنتشر الشائعة وتؤثر في مجتمع بعينه لأنها تتفق مع عواطفه ورموزه وثقافته واحتياجاته وصعوباته ومشكلاته. (نايل محمود البكور، 214).

مشكلة الدراسة:

لقد انتشرت الإشاعات في العصر الحديث وفي كل المجتمعات، فأصبح لا يمر على الإنسان يوم إلا ويسمع إشاعة، وبذلك دخلت في كل المجالات واستغلتها كل من له هدف من الإشاعة أسوأ استغلال واستفاد منها لتحقيق أهدافه سواء كانوا أفراداً أو جماعة أو دولة أو منظمة. (د. معتز سيد عبد الله، 1997، 159). وتتمثل مشكلة الدراسة في السؤال الرئيس التالي:

إلى أي مدى ساهمت الصحافة الإلكترونية في انتشار الإشاعة في المجتمع؟

أهمية الدراسة:

تكمُن أهمية الدراسة في كونها تلقي الضوء على مسألة مهمة في الصحافة الإلكترونية وهي الإشاعة التي تتجاوز في حركتها عبر هذه المواقع لتصبح معلومة قد تحدث ثورة بين الشعوب أو تؤثر على التنمية الاجتماعية أو الاقتصادية. فكم مرة امتنع الطلبة من الذهاب إلى المدارس بسبب شائعة أُطلقت بعد المساء ودارت في أفلاك البيوت وكم مرة توقفت البورصة أو غادرها الناس قبل إنتهاء الوقت المحدد أو سحبوا الملايين في لحظة وغادروا من البلاد. ولذلك تنطلق هذه الدراسة لمعرفة الآفاق التي تتشكل فيها الشائعة ومدى قدرتها على البقاء لفترات طويلة في الصحافة الإلكترونية. خاصة وأن لكل شخص صحيفة إلكترونية يضع فيها ما يشاء ويكتب فيها ما يشاء، وفي كل لحظة يمكن أن تنشأ صحيفة إلكترونية تغوص في شتى المواضيع وتحاول من خلال- الشائعات- أن تجد لها أرضية في وقت وجيز. (د. معتز سيد عبد الله، 1997، 180).

أهداف الدراسة:

هدفت الدراسة إلى رصد الإشاعة في الصحافة الإلكترونية، وتأثيرها في المجتمعات العربية إضافة إلى دراسة الإشاعة أشكالها وواقعها وأساليبها ودور الصحافة الإلكترونية في إنتشارها.

أسئلة الدراسة:

سعيًا لتحقيق الأهداف السابقة، تطرح الدراسة جملة من التساؤلات محاولة الإجابة عنها وهي:

1. ما هو تعريف الإشاعة وأنواعها وموضوعاتها؟
2. ماهي أسباب ظهور الإشاعة في المجتمع؟

فروض الدراسة:

تتمثل الفرضية الأساسية للدراسة في أن الإشاعة في الصحافة الإلكترونية تؤثر سلباً على المجتمع.

أدوات البحث:

تندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التي تهدف إلى دراسة واقع الأحداث والظواهر وتحاول تحليلها وتفسيرها من أجل تصحيح هذا الواقع أو إجراء تعديلات فيه أو استكماله وتطويره. وهو من أبرز المناهج المستخدمة في الدراسات الإعلامية. كما يستخدم الإستبيان للمختصين. وكانت الاستبانة مفيدة لأنها تحتوي على أسئلة إجاباتها محددة.

مجتمع وعينة البحث: الصحافة الإلكترونية العربية.

إجراءات البحث الميدانية:

تم اختيار معيار علمي لاختيار عينة الدراسة الممثلة في الصحف العربية الإلكترونية. وتم حصر العينة في 104 استبانة.

قياس الاتجاه: استخدمنا مقياس ليكرت لقياس اتجاه المبحوثين نحو استخدام الصحافة الإلكترونية لكونه أكثر المقاييس ملائمة لهذه الدراسة حيث يبنى هذا المقياس على أساس المعيار المتدرج ذي البعد الثابت أي وجود درجات معيارية ذات أبعاد ثابتة ومتسلسلة بشكل منتظم، والهدف الأساسي هو تحديد اتجاه آراء الأفراد المراد قياسها.

استخدم الباحث المقياس الخماسي: بحيث توضع العبارات على مقياس يبدأ بأعلى درجات التأييد وينتهي بأعلى درجات المعارضة، ويحدد لكل منها درجة أو وزن يبدأ من أعلى الدرجات تنازلياً حتى أقل. مثال:

*الإنترنت ضروري في العمل الصحفي

موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
(5)	(4)	(3)	(2)	(1)

*لم تنجح الصحافة الإلكترونية كوسيلة إعلامية جديدة

موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)

وقد قمنا بحساب النسبة المئوية بضرب التكرار المرجح $\times 100$ تقسيم مجموع التكرارات مضروبة في الدرجة.

وللكشف عن الاتجاه الجماعي استخدمت العلاقة التالية:

شدة الاتجاه = مجموع التكرارات المرجحة ÷ عدد أفراد العينة.

وقد تم تصنيف الاتجاه كالتالي:

- من 1 إلى 2 اتجاه ضعيف جداً.

- من 2.01 إلى 3 اتجاه ضعيف.

- 3 اتجاه محايد.

- من 3.01 إلى 4.00 اتجاه قوي.

- من 4.01 إلى 5.00 اتجاه قوي جداً.

وقد اخترنا المسافة من (2.50 إلى 3) ومن (3 إلى 3.50) كمنطقة تردد في الاتجاه. بالنسبة لهذا التصنيف للإتجاه يكون سلبي في العبارات السلبية، فإذا كان متوسط شدة الإتجاه نحو عبارة سلبية يعكس قوة في الإتجاه فهذا يعني أنه اتجاه سلبي قوي، أي قوة معارضة العبارة، ونفس الشيء بالنسبة للإتجاه الضعيف فهو يعكس موافقة للعبارة السلبية، عكس العبارات الإيجابية التي تعكس قوة الإتجاه نحوها تأييد للعبارة وضعف الإتجاه يشير إلى معارضة العبارة.

مصطلحات الدراسة:

يعتبر تحديد المصطلحات العلمية للدراسة أمراً لا بد منه في الدراسات العلمية، ويرجع ذلك إلى أن المفاهيم تتعدد في الدراسات الإعلامية والتكنولوجية والاتصالية الاجتماعية والنفسية تبعاً لتلك المجتمعات وخصائصها، كما أن الباحثين أنفسهم اختلفوا حول إعطاء مفهوم واحد لمصطلح معين، وفي هذه الدراسة سنتطرق إلى المصطلحات التالية:

المعالجة الصحافية: ويقصد بها في هذا البحث طريقة التعامل مع الحدث أو الواقعة من خلال أصناف المادة الإعلامية كافة، سواء أكان التقرير أم الخبر حتى التحقيق.

المصادقية: تشير هذه الكلمة في الخطاب السياسي إلى مدى التزام شخصية سياسة أو مؤسسة أو هيئة بوعودها ومدى جديتها إذ يؤدي الالتزام والجدية إلى ارتفاع المصادقية أو مدى قابلية الآخرين على منح ثقتهم ويؤدي عدم الالتزام والجدية إلى انخفاضها.

النشر الإلكتروني: هو استخدام أجهزة وأنظمة تعمل بالكمبيوتر في الابتكار والإبداع والصف وإعداد الصفحات وإنتاج صفحات نموذجية وخارجها كاملة ومنتهية. وتتيح تقنيات النشر الإلكتروني الحديثة إمكان العرض السابق للصفحات، وتحريرها، وإعداد صفحات نهائية بأسلوب تفاعلي وهي لا تزال في صورة إلكترونية.

الوسائط المتعددة (بالإنجليزية: Multimedia) عُوِّت الوسائط المتعددة المكونة من كلمتين حسب الترجمة العربية [Multi] وتعني متعدد، و[Media] وتعني وسيط أو وسيلة إعلامية، بأدبها: طائفة من تطبيقات الحاسب الآلي يمكنها تخزين المعلومات بأشكال متنوّعة تتضمن النصوص والصور الساكنة والرسوم المتحركة والأصوات، ثمّ عرضها بطريقة تفاعلية [Interactive] وفقاً لمسارات المستخدم.

الدراسات السابقة:

الدراسات السابقة المتعلقة بالإشاعة جاءت على النحو التالي:

دراسة غوردون أولبورت وجيوف بوستمان عام 1974م. بعنوان (سيكولوجية الإشاعة) حيث هدفت هذه الدراسة إلى تتبع أثر الإشاعة، ومدى تأثير المجتمع بها، وقد استنتج الباحثان أن المعلومة تصغر وتقلص كلما ازداد عدد المتداولين لها بحيث تصبح في النهاية أكثر تركيزاً وأسهل تداولاً وأقل مصادقية عما بدأت به. وبنى الباحثان هذا الاستنتاج على تجربة عملية أجريها كانت عبارة عن نشر رسالة شفوية معينة بين عدد من الأفراد ليتم نقلها من شخص إلى شخص واحد فقط في كل مرة ليجدا في النهاية أن تلك الرسالة فقدت حوالي 70% من محتواها بعد انتقالها إلى الشخص الخامس أو السادس لتصبح شيئاً مختلفاً تماماً عن تلك التي أعطيت إلى الشخص الأول.

دراسة الإدريسي عام 1989م. بعنوان (أسلحة الحرب النفسية، الشائعات، غسل الدماغ، وتصور الوقاية منها) وقد قام بإجراء دراسة ميدانية على عينة من المعتقلين الفلسطينيين سابقاً في سجون الاحتلال الإسرائيلي، مثبتاً محاولات العدو الإسرائيلي لغسيل الدماغ لأولئك المعتقلين حسب طرق غسل الدماغ المعروفة، وقد تطرق الباحث إلى السياق التاريخي للحرب النفسية مركزاً على الفترة الأولى للتاريخ الإسلامي، وتناول الإشاعات وغسيل الدماغ بشكل مفصل نظراً لكونها هدف هذه الدراسة. وفي نهاية الدراسة وضع الباحث تصوراً للوقاية من خطر الإشاعات وغسيل الدماغ معتمداً على أن مواجهة الإشاعات (باعتبارها الأعم والأسرع انتشاراً في المجتمع)؛ وتكمن في تحليل الإشاعات لمعرفة مفرداتها وأهدافها ومصدرها، ومن ثم اتباع المنهج الإسلامي في مواجهتها من خلال المؤسسات التربوية والإعلامية.

دراسة العبد الله عام 2005م. بعنوان (الحرب الإعلامية: نموذج الإعلام المقاوم في لبنان) هدفت الدراسة إلى تعريف دور الإعلام في بث الإشاعات عبر وسائل الإعلام المختلفة، من خلال اعتماد الحرب النفسية كوسيلة لتوجيه أعصاب الناس ومعنوياتهم ووجدانهم، باعتبارها (الحرب النفسية) أخطر من الحرب العسكرية، وجبتهما أكثر شمولاً واتساعاً من الحرب العسكرية لأنها تهاجم المدنيين والعسكريين على حد سواء، كذلك هي أكثر دواماً لأنها تستخدم في أوقات الحرب والسلم معاً. كما هدفت هذه الدراسة إلى تعريف دور الإعلام في حماية المقاومة، ونشر الأخبار الموضوعية التي ترفع من معنويات المدنيين والعسكريين في مقابل الآلة الإعلامية للأعداء.

الدراسات السابقة المتعلقة بالصحافة الإلكترونية جاءت على النحو التالي:

دراسة أجرتها جامعة ستانفورد الأمريكية ومؤسسة بوننير للدراسات الإعلامية عام 1998م. لتتبع حركة العين على شاشة الكمبيوتر عند مطالعة الأخبار الإلكترونية وقد أجريت الدراسة على 67 مفردة ثم تتبع حركة أعينهم عند متابعة المواقع التي يطالعونها باستمرار في منازلهم، وذلك من خلال تجربة تم فيها تركيب أجهزة ترصد حركة العين على الشاشة، ومن أبرز نتائج هذه الدراسة ما يلي:

1. تبين أن العين تتجه إلى النص بدرجة أكبر وليس للصور الفوتوغرافية أو الرسوم كما يتوقع البعض. بدلاً من ذلك فإن الأخبار الموجزة التي يذكر تفاصيلها في الداخل briefs أو التعليقات تؤدي إلى جذب العين وتثبيتها على هذه العناصر أولاً eye fixation وحينئذ، تعود أعين قراء الأخبار الإلكترونية ثانية إلى الصور الفوتوغرافية والرسوم.

2. اتضح من الدراسة أن الإعلانات التي تشر بعرض صفحة الويب bannerols تقوم بالفعل بجذب الانتباه لقراءة مواقع الصحف الإلكترونية، فنسبة 45% من المفردات قامت بتثبيت أعينها على هذه النوعية من الإعلانات لمدة ثانية واحدة في المتوسط، وهذا يعد وقتاً كافياً لإدراك الإعلان.

دراسة Lynne Marie Cooke عام 2001م. حول كيفية معالجة تصميم المستند على موقع الويب، وذلك من خلال تقنيات المستند إلى عناصره البنائية والجرافية والنصحية، وتضمنت الدراسة التحليلية فحص 340 صفحة أولى لست صحف أمريكية، و 60 قصة خبرية لست شبكات ومحطات كابل إخبارية تلفزيونية، و 15 صفحة رئيسية لمواقع إخبارية، وانتهت الدراسة إلى أن تأثيرات التصميم التقني للمستند تتضمن استخدام البناء الكلي الذي تفضله وسائل الإعلام الإخبارية لتدعيم العلاقة بين العناصر النصية والعناصر الجرافية.

دراسة سعيد الغريب عام 2000م. بعنوان (الصحيفة الإلكترونية والورقية)، وتناولت ماهية الصحافة الإلكترونية ومزاياها العديدة، وإلى أي مدى تشكل هذه المزايا تهديداً لمستقبل الصحيفة الورقية التقليدية ومناقشة الوضع

الراهن للصحف الإلكترونية المصرية ومدى استخدامها للإمكانيات التكنولوجية لشبكة العرب، وقد انتهت الدراسة إلى أنّ الصحف المصرية الإلكترونية لم تحقق بعد الاستفادة المرجوة من وراء التواجد على الإنترنت، ويتضح ذلك في محدودية الاستفادة من تقنية النص الفائق والوسائط المتعددة، ولمكانية التحديث السريع للنسخ الإلكترونية في هذه الصحف.

دراسة حلمي محمود حسيب عام 2004م. بعنوان (إخراج الصحف الإلكترونية في شبكة الإنترنت)، واستهدفت الدراسة توصيف العناصر البنائية الموجودة في عينة من الصحف المصرية والأمريكية اليومية على الإنترنت بغرض التعرف على استخداماتها، وأدوارها ووظائفها وسماتها وخصائصها. وقد وظفت الدراسة منهج المسح والمنهج المقارن وأدوات تحليل المضمون وتحليل لغة المصدر وتحليل المهام، بالإضافة إلى الاستبيان الإلكتروني للتعرف على آراء ذوي الخبرة في مجالي الإعلام الجماهيري وتكنولوجيا الاتصال في بعض الجامعات الأمريكية، وتمثل مجتمع الدراسة في صحف (الأهرام والجمهورية، ويو إس آيه توداي ونيويورك تايمز). استهدفت الدراسة تقييم استخدام العناصر البنائية الموجودة في الصحف المصرية والأمريكية على الإنترنت بهدف بناء صحافة إلكترونية تفيد في جميع العناصر البنائية الموجودة على الإنترنت. غير المستخدمة على صفحاتها من ناحية، والإفادة المثلى من العناصر الموجودة على صفحاتها من ناحية أخرى. وقد توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج من أهمها تندي إفادة الصحف الإلكترونية من العناصر البنائية التي يقدمها الإنترنت، فلم تستخدم صحف الدراسة الوسائل المتعددة في توسيع مساحة الصحيفة، وبصفة خاصة النصوص المتحركة.

دراسة الدكتور فايز بن عبد الله الشهري عضو هيئة التدريس بمركز البحوث والدراسات بكلية الملك فهد الأمنية بمشاركة الباحث البريطاني البروفيسور باري قنتر رئيس قسم البحث العلمي بكلية الصحافة في جامعة شيفيلد، قاما بإجراء بحث علمي عن سوق الصحافة الإلكترونية العربية، وقد اعتمدت الدراسة على نتائج استجابات القراء في قاعدة بيانات مسوح قراء الصحف الإلكترونية العربية التي تكونت عبر دراسات سابقة للباحث الشهري في هذا المجال. وقد أوضحت الدراسة بعض خصائص قراء الصحف الإلكترونية العربية من حيث أنهم في الغالب ذكور وشباب، ويشكل الطلبة والمهاجرون العرب حول العالم نسبة كبيرة منهم، وكشفت الدراسة أنّ ما يزيد على نصف العينة يقرّون بأنهم يتصفحون الصحف الإلكترونية بشكل يومي، ويعزو قراء الصحف الإلكترونية سبب رضاهم وإقبالهم على الصحافة الإلكترونية إلى أسباب منها أنّها متوافرة طوال اليوم ولمكانية الوصول إليها مباشرةً ولا تحتاج إلى دفع رسوم إضافية، كما أنّها تمكنهم من متابعة الأخبار من أي مكان وعن أي بلد مهما تباعدت مواقعهم.

التعقيب على الدراسات السابقة:

1. ركزت الدراسات السابقة على دور وسائل الإعلام المختلفة في بث أساليب الحرب النفسية للنيل من معنويات الشعوب.
2. أظهرت الدراسات السابقة تفوق الحرب النفسية في أي معركة مقارنة بالحرب العسكرية، من حيث قلة الخسائر المادية والبشرية.
3. كشفت الدراسات السابقة عن خطورة الإشاعات ودورها في تفكك المجتمعات، وبث الفتنة بين أفراد المجتمع.

وتميزت الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة في أنها أظهرت مدى تأثير كل من الفرد والمجتمع بالإشاعات التي تنبثها وسائل الإعلام المختلفة، وطريقة إيجاد الحلول المناسبة للقضاء على الإشاعات. وتدخل الحرب النفسية للجماهير عبر وسائل الإعلام المتعددة المسموعة أو المقرّوة أو المرئية أو حتى عبر الأشخاص، كما تتخذ أشكالاً وأساليب كثيرة للوصول لجميع الناس في الطرف الآخر، والتأثير عليهم بما يخدم المصالح الخاصة للعدو، وهناك أساليب رئيسية للحرب النفسية مثل الإشاعة وهي عبارة نوعية أو موضوعية مقدمة للتصديق تنتقل من شخص لآخر. وهي تعتمد على المبالغة في أخبار معينة والترويج لها ونشرها على نطاق واسع أو خلق أخبار لا أساس لها من الصحة. كل ذلك بهدف التأثير على الرأي العام تحقيقاً لأهداف سياسية أو اقتصادية أو عسكرية. وتختلف الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة المذكورة في أنها تحدثت عن الإشاعة وتأثيرها على المجتمع من خلال الصحافة الإلكترونية فمعظم الدراسات تناولت موضوع الإشاعة بشكل منفرد والصحافة الإلكترونية بشكل منفرد بخلاف الدراسة الحالية فقد تناولت الإشاعة في الصحافة الإلكترونية.

عرض وتحليل البيانات: تمّ تفرغ البيانات المدوّنة في الاستبانة على النحو التالي:

جدول رقم (1): توزيع أفراد العينة حسب النوع

م.	النوع	التكرار	النسبة المئوية
1.	ذكور	54	50.92%
2.	إناث	50	48.08%
المجموع		104	100%

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على بيانات الإستبانة، 2016

من خلال الجدول رقم 1 نلاحظ أن نسبة الذكور فاقت نسبة الإناث وجاءت بمعدل 51.92% في حين جاءت نسبة الإناث 48.08% وهي نسب متقاربة بين الجنسين.

جدول رقم (2): توزيع أفراد العينة حسب الفئة العمرية

م.	الفئة العمرية	التكرار	النسبة المئوية
1.	من 25 - 35 سنة	11	10.58%
2.	من 36 - 45 سنة	73	70.19%
3.	من 46 - 55 سنة	20	19.23%
4.	أكثر من 55 سنة	0	0%
المجموع		104	100%

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على بيانات الإستبانة، 2016

من خلال الجدول رقم 2 نلاحظ أن أكبر نسبة بلغت 70.19% وشملت الفئة التي تتراوح أعمارها (36- 45 سنة) تلتها الفئة التي تتراوح أعمارها ما بين (46- 55 سنة) بنسبة 19.23% أما الفئة العمرية من (26- 35 سنة) فكانت نسبتها 10.58%، واحتلت الفئة التي تزيد أعمارها عن (55 سنة) المرتبة الأخيرة بنسبة صفر%. ويتضح من خلال هذه القراءة أنّ أغلب عينة البحث تعتبر طاقات شبابية وتتميز بقدرات اتصالية عالية وبمقدرة

على مواكبة التكنولوجيا الحديثة. كما أنّ فئة (26- 35 سنة) جاءت في المرتبة ما قبل الأخيرة لأنها أقل خبرة من باقي الفئات الأخرى وتدل فئة كبار السن على عدم مواكبتهم للتكنولوجيا أو انعدام هذه الفئة.

جدول رقم (3): توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي

م.	المستوى التعليمي	التكرار	النسبة المئوية
1.	دون الثانوي	0	0
2.	ثانوي	4	3.85%
3.	جامعي	86	82.69%
4.	فوق الجامعي	14	13.46%
المجموع			104
			100%

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على بيانات الإستبانة، 2016

من خلال الجدول رقم 3 يتبين لنا أنّ أكبر نسبة من عينة البحث هي من ذوي المستوى الجامعي وبلغت 82.69% وفي المرتبة الثانية جاءت فئة المستوى فوق الجامعي بنسبة 13.46% ثمّ ذوي المستوى الثانوي بنسبة 3.85%. ويمكن القول أنّ غالبية أفراد العينة لديهم مستوى تعليمي عالي وهذا سيؤثر إيجاباً على اتجاههم نحو الإشاعة في الصحافة الإلكترونية لأنّه موضوع معقد ولا يستطيع فهمه والحكم عليه إلاّ صحفي يملك مستوى تعليمي عالي.

جدول رقم (4): توزيع أفراد العينة حسب التخصص المهني

م.	التخصص المهني	التكرار	النسبة المئوية
1.	إعلام	68	65.38%
2.	علاقات عامة	20	19.24%
3.	حاسوب	11	10.57%
4.	علوم إدارية	5	4.81%
5.	أخرى	0	0
المجموع			104
			100%

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على بيانات الإستبانة، 2016

يبين الجدول رقم 4 أنّ أعلى نسبة سجلت من ذوي الاختصاص وقدرت بنسبة 65.38% تليها تخصص العلاقات العامة بنسبة 19.24% ثمّ تخصص الحاسوب بنسبة 10.57% في حين سجل تخصص العلوم الإدارية 4.81% وانعدمت النسبة في تخصص (أخرى). من خلال قراءتنا لهذا الجدول يتبين أنّ أغلبية العينة من ذوي اختصاص الاعلام بالرغم من التنوع في الاختصاصات والتي لا تمت لمهنة الصحافة بأي صلة مما يدل على أنّ نسبة لا بأس بها من الصحفيين ليسوا على دراية تامة بموضوع الصحافة الإلكترونية بحكم أنّهم لم يتلقوا أجديات الاعلام أو الاعلام الإلكتروني بصفة خاصة مما يؤثر سلباً على توجهاتهم نحو موضوعنا.

جدول رقم (5): تعتبر الصحف الإلكترونية بيئة خصبة لانتشار الشائعات

م.	نوع الشدة	التكرار	التكرار المرجح للشدة	النسبة المئوية
1.	غير موافق بشدة	19	95	%18.27
2.	غير موافق	56	224	%53.85
3.	محايد	15	45	%14.43
4.	موافق	09	18	%8.65
5.	موافق بشدة	05	05	%4.50
المجموع				%100
متوسط شدة الاتجاه				3.72

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على بيانات الإستبانة، 2016
يوضح الجدول رقم 5 أن ما يفوق نصف العينة لم يوافقوا على الرأي القائل تعتبر الصحف الإلكترونية بيئة خصبة لانتشار الشائعات، حيث قدرت نسبتهم بـ53.85%، و 18.27% منهم عارضوها بشدة، في حين بقي منهم 14.43% على حياد، وجاء الموافقين بنسبة قدرت بـ8.65% وفي الأخير 4.5% فقط من الموافقين بشدة. أما شدة الاتجاه العام فقدت بـ3.72 وهي تشير إلى اتجاه سلبي قوي نحو العبارة مما يعكس أنّ الصحف الإلكترونية لا تعتبر بيئة خصبة لانتشار الشائعات.

جدول رقم (6): الصحف الإلكترونية لا تهتم بالنشر أكثر من تحري الدقة

م.	نوع الشدة	التكرار	التكرار المرجح للشدة	النسبة المئوية
1.	غير موافق بشدة	01	01	%0.97
2.	غير موافق	19	38	%18.27
3.	محايد	10	30	%9.62
4.	موافق	36	144	%34.61
5.	موافق بشدة	38	190	%36.53
المجموع				%100
متوسط شدة الاتجاه				3.87

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على بيانات الإستبانة، 2016
يوضح الجدول رقم 6 أن أكبر عدد من العينة وافقوا بشدة على الرأي القائل الصحف الإلكترونية لا تهتم بالنشر أكثر من تحري الدقة وجاءت نسبتهم متقاربة مع نسبة الموافقين، بينما بلغت نسبة المعارضين 18.27%، تلتها نسبة المحايدين بـ9.62%، وأخيراً نسبة المعارضين بشدة بـ0.97% فقط، وتدل نسبة متوسط الاتجاه والتي قدرت بـ3.87 على أنّ الاتجاه ايجابي قوي، دليل على أنّ العينة تهتم بالنشر أكثر من تحري الدقة وهذا دليل على انتشار الأخبار والأقاويل عبر الصحافة الإلكترونية.

جدول رقم (7): الصحف الإلكترونية العربية أكثر نشرًا للشائعات من الصحف الأجنبية

م.	نوع الشدة	التكرار	التكرار المرجح للشدة	النسبة المئوية
1.	غير موافق بشدة	25	125	24.03%
2.	غير موافق	56	224	53.85%
3.	محايد	09	27	8.66%
4.	موافق	08	16	7.69%
5.	موافق بشدة	06	06	5.77%
المجموع		104	398	100%
متوسط شدة الاتجاه		3.82		

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على بيانات الإستبانة، 2016

يوضح الجدول رقم 7 أن أكثر من نصف العينة الصحفية عارضوا الرأي القائل أن الصحف الإلكترونية العربية أكثر نشرًا للشائعات من الصحف الأجنبية وما يقارب 24.03% عارضوها بشدة وعبر 8.66% منهم بالمحايدة بينما وافق عليها 7.69% ووافق عليها 5.77% بشدة. من خلال متوسط الاتجاه الذي بلغ 3.82% يتبين لنا أن الاتجاه نحو العبارة سلبي قوي، مما يؤكد أن الشائعات تنتشر بصورة كبيرة من خلال الصحف الإلكترونية الأجنبية بدافع التسلية والمتعة والهروب من المشاكل والضغط.

جدول رقم (8): لا يوجد فرق بين الشائعات في الصحافة الإلكترونية العربية عن الصحف الأجنبية

م.	نوع الشدة	التكرار	التكرار المرجح للشدة	النسبة المئوية
1.	غير موافق بشدة	34	170	32.69%
2.	غير موافق	43	172	41.34%
3.	محايد	14	172	13.46%
4.	موافق	09	18	8.66%
5.	موافق بشدة	04	04	3.85%
المجموع		104	406	100%
متوسط شدة الاتجاه		3.90		

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على بيانات الإستبانة، 2016

تشير نتائج الجدول رقم 8 أن 41.34% عارضوا الرأي القائل لا يوجد فرق بين الشائعات في الصحافة الإلكترونية العربية عن الصحف الأجنبية، 32.69% من المعارضين بشدة، 13.46% أجابوا بلا ندي، 8.66% من الموافقين و 3.85% من الموافقين بشدة. وتدل نتائج هذا الجدول على أن أفراد العينة يقرون بوجود فرق بين شائعات الصحف العربية والأجنبية نظراً لاختلاف المجتمع والبيئة والدلالة على ذلك هو متوسط شدة الاتجاه نحو العبارة التي بلغت 3.90 وهو ما يعكس اتجاه سلبي قوي نحو العبارة، فالشائعة تختلف من مجتمع لآخر حسب المواقف والاتجاهات تجاه المثبرات التي يتعرض إليها المحيط.

جدول رقم (9): الشائعات الأخلاقية أكثر انتشاراً في الصحافة الإلكترونية

م.	نوع الشدة	التكرار	التكرار المرجح للشدة	النسبة المئوية
1.	غير موافق بشدة	03	03	2.89%
2.	غير موافق	12	24	11.54%
3.	محايد	07	21	6.74%
4.	موافق	64	256	61.53%
5.	موافق بشدة	18	90	17.30%
المجموع		104	394	100%
متوسط شدة الاتجاه		3.78		

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على بيانات الإستبانة، 2016

يوضح الجدول رقم 9 أنّ 61.53% وافقوا على الرأي القائل الشائعات الأخلاقية أكثر انتشاراً في الصحافة الإلكترونية، وأنّ 17.30% منهم وافقوا عليها بشدة في حين لم يوافق عليها سوى 11.54% وبقيت نسبة تقدر بـ 6.74% على الحياد أمّا النسبة الصغيرة المتبقية فضلت عدم الموافقة على العبارة بشدة وهي تمثل 2.89%. ويدل متوسط شدة الاتجاه الذي بلغ 3.78 على أنّ الاتجاه ايجابي قوي نحو العبارة وهذا ما يؤكد أنّ الشائعات توجه ناحية طبقات معينة في المجتمع كالفنانين والمشاهير ورجال الأعمال.

جدول رقم (10): تطبيق القوانين على الصحافة الإلكترونية يحد من انتشار الإشاعة

م.	نوع الشدة	التكرار	التكرار المرجح للشدة	النسبة المئوية
1.	غير موافق بشدة	00	00	00%
2.	غير موافق	06	12	5.77%
3.	محايد	04	12	3.85%
4.	موافق	61	244	58.65%
5.	موافق بشدة	33	165	31.73%
المجموع		104	433	100%
متوسط شدة الاتجاه		4.16		

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على بيانات الإستبانة، 2016

يوضح الجدول رقم 10 أنّ أكثر من نصف أفراد العينة وافقوا على الرأي القائل تطبيق القوانين على الصحافة الإلكترونية يحد من انتشار الإشاعة بنسبة 58.65% ووافق عليها 31.73% منهم بشدة، بينما عارضها 5.77% وحايدها 3.85% في حين لم يعارضها بشدة أحد من المبحوثين. وإذا نظرنا إلى متوسط شدة الاتجاه الذي يساوي 4.16 فإنّه يعكس اتجاه ايجابي قوي جداً نحو العبارة وهذا يدل على أنّ تطبيق القوانين يحد من الممارسات السالبة.

نتائج الدراسة:

1. أبرزت الدراسة خطورة الإشاعة وشدة تأثيرها على عواطف الجماهير، وقدرتها الكبيرة على الانتشار السريع.
2. أن الإشاعة تستخدم في المجال الاستراتيجي ضمن مفهوم عام يكون بمثابة الدليل لاستخدامها، وتستخدم في المجال التكتيكي كما تقتضي ظروف الوضع الراهن ومعطيات الوقائع في زمان ومكان محددين، وذلك لتصيب وتبلغ الأهداف المرسومة لها بدقة فلا تخطئها.
3. أن خطر الإشاعة على المجتمع؛ يكون أكثر خطورة عندما يتناول هذا المجتمع بالأقوال والإشاعات؛ ما يمس عقيدته وقيمه ومثله وأسس بنيانه.

التوصيات:

1. ضرورة الاهتمام بتدريس تكنولوجيا الإعلام والاتصال واستحداث تخصص جديد يعنى بدراسة الإعلام الإلكتروني.
2. على أصحاب القرار حجب بعض المواقع الإلكترونية ووسائل الإعلام التي تساهم في انتشار الإشاعات.
3. لا بد من توفير إعلام منفتح على المجتمع بمسارين، أحدهما يعبر عن وجهة نظر السلطة والآخر وجهة نظر المجتمع والا استشرى المسار الذي ينشر الشائعة عبر قنواته.

المراجع والمصادر:

1. القرآن الكريم.
2. جوردن أولبورت وليو بوستمان، سيكولوجية الإشاعة، ترجمة: صلاح مخيمر وعبد رزق، دار المعارف، القاهرة، 1974م.
3. حلمي محمود حسيب، إخراج الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة جنوب الوادي، كلية الآداب، قسم الإعلام، 2004م.
4. د. سعيد الغريب، الصحيفة الإلكترونية والورقية دراسة مقارنة في المفهوم والسمات الأساسية بالتطبيق على الصحف الإلكترونية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، القاهرة، 2000م.
5. عبد الوهاب بن ناصر الطويري، مصنع الشائعات، موقع الإسلام اليوم، www.islamtoday.org/articles
6. علي عبد الفتاح، الصحافة الإلكترونية في ظل الثورة التكنولوجية، دار البازوري العلمية للنشر، 2014م.
7. د. فايز بن عبد الله الشهري، الصحافة الإلكترونية أخلاقيات المهنة أولاً، بحث منشور، 2009م، على الموقع <http://www.4shared.com>، 2015/5/18م.
8. د. معتز سيد عبد الله، الحرب النفسية والشائعات، دار غريب للطباعة والنشر، القاهرة، 1997م.
9. مي العبد الله، الحرب الإعلامية: نموذج الإعلام المقاوم في لبنان، ثقافة المقاومة، مؤتمر جامعة فيلادلفيا العاشر، كلية الآداب والفنون، الأردن، 2005م.

10. نايل محمود البكور، الأساليب الحديثة في التحصين النفسي والاجتماعي ضد الشائعات، من أساليب مواجهة الشائعات، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض.
11. يوسف الإدريسي، أسلحة الحرب النفسية، الشائعات، غسل الدماغ، وتصور الوقاية منها، رسالة ماجستير غير منشورة، المركز العربي للدراسات الأمنية والتدريب، الرياض، 1989م.
12. Lynne Marie Kooke, **Remediation and Visual Evolution of Design**, PHD Thesis, Rensslear polytechnic Institute, 2001.
13. Stan Fonf- Poynter, **Project on Eye Tacking on line News**, 1998, Available at: <http://www.poynterextra.org/et/body.htm>.