

دور الإعلام الأردني في مواجهة الشائعات
من وجهة نظر القائمين على الاتصال في الأردن

**The Role of Jordanian Media in Facing Rumors from The Point
of View of Media Professionals**

إعداد الطالب

رامي باسم يوسف حداد

إشراف

د . كامل خورشيد مراد

قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام

قسم الإعلام

كلية الإعلام

جامعة الشرق الأوسط

أيار / 2020

ب

تفويض

أنا رامي باسم يوسف حداد أفوض جامعة الشرق الأوسط بتزويد نسخ من رسالتي ورقياً وإلكترونياً للمكتبات، أو المنظمات، أو الهيئات والمؤسسات المعنية بالأبحاث والدراسات العلمية عند طلبها.

الاسم: رامي باسم يوسف حداد

التاريخ: 2020/05/27



التوقيع :

قرار لجنة المناقشة

نوقشت هذه الرسالة وعنوانها:

((دور الإعلام الأردني في مواجهة الشائعات من وجهة نظر القائمين على الاتصال في الأردن))،

للباحث: رامي باسم حداد.

وأجيزت بتاريخ: 2020/05/27

أعضاء لجنة المناقشة:

الاسم	الصفة	جهة العمل	التوقيع
أ.د. عزت محمد حجاب	رئيساً - مناقشاً داخلياً	جامعة الشرق الأوسط	
د. كامل خورشيد مراد	عضواً - مشرفاً	جامعة الشرق الأوسط	
أ.د. حاتم سليم علاونة ✓	عضواً - مناقشاً خارجياً	جامعة اليرموك	أ.د. حاتم سليم علاونة

شكر وتقدير

الشكر لله الذي منحني القوة والعزم للوصول إلى هذه المرحلة وهو الذي رزقني من العلم حظاً وافياً ومن الأدب نصيباً كافياً وأبعد عني ظلام الجهل والخطيئة المتكاثف، أحمذك ربي لأنك مصدر الحكمة وينبوع الحق الذي يشرق على ظلمات عقلي وتثير عقول البشر لخدمة الإنسانية جمعاء.

والشكر الموصول إلى جامعتي جامعة الشرق الأوسط الغراء بجميع كوادرها الأكاديمية والإدارية المميزة وأخص بالذكر كلية الإعلام منارة العلم والعلماء التي مضينا في أفيائها أجمل الأوقات وأطيب الذكريات.

وأخص بشكري مشرف وموجه هذه الرسالة الأستاذ الدكتور كامل خورشيد مراد الذي كان لي المعلم والأخ الذي قوم، وتابع، وصوب، بحسن إرشاده العلمي، ومنحني من وقته الثمين ومتابعته الحثيثة الكثير الكثير لإنجاز هذه الرسالة.

كما وأتقدم بخالص الشكر والتقدير إلى أعضاء لجنة المناقشة كل باسمه، وصفته، ومكانته على ملاحظاتهم القيمة التي زادت هذه الرسالة إثراء وقيمة لإخراجها بأفضل صورة علمية.

الإهداء

أهدي هذا الجهد المتواضع

إلى أغلى الرجال والدي الغالي

باسم حداد "أبو حسام"

إلى أعظم سيدة والدي الغالية

المعلمة الفاضلة هناء حداد "أم حسام"

إلى أخوتي وأخواتي

ابنكم رامي

قائمة المحتويات

أ	العنوان
ب	التفويض
ج	قرار لجنة المناقشة
د	شكر وتقدير
هـ	الإهداء
و	قائمة المحتويات
ح	قائمة الجداول
ط	قائمة الملحقات
ي	الملخص باللغة العربية
ك	الملخص باللغة الإنجليزية
1	الفصل الأول خلفية عن الدراسة وأهميتها
1	مقدمة
4	مشكلة الدراسة
4	أهداف الدراسة
5	أهمية الدراسة
6	أسئلة الدراسة
6	حدود الدراسة
7	محددات الدراسة
7	مصطلحات الدراسة
9	الفصل الثاني: الأدب النظري والدراسات السابقة
9	أولاً: الإطار النظري
10	نظرية المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام

13	ماهية الشائعات ودوافع انتشارها
27	نماذج لشائعات تعاملت معها المنصة
30	الإعلام الأردني
40	ثانيا: الدراسات السابقة
50	ما يميز الدراسة عن الدراسات السابقة
51	الفصل الثالث منهجية الدراسة (الطريقة والإجراءات)
51	منهج الدراسة
51	مجتمع الدراسة وعينتها
52	الخصائص العامة لأفراد عينة الدراسة
55	أداة الدراسة
57	إجراءات الدراسة
58	الفصل الرابع نتائج الدراسة
58	الإجابة على السؤال الأول
59	الإجابة على السؤال الثاني
60	الإجابة على السؤال الثالث
61	الإجابة على السؤال الرابع
62	الإجابة على السؤال الخامس
64	الإجابة على السؤال السادس
69	الفصل الخامس عرض النتائج والتوصيات
69	النتائج
73	التوصيات
74	المراجع باللغة العربية
78	المراجع الأجنبية

قائمة الجداول

رقم الفصل - رقم الجدول	محتوى الجدول	الصفحة
1-3	التوزيع النسبي لأفراد عينة الدراسة (ن=157)	52
2-3	أكثر الوسائل الإعلامية مساهمة في نشر الشائعات	54
3-3	معاملات كرو نباخ ألفا لاختبار أداة الدراسة	56
1-4	التوزيع النسبي للشائعات المتداولة من وجهة نظر أفراد الدراسة (ن=157)	58
2-4	قيم الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية على مقياس الدوافع المحركة لانتشار الشائعات في الأردن (ن=157)	59
3-4	قيم الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية على مقياس أسباب انتشار الشائعة في الأردن (ن=157)	60
4-4	قيم الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية على مقياس التدابير والإجراءات الوطنية للحد من انتشار الشائعة (ن=157)	61
5-4	قيم الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية على مقياس دور الإعلام الأردني في مواجهة الشائعات (ن=157)	62
6-4	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لدور الإعلام الأردني في مواجهة الشائعات تبعاً للمتغيرات الشخصية والوظيفية	64
7-4	نتائج تحليل التباين لاختبار الفروق في دور الإعلام الأردني في مواجهة الشائعات تبعاً للمتغيرات الشخصية والوظيفية	66
8-4	نتائج اختبار شيفيه للاختبارات البعدية لاختبار الفروق في دور الإعلام الأردني في مواجهة الشائعات تبعاً لمتغير العمر	67
9-4	نتائج اختبار شيفيه للاختبارات البعدية لاختبار الفروق في دور الإعلام الأردني في مواجهة الشائعات تبعاً لمتغير مكان العمل	67

قائمة الملحقات

الرقم	المحتوى	الصفحة
1	قائمة المحكمين	80
2	استبانة الدراسة	81

دور الإعلام الأردني في مواجهة الشائعات من وجهة نظر القائمين على الاتصال في الأردن إعداد

رامي باسم يوسف حداد

إشراف

الدكتور كامل خورشيد مراد

الملخص

هدفت الدراسة إلى بيان دور وسائل الإعلام الأردنية في مواجهة الشائعات من وجهة نظر القائمين على الإعلام في الأردن، ومعرفة أكثر الشائعات المتداولة، والدوافع المحركة لانتشارها، واعتمدت الدراسة المنهج المسحي، بصفته من أكثر المناهج التي تلائم هذا النوع من الدراسات الوصفية التي تصف الظاهرة وتحلل أبعادها ونتائجها، إذ تكون مجتمع البحث من القائمين على الإعلام الرسمي في الأردن وهم الإعلاميون في مؤسسة التلفزيون الأردني، ووكالة الأنباء الأردنية "بترا"، وصحيفة الرأي اليومية، والبالغ عددهم (397) إعلامياً وقت إجراء الدراسة المسحية في شهور شباط - آذار - نيسان 2020. ولصعوبة الوصول إلى كل مجتمع البحث فإنه تم اختيار عينة عشوائية بسيطة (مقصودة) التي استقرت بالنهاية على (157) مفردة، منهم (46) في التلفزيون الأردني، و(32) في وكالة بترا، و(79) في صحيفة الرأي اليومية.

وخلصت الدراسة إلى نتائج منها: أن النسبة الأعلى من أفراد العينة المبحوثة (87.9%) أيدوا أن أكثر الشائعات المتداولة في المملكة في هذا الوقت هي الشائعات الاجتماعية أولاً، وتليها الإعلامية بالدرجة الثانية بنسبة (79.6%)، يليها الشائعات الاقتصادية بالدرجة الثالثة بنسبة (75.8%)، وجاءت الشائعات التي تهدف إلى اغتيال الشخصيات في الدرجة الرابعة بنسبة إجابات (69.4%)، أما الشائعات السياسية فجاءت في الدرجة الخامسة بنسبة إجابات (67.5%). وبينت الدراسة وجود درجة متوسطة من الموافقة على دور الإعلام الأردني في مواجهة الشائعات بشكل عام بمتوسط إجابات بلغت (3.39) ووجود فروق دالة إحصائية في دور الإعلام الأردني في مواجهة الشائعات تبعاً للمتغيرات الشخصية والوظيفية تُعزى للاختلاف في (العمر، الجنس، مكان العمل)، وكانت الفروق لصالح الذكور، واوصت الدراسة بالعمل على تفعيل دور وسائل الإعلام الأردنية الرسمية في محاربة الشائعات من خلال القيام ببرامج حوارية موسعة حول موضوع كل شائعة مهمة، والعمل على تنفيذها بشفافية من خلال مصادر رسمية وإعلامية، والعمل على تفعيل ميثاق الشرف للإعلاميين العاملين في مختلف وسائل الإعلام الأردنية يُلزم الصحفيين بالتعاون مع الأجهزة الحكومية لمحاربة الشائعات في الأردن.

الكلمات المفتاحية: الدور - الإعلام الأردني - الشائعات - القائمين على الاتصال.

The role of Jordanian media in facing rumors from the point of view of media professionals

Prepared by:

Rami Basem Hadad

Supervised by:

Dr. kamel khorshed murad

Abstract

The study aimed to show the role of Jordanian media in facing rumors from the point of view of media professionals to know the most common rumors and the motives behind their spread. The study provides the survey method, as it is one of the most suitable methods for this type of descriptive studies that describe the phenomenon and its analysis and its results.

Data for this study were collected, for workers in the official media in Jordan which consist of the media at the Jordan TV Corporation, the Jordanian News Agency "Petra", and the daily Al-Rai newspaper, The total employees' sample are (397). The data collection was made during months of February - March - April 2010. Because of the difficulty in reaching all the research community, the cluster sample was finally chosen for (157) individuals, including (46) on Jordanian TV, (32) at Petra, and (79) in the daily Al-Rai.

The study concluded that there are results: The highest percentage of respondents (87.9%) supported that the most common rumors circulating in the Kingdom at this time are social rumors first, followed by media in the second degree with a rate of (79.6%), followed by economic rumors in the third degree with a rate of (75.8) %, And the rumors aiming at the assassination of figures came in the fourth degree with answers (69.4%), while the political rumors came in the fifth degree with answers (67.5%). The study showed an average degree of approval on the role of the Jordanian media in facing rumors in general, with an average of answers of (3.39) and the presence of statistically significant differences in the role of the Jordanian media in facing rumors according to personal and functional variables attributable to the difference in (age, gender, workplace) And about the differences in favor of males, The study recommended working to activate the role of the official Jordanian media into facing rumors by conducting extensive dialogue programs on the topic of every important rumor, and working to refute them transparently through official and media sources, and working to activate the code of ethics for global media workers in various Jordanian media outlets that compel journalists to cooperate with government agencies to address rumors in Jordan.

Key words: - Role - Jordanian media – rumours- Journalists

الفصل الأول

خلفية عن الدراسة وأهميتها

مقدمة:

يُعد الإعلام بوسائله المتطورة أقوى أدوات الاتصال العصرية التي تساعد المواطن على معايشة العصر والتفاعل معه، لما له من دور مهم في عرض القضايا وطرحها على الرأي العام، وبصفة خاصة تجاه القضايا المهمة ومنها المعنية بالأمن المجتمعي والوطني، وجاء القرن الحادي والعشرون حاملاً معه عصراً جديداً، فيه التأثير الملحوظ للإعلام في ظل ثورة الاتصال والمعلومات الرقمية، التي لم تتوقف مع استمرار عملية الابتكار والتغيير.

وأدت هذه الثورة إلى إحداث تطور هائل في تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، ليصبح العالم، كما تتبأ ماكلوهان منذ سبعين عاماً، قرية إلكترونية صغيرة، فالإعلام في العصر الحديث، أصبح جزءاً من حياة الشعوب، كما أن بناء الدولة اقتصادياً، واجتماعياً، وسياسياً، يتطلب الاستعانة بمختلف وسائل ووسائل الإعلام لنهضتها ونموها وتقدمها، ولكن على الرغم مما أضافته الثورة الاتصالية من إيجابيات إلا أنها في نفس الوقت نفسها انتجت تداعيات سلبية، من أبرزها تحول بعض وسائل الإعلام إلى أدوات نشطة في بث الأخبار المفبركة والشائعات والتضليل.

كما أصبح للإعلام دور مهم في شرح القضايا وطرحها على الرأي العام من أجل تهيئته إعلامياً، وبصفة خاصة تجاه القضايا المعنية بالأمن الوطني. وأن الإعلام في العصر الحديث أصبح جزءاً من حياة الناس، كما أن بناء الدولة اقتصادياً، واجتماعياً، وسياسياً، يتطلب الاستعانة بمختلف وسائل ووسائل الإعلام، بل أن مشروعات التنمية لا يمكن ان تنجح إلا بمشاركة الشعوب وهو أمر لا يتحقق إلا بمساعدة الإعلام، وترتبط السياسة الإعلامية بالأوضاع السياسية، والاقتصادية، والأمنية،

والاجتماعية، والحربية، بمعنى أن الإعلام يرتبط بقوة الدولة الشاملة ومن ثم فهو يسعى بطريق غير مباشر لتحقيق الأمن الوطني، من خلال التغطية الإعلامية ومن خلال الإسهام في بناء المواطن وتحصينه ضد أي غزو إعلامي أو فكري معاد، وتعد الشائعات من أكثر القضايا الاجتماعية تهديداً لأمن المجتمع واستقراره، حيث تستغل الجهة المروجة للشائعة التطور الكبير الذي طرأ في وسائل الإعلام من خلال اختلاق أو فبركة الأخبار أو الأحداث أو المواقف غير الحقيقية المتعلقة بأشخاص أو مجتمعات أو مؤسسات تحظى باهتمام الرأي العام، فالشائعة أصبحت علماً من العلوم المنضبطة ذات المناهج والقواعد والأسس، وإن من أطلق الشائعة له أهداف محددة ومخطط لها، ولذا فإنه يسلك في تحقيقها طريقاً منظماً من شأنه أن يصل إلى المراد ويصيب الأهداف بدقة (بن ربيق، 2015: 146).

فمن التحديات التي تواجه مجتمعنا الأردني زيادة معدلات انتشار الشائعات التي باتت تستهدف الوطن والشخصيات الفاعلة والقوى والمنظمات والأجهزة والمؤسسات عامة بل تستهدف أيضاً الفكر والعقيدة لتحطيم معنويات الفرد الذي يعيش في المجتمع المستهدف بالشائعة، فيكون معرضاً دائماً لكثير من الأمراض النفسية والاجتماعية التي تسيطر عليه وتتحكم في تصرفاته وأفعاله، وتعتمد على التعامل مع ميول الإنسان وحاجاته ورغباته، وتمهد الطريق أمام السلاح النفسي للوصول إلى الهدف المطلوب في الزمان والمكان المحددين ويتزايد ويتعاضم الخطر الذي تمثله الشائعة على المجتمعات العربية وبخاصة في أوساط الشباب، "الفئة المستهدفة من هذه الشائعات التي تواجه حرباً نفسية وإعلامية تستخدم أحدث التقنيات بهدف إشاعة الفوضى في المجتمع" (النامي، 2010: 32).

ومن هنا تتضح العلاقة الوطيدة بين الشائعة والحرب النفسية، وهي علاقة الجزء بالكل، فالشائعة بمثابة الجزء والحرب النفسية بمثابة الكل، وفي ضوء التزايد الكبير لانتشار الشائعات في

الأردن في مختلف وسائل الإعلام الإلكترونية الحديثة فقد ازداد الاهتمام بمحاربة الآثار الخطيرة لهذه الظاهرة على المجتمع الأردني لذا أطلقت الحكومة الأردنية منصتها الإلكترونية الرسمية عام 2018 بعنوان "حقك تعرف" لمواجهة ما وصف "بتسونامي" المعلومات المضللة والأخبار الملفقة المنتشرة على مواقع التواصل الاجتماعي، وفق تعريف الحكومة لمبادرتها على موقعها الإلكتروني.

في ظل تزايد انتشار استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في المجتمع الأردني فإن معدل انتشار الشائعات ازداد في المجتمع بشكل كبير، إذ تعرضت المملكة لموجة من الشائعات المتداولة بين المواطنين، رُصدت بما يُقارب الـ 300 شائعة منذ بداية 2019 بحسب موقع "مرصد مصداقية الإعلام الأردني (أكيد)"، وتفوقت فيها الشائعات السياسية والأمنية، وأخذت صدى كبيراً عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وعملت كذلك بعض وسائل الإعلام ومنصات التواصل الاجتماعي على المساهمة في نشرها وإعادة تدويرها تداولها (مرصد أكيد، 2019).

ومرصد مصداقية الإعلام الأردني "أكيد" هو مشروع ينفذه معهد الإعلام الأردني بدعم من برنامج التمكين الديمقراطي التابع لصندوق الملك عبد الله الثاني للتنمية، وتأسس في العام 2014 (مرصد أكيد، 2019):

وعلى صعيد الجامعات والمراكز الأكاديمية كان المؤتمر الدولي الأول الذي نظّمته جامعة الشرق الأوسط ومديرية الأمن العام بعنوان (فتبينوا) بتاريخ 23 نيسان أبريل 2019 الذي تناول أثر الشائعات على المجتمع الأردني، وتأتي هذه الدراسة في سياق أهداف ونتائج هذا المؤتمر واستكمالاً للجهود الوطنية في تكثيف الاهتمام بمحاربة الشائعات بما يحصن الأردن من التخريب الفكري، وعليه جاءت الدراسة لتبحث في دور وسائل الإعلام الأردنية في مواجهة الشائعات من وجهة نظر القائمين على الإعلام في الأردن.

مشكلة الدراسة:

طبقاً لدراسة أمريكية عام 2019 أعدها باحثون من معهد ماساتشوستس للتكنولوجيا فإن غالبية وسائل الإعلام الإلكترونية تفتقد للدقة وتساهم بنشر الشائعات والأخبار غير الدقيقة لجذب الاهتمام لمواقعها. وبحسب الدراسة (نقلا عن: مراد 2019) فإن عدداً كبيراً من هذه الوسائل تقوم بنشر معلومات غير صحيحة أو كاذبة إلا أنها تثير اهتماماً أكبر، حيث أن الناس هم الذين ينشرون هذه الأخبار إلى حد كبير، وليس الروبوتات.

ومن هنا فإن هذه الدراسة تبحث في دور الإعلام وكيفية تعامله مع الشائعات في الأردن من خلال السؤال الرئيس التالي الذي تتمحور حوله المشكلة البحثية: "ما الدور الذي يقوم به الإعلام الأردني في التعامل مع الشائعات السياسية والأمنية والاجتماعية والاقتصادية التي تهدد المجتمع الأردني وأمنه الوطني، وكيف يمكن التصدي لهذه الشائعات من وجهة نظر القائمين على الإعلام في المؤسسات الإعلامية الأردنية؟ ولتحقيق هذا الهدف أجرى الباحث دراسة مسحية على عينة من النخب الإعلامية في المملكة الأردنية الهاشمية للوقوف على اتجاهاتهم ومواقفهم حيال الموضوع.

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى بيان دور وسائل الإعلام الأردنية في مواجهة الشائعات من وجهة نظر القائمين على الإعلام في الأردن، ويتفرع من هذا الهدف الأهداف الفرعية 1 من وجهة نظر القائمين على الإعلام في الأردن من حيث:

1. بيان أكثر الشائعات المتداولة في الأردن.
2. تسليط الضوء على الدوافع المحركة لانتشار الشائعات في الأردن.
3. بيان أهم أسباب انتشار الشائعة في الأردن.
4. بيان طبيعة التدابير والإجراءات الوطنية للحد من انتشار الشائعة في الأردن.

5. التعريف بدور الإعلام الأردني في مواجهة الشائعة في الأردن.

6. قياس الفروق في دور الإعلام الأردني في مواجهة الشائعات تبعاً للمتغيرات الشخصية والوظيفية.

أهمية الدراسة

تأتي أهمية هذه الدراسة في جانبين:

الجانب العلمي:

- اعتقاد الباحث بأهمية مثل هذه البحوث وإيمانه بالفوائد المتوقعة التي يمكن أن تعود بها هذه الدراسة على الإعلام كونه يمثل الدولة الأردنية، ودورها في حماية الأمن الوطني من كافة جوانبه، ونظراً لما تمثله الشائعات من تهديد مما كان أقوى الدوافع وراء قيام الباحث بهذه الدراسة
- إن هذه الدراسة تسعى إلى رفد المكتبة العلمية بمزيد من النتائج العلمي في هذا المجال.

الجانب التطبيقي:

- تأتي الدراسة في إطار المبادرات البناءة التي دعا إليها المؤتمر الدولي بعنوان (فتبينوا - نيسان 2019) لخلق وعي وطني للحد من مخاطر الشائعات وأضرارها على المجتمع والتي تمس قيمنا الوطنية وأخلاقنا العامة، حيث هناك الكثير من الأخبار الكاذبة التي تنتشر في المجتمع للنيل من سمعة الوطن وزعزعة الاستقرار الداخلي.
- تسلط الدراسة الضوء على الأدوار التي يقوم بها الإعلام الأردني في محاربة الشائعات في ضوء ما تكتسبه الدراسة المسحية من أهمية كبيرة لفهم مستوى التأثير بما تبثه وتقدمه وسائل الإعلام في تعزيز الوحدة الوطنية، حيث أن ما تقدمه وسائل الإعلام من معلومات يمكن أن يكون عاملاً مؤثراً في توضيح طبيعة الشائعات وتقنيدها بشكل صحيح للحد من تأثيرها على الأمن والاستقرار في الأردن.

أسئلة الدراسة:

تسعى الدراسة للإجابة عن التساؤل الرئيس التالي: ما دور وسائل الإعلام الأردنية في مواجهة الشائعات من وجهة نظر القائمين على الإعلام في الأردن؟ ويتفرع من هذا الهدف الأهداف الفرعية التالية:

1. ما أكثر الشائعات المتداولة في الأردن؟
2. ما أهم الدوافع المحركة لانتشار الشائعات في الأردن؟
3. ما أهم أسباب انتشار الشائعة في الأردن؟
4. ما طبيعة التدابير والإجراءات الوطنية للحد من انتشار الشائعة في الأردن؟
5. ما دور الإعلام الأردني في مواجهة الشائعة في الأردن؟
6. هل توجد فروق في دور الإعلام الأردني في مواجهة الشائعات تبعاً للمتغيرات الشخصية والوظيفية؟

حدود الدراسة:

الحدود الجغرافية: المملكة الأردنية الهاشمية – عمان.

الحدود الزمانية: تم تطبيق الدراسة خلال الفترة شباط – اذار – نيسان 2020.

الحدود البشرية والتطبيقية: طبقت الدراسة المسحية على القائمين على الإعلام في مؤسسات الإعلام الأردنية الرسمية (مؤسسة الإذاعة والتلفزيون – وكالة بتر – صحيفة الرأي اليومية). وقد بلغت عينة المبحوثين (157) موزعة كما يلي: التلفزيون الأردني (46) مبحوثاً، ووكالة الأنباء الأردنية (32) مبحوثاً، وصحيفة الرأي (79) مبحوثاً.

محددات الدراسة: يتحدد تعميم نتائج هذه الدراسة بدلالات صدق وثبات الاستبانة التي تم تطويرها لأغراض هذه الدراسة، وصدق وجدية المبحوثين في الإجابة على استبانة الدراسة وتتمثل العينة في العاملين في التلفزيون الأردني، ووكالة الأنباء الأردنية "بترا".

مصطلحات الدراسة:

الدور: يعرف بأنه "تتابع نمطي لأفعال يقوم بها فرد من الأفراد في موقف تفاعلي"، أو أنه "الممارسات السلوكية المميزة لواحد أو أكثر من الأشخاص في إطار معين، ويستند هذا التعريف إلى أربعة مفاهيم هي: السلوك والشخص والإطار والتميز. فالأدوار هي سلوكيات يؤديها أشخاص مميزون، وعادة ما تكون مرتبطة بإطار محدد ومتميز" (الأسود، 1986: 81).

الدور إجرائياً: مجموعة العمليات الإعلامية والصحفية التي يقوم بها القائمون على الإعلام في المؤسسات الإعلامية الأردنية في مجال محاربة الشائعات.

الشائعة: هي "خبر مختلق أو يحمل نسبة من الصحة ويتميز بالأهمية والغموض وينتقل بين الناس عن طريق المشافهة أو الكتابة أو عن طريق إحدى وسائل الإعلام والاتصال سواء بغير هدف أو هدف مضرة الطرف الآخر المستهدف لتحقيق هدف معين سواء على مستوى الشخص أو الجماعة أو المنطقة أو الدولة أو العالم بأكمله مع توفر الأسباب لترديدها وتصديقها من قبل الجمهور" (كحيل، 1986: 15).

الشائعة إجرائياً: هي الأخبار والمعلومات المزيفة أو الوهمية أو الكاذبة التي تروج في المجتمع الأردني ومصادرها غامضة ولكنها تكتسب أهمية بالنسبة لصلتها بالمواطن وتهدف إلى التأثير على الراي العام الأردني.

الإعلام: يتضمن الإعلام تبليغ وقائع أو جعل المستعلم أو المستعلم يحصل على علم بواقعة أو وقائع وصول الخبر إليه، كما يتضمن الإعلام عدة وسائط بفضلها يتم التبليغ ونشر الخبر (الدليمي، 2011).
القائم على الإعلام (إجرائياً): الإعلاميون العاملون في المؤسسات الإعلامية الذين يتعاملون مع إعداد وتحرير وبث ونشر وإنتاج الأخبار والمعلومات بشكل مباشر .

الفصل الثاني

الأدب النظري والدراسات السابقة

يتناول هذا الفصل عرضاً للأدب النظري والدراسات السابقة من خلال عرض الأدب النظري الذي احتوى على المبحث الأول الذي تناول نظرية المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام أما المبحث الثاني فقد تناول الشائعات وتناول المبحث الثالث الاعلام الأردني فيما يتناول الجزء الثاني الدراسات السابقة كما يلي:

أولاً: الأدب النظري

ترتبط العملية السياسية بالعملية الاتصالية في أي مجتمع من المجتمعات المتقدمة أو النامية أو غيرها، بعلاقة جوهرية إلى الدرجة التي يصعب معها تصور أحدهما دون الآخر، أو قيامه بوظائفه بمعزل عنه، فالنظامان، كلاهما، يتأثر بالآخر ويؤثر فيه، وإن كان التأثير الذي يمارسه النظام السياسي على نظام الاتصال في البلدان النامية، بشكل خاص، أكبر من تأثير الاتصال على النظام السياسي، فالعلاقة قائمة، أيّاً ما كانت طبيعية وشكل كل من النظام السياسي، والاتصالي، فكل شيء في السياسة اتصال.

وليس بمقدور أي نظام سياسي حديث أن يعمل بدون مساعدة وسائل الاتصال، ذلك أن الاتصال المشتغل بالمسائل السياسية يكون عادة، وليس دائماً، أداة مساعدة للسياسة، بنقل سياسات صُناع القرارات إلى الشعوب، ويبلور اتجاهات ومواقف الشعوب حتى يستفيد منها صناع القرارات. فهو العنصر الدينامي للوجود السياسي، الذي يعني بنقل الرسائل فيما بين أجزاء النظام السياسي، ثم بينه وبين النظام الاجتماعي (المنوفي، 1985: 50-18-51).

نظرية المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام:

كان مفهوم "الصحافة" هو السائد في الولايات المتحدة الأمريكية والغرب في القرنين الثامن عشر والتاسع عشر الماضيين، قبل أن يظهر مفهوم "الإعلام" مع بدايات القرن العشرين الماضي بعد نشوء الإذاعات ومحطات التلفزة، فكان أن تهيئت الظروف للحد من تغول الصحافة في ظل أجواء النظرية الليبرالية التي نادى بحرية مفتوحة للصحافة والتعبير عن الرأي فظهرت الصحافة الصفراء في تلك الظروف وازدادت الحاجة المجتمعية في الغرب للحد من انتهاكات الصحافة للخصوصيات والتفكير بإطار فكري ومهني جديد لحماية حقوق الأفراد والمجتمع.

ورداً على ما أنتجته النظرية الليبرالية من نتائج سلبية ظهرت أصوات تنادي بوجود صحافة حرة مسؤولة، فتوجت هذه الأصوات بنظرية المسؤولية الاجتماعية التي ظهرت أول مرة في الولايات المتحدة الأمريكية بعد الحرب العالمية الثانية من خلال تقرير نشر عام 1947 بواسطة لجنة هوثشينز التي تشكلت لدراسة أوضاع الصحافة والصحفيين في الولايات المتحدة (صالح، 2014: 102-103). وقد استهدفت النظرية وضع ضوابط أخلاقية للصحافة والتوفيق بين حرية الصحافة والمسؤولية الاجتماعية في المجتمعات الليبرالية. وتقوم هذه النظرية " على ممارسة العملية الإعلامية بحرية قائمة على المسؤولية الاجتماعية، وظهرت القواعد والقوانين التي تجعل الرأي العام رقيباً على آداب المهنة وذلك بعد أن استُخدمت وسائل الإعلام في الإثارة والخوض في أخبار الجنس والجريمة مما أدى إلى إساءة الحرية أو مفهوم الحرية " (حسن، 2012).

وترى هذه النظرية أن الحرية حق وواجب ومسؤولية في الوقت نفسه، ومن هنا يجب أن تقبل وسائل الإعلام القيام بالتزامات معينة تجاه المجتمع، ويمكنها القيام بهذه الالتزامات من خلال وضع مستويات أو معايير مهنية للإعلام مثل الصدق والموضوعية والتوازن والدقة.

وتهدف هذه النظرية، التي هي امتداد وتطوير للنظرية الليبرالية السابقة، إلى نقل مستوى التصادم إلى مستوى النقاش الموضوعي البعيد عن الانفعال، كما تهدف هذه النظرية إلى الإعلام والترفيه والحصول على الربح إلى جانب الأهداف الاجتماعية الأخرى، وتنص أيضاً على حقوق الصحفيين في العمل والتعبير عن الرأي، التي يجب أن تقتزن بواجباتهم ومسؤولياتهم أمام المجتمع، "ومن ثم دعت إلى إلزام الصحفيين بالحفاظ على قيم المجتمع وثوابته، والعمل من أجل تحقيق المصلحة العامة، ووضع معايير مهنية لنقل المعلومات، كالدقة والموضوعية والتوازن، وأن على الصحافة أن تنظم نفسها بشكل ذاتي، وأن تسعى من أجل ضمان التعددية، لتعكس مختلف الآراء في المجتمع، وتلتزم بحق الرد" (Fred,1971: 74).

وتشمل قيم ومعايير العمل الصحفي وفق النظرية وعلى نحو خاص جمع المواد الإخبارية ونشر المعلومات والحقائق، مثل: احترام الخصوصية، تجنب خداع المصادر، معايير كتابة الأخبار، الدقة، الموضوعية، الشمول، والتوازن (حسام الدين، 2003: 68)، أما مفهوم "القيم المهنية" فيعرفها (عبد العزيز، 2006، 53) على أنها جملة من المبادئ التي يعمل الصحفي في إطارها ويراعيها وتمثل الخطوط العريضة التي تضمنتها مبادئ النظرية وأهمها: الدقة، المصداقية، الموضوعية، الأمانة، الوضوح، الحياد، الاتزان، الإسناد وغيرها.

ومن المبادئ التي وضعتها نظرية المسؤولية الاجتماعية في الإعلام أنه ليس للحكومة سلطان على الصحف ووسائل الإعلام بشكل عام، وتحديدًا تلك التي يملكها أفراد أو مؤسسات أهلية أو خاصة؛ لأنها تقوم بالتعبير عن وجهات متعددة ومتنوعة، فلا رقابة عليها من الحكومة، ويقيدوها الضمير الإعلامي والسياسة التي ترسمها المؤسسة لتتحكم به عملها.

ويرى الباحث أن هذه النظرية تدعم أهداف هذه الدراسة من حيث المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام والدور الوطني والمجتمعي لها في الحفاظ على مصالح البلد وحماية الجمهور من أخبار مضللة ومعلومات مزيفة وشائعات مغرضة ، وهذا يرتبط بمدى وعي الإعلاميين بالمسؤولية الملقاة على عاتقهم في تناول قضايا المجتمع، حيث تقع على وسائل الإعلام مسؤولية اجتماعية في تعريف المواطنين بجميع الأحداث، وأبعادها وتداعياتها، فضلاً عن مسئوليتها عن النقل الحيادي لجميع الآراء ووجهات النظر المطروحة حولها، من قبل مختلف القوى السياسية، ويرتبط ذلك بقدرتها على الحكم الصائب على المعلومات التي تستحق التقديم والدعم والتأييد، وقدرتها على تفسيرها للمواطنين وحشدهم وراءها.

ولقد أمكن توظيف المبادئ التالية من النظرية في الدراسة المسحية لهذه الدراسة من حيث ما يلي:

1. مسؤولية وسائل الإعلام في الحفاظ على النظام السياسي القائم، وذلك على طريق تزويد الناس بالمعلومات الصحيحة التي تساعد على تكوين رأي عام. وذلك للحفاظ على الاستقرار وتوعية الفرد بمسؤوليته تجاه الوطن.
2. صيانة مصالح الأفراد والجماعات، والمحافظة على سمعة كل منهما، مع رقابة أعمال الحكومة والقطاعين العام والخاص.
3. خدمة النشاط التجاري، عن طريق الإعلانات التي تهم البائع والمشتري على السواء، وعن طريق التوجيه إلى أفضل وسائل التنمية والتشجيع عليها.

4. تقديم برامج وألوان التسلية والترفيه بطريقة مسئولة تُرعى فيها القيم والعادات وثقافة المجتمع.

وعند القول أن وسائل الإعلام تتمتع بأهمية كبيرة في العصر الحديث، فقد أصبحت هناك حاجة ملحة لمتابعة الأحداث والأخبار في كل مكان في العالم، ويرجع الفضل في ذلك إلى انتشار

التعليم من ناحية والتطور الصناعي المعاصر من ناحية أخرى، حيث انتشر استخدام الراديو والتلفزيون والمحطات الفضائية والإنترنت والصحف والمجلات باختلاف أنواعها واتجاهاتها مما أدى إلى سرعة انتقال المعلومات.

والإعلام بوسائله المتعددة يؤثر تأثيراً كبيراً في توجيه الرأي العام، ويعتبر وسيط التغيير، فهو الذي يخلق وعياً لدى المجتمع بمعوقات التقدم فيه، كما أنه يُروج لأفكار المساواة والحرية والعدالة الاجتماعية ويكون التأثير الإعلامي كبيراً عندما يتمتع المجتمع بحرية التعبير التي تعني الحق في نقل الأفكار والآراء والمعلومات بدون قيود حكومية بهدف تشجيع نقل الأفكار التي تتيح سهولة ودقة اتخاذ القرارات المناسبة حول الشؤون العامة وصالح المجتمعات، إلا أن هذه الحرية ليست مطلقة فهناك أخلاقيات المهنة التي تحكمها في الأساس أخلاق عامة مثل الصدق والشرف والنزاهة، وإلى ما شاكل من أخلاقيات، والغرض منها في النهاية هو تحسين الأداء الإعلامي والتحكم في وسائل الإعلام لصالح عامة الناس.

ماهية الشائعات ودوافع انتشارها:

تتطلق الشائعة من واقع المجتمع الذي تُبث فيه، وتأخذ نفس طابع الدعاية فهي تزيف الحقائق وتتحرك بالكلمة المنطوقة بين الأفراد وتوسع شقة الخلاف بين الخصم وحلفائه في الداخل والخارج، وهي تتسم بالغموض كونها لا تنسب إلى مصدر محدد وأن الغموض يولد الشك (مراد، 2019)، وقد جاء في مختار الصحاح لمحمد أبكر الرازي شيع – "شاع الخبر، يشيع، شيوعه، ذاع: وسهم" مشاع "و"شائع" أي غير مقسوم. و"أشاع" الخبر أذاعه (الرازي، 1976: 353). وذكر معجم لسان العرب

التعريفات التالية :شاع الخبر : انتشر وذاع وظهر وافترق . ورجل مشياح : مذياع لا يكتم سراً . والشاعة :
الأخبار المنتشرة (ابن منظور ، 1994 : 191).

ليس هناك تعريف محدد وواضح ودقيق للشائعة لأنها تشكل ظاهرة اجتماعية قديمة وجدت منذ
أن وجد المجتمع البشري، وقد وضعت عدة تعاريف لها منها (البياتي، 1991، 54):

- أنها القصص والأخبار غير المؤيدة التي تتناولها الألسن بصورة فطرية وهي غالباً ما تجد آذاناً
صاغية وميلاً قوياً لتقبلها كحقيقة واقعة.

- أنها عبارة عن رؤية تتناقلها الأفواه من دون أن تركز على مصدر موثوق يؤكد صحتها.

- إنها خبر منظم، قابل للتصديق، مجهول المصدر، له قابلية الانتشار في المجتمع بدافع التأثير على
الانفعالات والعواطف.

- إنها كل ما ينشر أو ينتشر بين الناس من أخبار وروايات قد تكون صحيحة وغالباً ما يكون مبالغاً
فيها أو بعيدة عن الصحة ولغرض التأثير في الرأي العام أو قيادته بطريقة غير سليمة أو حرفه عن
فكرته باتجاه معين.

- إنها مصطلح يطلق على رأي موضوعي معين مطروح كي يؤمن به من يسمعه، وهي تنتقل عادة
من شخص إلى آخر عن طريق الكلمة الشفهية دون أن يتطلب ذلك مستوى من البرهان أو (الدليل)
أي أن الشائعة تعني كل قضية أو عبارة نوعية أو موضوعية معدة للتصديق تنتقل من شخص إلى
شخص عادة بالكلمة الشفهية دون أن تكون هناك معايير أكيدة للتصديق (البرت، وبوستان،
1964).

من خلال ما تقدم يمكن تحديد العناصر الأساسية للشائعة وهي:

1- أنها قصة أو خبر أو رواية أو رأي أو فكرة تفتقر إلى الدليل ولكنها قابلة للتصديق.

- 2- لا تنسب إلى مصدر محدد ومن الصعوبة إثبات حقيقتها أو معرفة مصدرها.
- 3- تنتقل وتتوسع كمياً ونوعياً عن طريق الحديث وجهاً لوجه أو عن طريق وسائل الإعلام.
- 4- تتخذ شكل خبر أو طرفة أو رسم كاريكاتيري.
- 5- غير ثابتة الأبعاد والمحتوى
- 6- تتسم بالغموض والأهمية وتتوافر لها إمكانات الانتقال من شخص إلى آخر والانتشار بين الناس.

تصنيف الشائعات على أفراد الشعب وإثارة النزاعات الطائفية:

تصنف الشائعات بحسب دوافعها وتوقيتاتها الزمنية وموضوعاتها إلى عدة تصنيفات، ومنها تصنيف بحسب الدوافع، وتصنيف بحسب التوقيت الزمني وسرعة الانتشار، وتصنف بحسب موضوعاتها ونوضحها فيما يلي:

الشائعات بحسب الدوافع النفسية: وضع علماء النفس أنواعاً للشائعات بحسب الدوافع النفسية وهي (أبو النصر، 2010: 169):

- شائعات اليأس والخوف: وهي الشائعات التي تتكون من خوف الإنسان وقلقه، كالخوف من الأعداء، أو انتشار مرض أو وباء أو من حوادث إرهاب غامضة المصدر، وكما يساعد الخوف على ظهور الشائعات فإنه يضاعف كذلك من تضخيمها وسرعة انتشارها.

- شائعات الأمان والأحلام: وهذه تسمى أيضاً الرغبة أو شائعة الأمل أو التفاؤلية، والتمني في بعض الأوقات، وهي تقابل شائعة اليأس والخوف، وهي تعبر عن الأمان والأحلام عن طريق نقل الشائعة التي تُطمئن سامعها وناقلاً فيعمد إلى تصديقها، وكأن تحدث عن وجود تعيينات في المؤسسات الحكومية أو زيادة في مرتبات الموظفين، وتصنف هذه الشائعات بحسب التوقيت الزمني وسرعة

الانتشار (سميسم، 2004: 94):

- الشائعات الزاحفة أو الحابية: وهى الشائعات التي تنمو وتنتشر ببطء حتى تصل في النهاية إلى مرحلة بحيث يعرفها الناس وغالباً ما تتناول هذه الشائعات مواضيع توجه ضد مسؤولي الحكومة والغرض منها تشويه سمعتهم والنيل منهم وكذلك تستهدف عرقلة التطور والنمو الاجتماعي والاقتصادي للبلد.

- الشائعات الاندفاعية أو السريعة: وهى الشائعات التي تنتشر بسرعة مذهلة حتى تغطي المجتمع المستهدف أو الفئة المطلوبة من وراء الترويج لتلك الشائعة في وقت قياسي، ويعتمد هذا النوع من الشائعات على أهمية وغموض الموضوع التي تتناوله.

- شائعات الحقد والكراهية: وبعد هذا النوع من أخطر أنواع الشائعات التي تستهدف التعايش السلمي والتفرقة بين الشعوب وخلق عداوة عن طريق تجسيد حدث فردى وتعميمه والمذهبية والقومية من أجل ضرب النسيج الوطني للبلد وصولاً إلى تحطيم الروح المعنوية للشعب ويقوم العدو والجواسيس والطابور الخامس بترويج هذه النوعية من الشائعات.

- الشائعات الغامضة أو الغامضة: ويظهر هذا النوع من الشائعات خلال فتره معينة وفي ظروف معينة، ثم يختفي ليعاود الظهور مرة أخرى في حال عودة الظروف التي أظهرتها أول مرة كالشائعات التي انتشرت خلال الحرب العالمية الأولى، ثم عاودت لتظهر مرة ثانية في الحرب العالمية الثانية لتتأثر الظروف وتشكل الشائعة الأمريكية حول امتلاك العراق أسلحة الدمار الشامل هذا النوع من الشائعة حيث تظهر قبل أي هجوم أو عدوان أمريكي، خاصة في احتلال العراق عام

2003 (أبو النصر، 2010: 171).

الشائعات بحسب موضوعاتها:

وتصنف الشائعات حسب المواضيع التي تغطيها إلى:

- الشائعات السياسية: والمقصود بها الشائعات المتعلقة بالجانب السياسي، وهي أخطر أنواع الشائعات المنتشرة في وقتنا الحالي، وتلعب هذه الشائعة دوراً كبيراً من خلال تأثيرها 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 (رجب، 2011: 7).

- 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 متحفزاً لقبول أي شائعة وتصديقها، وهذا النوع من الشائعات خطير لأنه يورث الأحقاد الاجتماعية والكره والبغضاء بين أفراد المجتمع (المعذوري، 2010: 61).

- الشائعات الاقتصادية: وهي الشائعات التي تهاجم مجاًلاً معيناً من الاقتصاد أو جميع مجالاته، إذ يسعى مروجوها إلى تحقيق غرض معين من الاقتصاد وإصابته عن طريقها، مثل الشائعات التي تستهدف أسواق المال وأسعار العملات (البورصات) وأسعار الأسهم والمتعاملين بها، كما يمكن أن تصيب الاقتصاد برمته فيكون تأثيرها في البلد ومواطنيه واسع النطاق كالتي تصيب سعر الفائدة والعملية المحلية (رحيم، 2016: 65).

- الشائعات العسكرية أو الأمنية: وهي الشائعات التي تستخدم في المجالات العسكرية أو الأمنية أو الإرهابية مثل تحطيم معنويات القوات المسلحة وتقليل من عزائمهم وإيمانهم في الدفاع عن أرض الوطن والقضايا الوطنية والتقليل من أهميتها وقدراتها على القيام بواجباتها كما ينبغي وصولاً لتعميق

الفرقة بين أفرادها من جهة وبين الحكومة من جهة أخرى وباتجاهات ومحاور متعددة (حسن، 2016: 286).

- الشائعة العلمية: وهي الشائعات المرتبطة بالاكشافات والابتكارات العلمية المختلفة والأمور الثقافية المتنوعة، وتخوفاً من تلك الشائعات فقد قام (مكتب الإعلام الحربي الأمريكي) بإحاطة التجارب الذرية بالسرية التامة وكما يشمل هذا النوع من الشائعات على الأمور المتعلقة بمسيره الجامعات والكليات والمعاهد ومركز الأبحاث المتخصصة (جابر، 1983: 42).

استراتيجيات التصدي للشائعات:

يمكن بيان دوافع الأخبار التضليلية أو المفبركة في محاولة ابتزاز شخصيات مهمة في المجتمع وللبحث عن الانتشار الفوري وتحقيق الربح السريع، ولإثارة الفضول والتسلية وأيضاً دافع سياسي لتأليب المشاعر ضد فئة معينة من أنظمة الحكم أو المجتمع (مراد، 2019). واستناداً إلى وجود سياسة اتصالية واضحة ضمن النظام الإعلامي، يمكن استعراض أبرز الاستراتيجيات الإعلامية المستخدمة في التصدي للشائعات والاستراتيجيات تحتاج لفريق عمل كامل لتنفيذها ويمكننا أن نستعرض هذه الاستراتيجيات كما يلي (شومان، 2006: 113-116):

- استراتيجية التركيز: يقصد بها استخدام وسائل إعلامية متعددة لتوصيل رسائل إلى جماهير منتشرة في مقاطعة جغرافية بعيدة، تستخدم هذه الاستراتيجية في مواجهة الأزمات والكوارث.
- الاستراتيجية الديناميكية النفسية: تعتمد على فرضيات ومساهمات علم النفس فيما يتعلق بالمنبه والاستجابة عند الفرد، وتقترح التركيز على عوامل إدراكه أو عاطفية للتأثير على الفرد والجماعة وتحقيق استمارات عاطفية أو إثارة انفعالات ومخاوف.

- الاستراتيجية الثقافية الاجتماعية: تقترح تقديم رسائل إعلامية مقنعة تُحدد أو تُقيد تحديد المتطلبات الثقافية وقواعد السلوك لدى الأفراد والجماعات داخل المجتمع بحيث يؤدي إلى تعديل في السلوك الاجتماعي.
- استراتيجية بناء المعاني: تفترض أن التأثير الإعلامي أو الإقناع يحدث عندما تتجسّد وسائل الإعلام في تعديل المعاني والصور والرموز المحيطة بالإنسان وإكسابها معاني جديدة.
- استراتيجية الموقف المشكل: تتميز بأنها لا تهدف إلى تحقيق الإقناع بشكل مباشر بل إلى مساعدة الجمهور على متابعة الأحداث وتحليلها كمقدمة لتشكيل الرأي والرأي العام من جانب آخر وتستخدم في تقييم مدى كفاءة وفاعلية النظام الإعلامي ووحداته المختلفة.
- استراتيجية الاتصال الوقائي: أغلب الدراسات تشير إلى استراتيجيات مواجهة الشائعات تعمل بعد ظهور وتداول الشائعات أي لها طابع دفاعي، ومن هنا جاءت الحاجة إلى وضع استراتيجية وقائية تهدف إلى التوعية بخطورة نقل الشائعات.

الشائعات في الأردن:

اعتمد مرصد "أكيد" على تحديد الشائعات الواضحة بأنها الأخبار غير الصحيحة، أو تلك الأخبار التي ثبت عدم صحّتها بعد نشرها خلال الأيام التي تلت النشر، وطوّر "أكيد" مجموعة من المبادئ الأساسيّة للتحقق من المحتوى الذي يُنتجه المستخدمون، وبصرف النظر عن نوع المحتوى، إن كان مرئيّاً، أو مكتوباً، أو حتى مسموعاً، والتي توضّح ضرورة طرح مجموعة من الأسئلة قبل اتخاذ قرار نشر المحتوى المنتج. ويُذكر أنّ "أكيد" قام بتطوير منهجية لرصد الشائعات، حيث تمّ تعريف الشائعة بأنها "المعلومات غير الصحيحة، المرتبطة بشأن عام أردني، أو بمصالح أردنية، والتي وصلت إلى أكثر من (5000) شخص تقريباً، عبر وسائل الإعلام الرقمي"، وعادة ما تزدهر الشائعات

في الظروف غير الطبيعية، مثل أوقات الأزمات، والحروب، والكوارث الطبيعية. وغيرها، ولكن هذا لا يعني "عدم انتشارها" في الظروف العادية، ومن المعروف أنّ الشائعات تُروّج بشكل ملحوظ في بيئات اجتماعية، وسياسية، وثقافية دون أخرى، ويعتمد انتشارها على مستوى غموضها، وحجم تأثير موضوعها (مرصد أكيد، 2020).

وتناول تقرير الرصد موضوعات الشائعات المنتشرة عبر المواقع الإخبارية الإلكترونية، وشبكات التواصل الاجتماعي، ووسائل الإعلام، في الأردن لعام 2019 وتبين أنّ حصّة المصادر الداخلية، سواء منصّات تواصل أو مواقع إخبارية، 27 ساعة من حجم الشائعات لشهر كانون الثاني، ونسبة بلغت (90%)، فيما صدرت 3 شائعات عن الجهات الخارجية ونسبة بلغت (10%) (قناة المملكة، 2020).

وتبين من خلال الرصد أنّ 20 ساعة كان مصدرها وسائل التواصل الاجتماعي ونسبة بلغت (66.7%)، من بينها 18 ساعة من منصّات التواصل الاجتماعي المحليّة ونسبة (90%)، فيما صدرت شائعتان من صفحات لمواطنين أردنيين مقيمين في الخارج، ومواقع تواصل عربية ونسبة بلغت (10%). وبلغ عدد الشائعات التي روج لها الإعلام 10 شائعات ونسبة بلغت (33.3%)، صدرت 9 منها عن وسائل الإعلام المحليّة، بنسبة بلغت (90%)، فيما صدرت ساعة واحدة عن وسائل إعلام عبرية بنسبة بلغت (10%) (قناة المملكة، 2020).

مضامين الشائعات: شكّلت الشائعات التي تناولت الشأن الاقتصادي والاجتماعي النسبة الأعلى بواقع 9 شائعات حول الشأن الاقتصادي بنسبة (30%)، و 6 شائعات حول الشأن الاجتماعي بنسبة (20%)، فيما تساوى عدد الشائعات المتعلقة بالشأن السياسي والصحيّ والأمني حيث بلغ كل منها 5 شائعات بنسبة (16.7%) (مرصد أكيد، 2020).

من ناحية عدد الشائعات الإجمالي، حيث انتقلت في شهر كانون الأول 2020، شائعتين من التواصل الاجتماعي إلى الإعلام من أصل 46 شائعة وبنسبة بلغت (4.3%)، ومن بين الشائعات التي انتقلت من منصّات التواصل الاجتماعي إلى وسائل إعلام، ما نشرته مواقع إخبارية محلية شهر كانون الأول 2020 عن تعرض طالبة عراقية لابتزاز من قبل المعلمات في مدرستها، الأمر الذي نفته السفارة العراقية في عمان، موضحة في بيانها أنّ الإعلام نقل معلومات غير صحيحة عن منشور على "فيسبوك"، ولم يتحقّق من صحّته قبل نشره، حيث لم تتعرّض الطالبة لأيّ ابتزاز سواء في مدرستها أو أيّ مكان آخر في الأردن. ونشرت وسائل إعلامية محلية نقلاً عن مواقع التواصل الاجتماعي فيديو يظهر مجموعة من الشباب يلعبون بالثلج، على أنّه حصل في جنوب الأردن خلال موجة الثلوج التي حصلت مؤخراً هناك، الأمر الذي تحقّق منه "أكيد" وتبيّن أنه قديم وحصل عام 2015 في محافظة المفرق (مرصد أكيد، 2020).

ومن أبرز الشائعات وفق موضوعاتها التي رصدها "أكيد"، وانتشرت بشكل واسع عبر المنصّات الاجتماعية والوسائل الإعلامية، وفقاً للموضوعات التي اعتمدها الرصد كانت الشائعات الاقتصادية، حيث من أبرز الشائعات الاقتصادية في عام 2020، ما تداوله رواد مواقع التواصل الاجتماعي عن بيع أراض في "محمية ضانا" لمستثمر أجنبي، الأمر الذي نفته الجهات الرسمية، موضحة أنّ مديرية أراضي بصيرا لم تشهد أيّة عملية بيع أراض لمستثمرين أجانب خلال السنوات السابقة، وكلّ ما يتمّ تداوله عار عن الصحة.

ومن الشائعات المتعلقة بالشأن الاقتصادي، ما تداوله رواد مواقع التواصل الاجتماعي عبر واتس أب، حول تقديم شركة مصفاة البترول الأردنية (جوبترول) 3000 بطاقة وقود مجانية دعماً للشعب الأردني، والتي نفته الشركة عبر بيان صحفي، موضحة أنّ كلّ ما يتمّ تداوله من رسائل في

هذا الشأن غير صحيحة، وستتم ملاحقة مروجي هذه الإعلانات المزيفة. ونفت مؤسسة الضمان الاجتماعي، زيادة نسبة الاقتطاعات على مشتركى الضمان الاجتماعي، مبينة عبر مديرها خلال مؤتمر صحفي أنه لم يتقرر أية زيادة على نسب الاقتطاعات، والاقتطاعات مرتبطة بالأجر، وأية زيادة في الأجر تزيد الاقتطاعات (الدستور، 2020).

أما الشائعات السياسية فكانت أبرز الشائعات السياسية التي انتشرت خلال شهر كانون الثاني 2020، ما نفته وزارة الخارجية على لسان وزيرها أيمن الصفدي خلال لقاء مع صحفيين حول ما تداوله التواصل الاجتماعي عن نية الأردن التراجع عن فك الارتباط مع الضفة الغربية، موضحاً أنه لا صحة على الإطلاق لهذه المعلومات. ونفت الجهات الرسمية ما نُشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي عن تورط رئيس وزراء أسبق ورئيس مجلس نواب ببيع 160 "تريلا"، بعد إعفائها جمركياً إلى تاجر آليات معروف بمبالغ باهظة، موضحة أن الحكومة لم تقدّم أيّ إعفاءات جمركية لمركبات من نوع "تريلا" على الإطلاق، كما لم تقدّم أيّ إعفاءات لأيّ نوع من المركبات إلا بما يتوافق مع أحكام القانون. ونفى رئيس الوزراء من جديد شائعة تكررت مرات عديدة خلال الأشهر الماضية، حول نية الحكومة خصخصة قطاعي التعليم والصحة، خلال إحدى جلسات مجلس النواب، موضحاً أن الحكومة تسعى لتمكين القطاعات الحيوية وتطويرها وزيادة كفاءتها، ولانّية لأيّة خصخصة (خبرني، 2020).

وعلى الصعيد الاجتماعي فقد انتشرت بشكل واسع خلال شهر كانون الثاني 2020، ما تعلّق بحالة الطقس وتوقعات سقوط الثلوج، حيث نفت دائرة الأرصاد الجوية أية صحة للمعلومات المتداولة عن "منخفض جوي وعاصفة ثلجية غزيرة ستغطي الأردن وفلسطين وسوريا ولبنان عند ارتفاع 300 متر"، مؤكدة أنه لا يوجد لمثل هذا المنخفض، حيث يصل ارتفاع أخفض منطقة في العاصمة عمان إلى 650 متراً فوق سطح البحر، ولا يوجد ارتفاع 300 متر، ونشر رواد مواقع التواصل الاجتماعي

صوراً مفبركة تحوي خبراً منسوباً لإحدى القنوات الفضائية المحلية، تقضي بتعطيل الدوائر والمؤسسات الحكومية يوم 2020/1/9، حيث نفت القناة صحّة هذا المنشور، موضحة أنّه مأخوذ عن خبر تعطيل الدوام في اليوم نفسه من عام 2019، ودعت متابعيها إلى متابعة المصدر الرئيس للخبر والتحقق من ذلك عبر مواقع وصفحات القناة الرسمية، وتداول ناشطو التواصل الاجتماعي صوراً ومقاطع فيديو لمجموعة من أسود ونمور جائعة بعظام بارزة، على أنها في إحدى حدائق الحيوانات في الأردن، وهي تعود في الواقع إلى حديقة القرشي في العاصمة السودانية الخرطوم، نظراً للظروف الاقتصادية الصّعبة التي تعيشها البلاد (الدستور، 2020).

وهناك الشائعات المتعلّقة بالقطاع الصحي من الشائعات التي تعلّقت بالشأن الصّحي وانتشرت خلال شهر كانون الثاني 2020، ما تمحور حول فيروس "كورونا" حيث نفت وزارة الصحة حدوث أية إصابات بمرض فيروس "كورونا"، وأنّ ما تم تسجيله خلال النصف الأول من شهر كانون الثاني، هي إصابات الانفلونزا الموسمية، ونفت وزارة صحّة ما نشره موقع إخباري محلي عن تحذير للأردنيين من انتقال فيروس "كورونا" عبر البضائع الصينية، موضحة لـ "أكيد" من خلال مساعد الأمين العام لوزارة الصحّة لشؤون الرعاية الصحيّة الأوليّة الدكتور عدنان إسحاق، أنّ المرض لا ينتقل عن طريق مُلامسة الملابس أو غيرها من المواد، إنما تبين أنه ينتقل عن طريق المأكولات البحريّة والمأكولات التي تحوي أنواعاً مختلفة من لحوم الحيوانات المُستخدمة في مدينة "ووهان" الصينية، وانتشر عبر مواقع إخباريّة محليّة خبر وجود تلوث للمياه في سد كفرنجة، بسبب تسرب المياه العادمة، الأمر الذي نفته وزارة المياه والري، موضحة أنّ هذه المعلومات قديمة تعود إلى أعوام ماضية، فيما هنالك فحوصات دورية لمياه السدّ للتأكد من خلوّها من الملوثات (خبرني، 2020).

وانتشرت في الأردن خلال 2020 شائعات تمس الأمن الداخلي حيث نفت الجهات الأمنية عدّة شائعات خلال شهر كانون الثاني 2020، من أبرزها ما نشره ناشطون اجتماعيون عن قيام مواطن بحرق زوجته وأبنائه في محافظة الكرك، حيث صرّحت الجهات الأمنية عن وقوع حريق شقة في منطقة العدنانية في الكرك، دون وقوع إصابات بالأرواح، ومعلومات وأحداث قديمة، تمّ تداولها على أنّها حديثة، مثل صور وفيديوهات لحادث تصادم بين مجموعة من المركبات في رأس النقب في محافظة معان، إثر الأحوال الجوية المضطربة، الأمر الذي نفته مديرية الأمن العام موضحة أنّ الفيديو قديم ووقع في إحدى الدول العربية المجاورة عام 2018، ويرى مرصد "أكيد" أنّ القاعدة الأساسية في التعامل مع المحتوى الذي يُنتجه مستخدمو التواصل الاجتماعي هي عدم إعادة النشر إلا في حال التحقق من مصدر موثوق، وأنّ الاعتماد على مستخدمي التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار دون الأخذ بالاعتبار دقّة هذه المعلومات من عدمها يتسبّب في نشر الكثير من الأخبار غير الصحيحة وبالتالي ترويح الشائعات.

أما الشائعات الاقتصادية: فمن أبرز الشائعات الاقتصادية خلال شهر آذار، ما تداوله رواد مواقع التواصل الاجتماعي ووسائل إعلامية حول قرار قطع الإنترنت عن الأردن كأجراء للتعامل مع تداعيات الفيروس كورونا، الأمر الذي نفته وزارة الاقتصاد والريادة الرقمية، موضحة أنّ بعض الوسائل الإعلامية أساءت فهم تصريح الوزير حول توقّع زيادة في الضّغط على خدمة الإنترنت وليس انقطاعها. ونشرت مواقع إخبارية محلية خبراً حول قدوم باخرة على متنها 4 آلاف شخص قادمة من مصر إلى الأردن، الأمر الذي نفاه مدير عام الهيئة البحرية المهندس محمد سلمان.

وهناك الشائعات السياسيّة: وكانت أبرز الشائعات السياسيّة التي انتشرت خلال شهر آذار، ولم تتعلق بفيروس "كورونا"، ما تمّ تداوله عبر مواقع التواصل الاجتماعي عن نية وزير الشباب فارس

بريزات الترشح للانتخابات النيابية القادمة، الأمر الذي نفاه البريزات، موضحاً أنّ المعلومات لا صحيحة لها على الإطلاق، ومن بين الشائعات التي انتشرت بسبب فيروس "كورونا" وتعلّقت بأمن الدولة وسلامتها، تسجيل صوتي لسيدة ادّعت فيه إعلان حالة الطوارئ في الأردن بسبب فيروس كورونا، الأمر الذي تسبّب ببث القلق والهلع بين المواطنين والمقيمين في الأردن، ومن ثم وجّهت مطلقة الشائعة اعتذاراً عن التسجيل الصوتي الذي كان على شكل دُعاة بين أقاربها.

وتوجد في المملكة الاردنية الهاشمية منصة توعوية باسم (منصة حقك تعرف) التي هي منصة إلكترونية رسمية للتحقق من المعلومة، تهدف إلى المبادرة بتقديم المعلومة الدقيقة لمتابعي الإعلام بعمومه، والإعلام الاجتماعي بوجه خاص، بشفافية ودقة وسرعة، بما يمنع انتقال الشائعات، وينشئ ثقافة التحقق من المعلومة، والتأكد منها قبل نشرها وتداولها.

ويراد من المنصة أن تشكل جزءاً من حملة إعلامية شاملة تهدف لمواجهة "تسونامي" المعلومات المضللة على مواقع التواصل الاجتماعي، وكل ما يتم نشره من أخبار كاذبة وملفقة أو شائعات، وذلك بمتابعة مباشرة من فريق المنصة والناطقين الإعلاميين، وضباط الارتباط، الذين يعملون، جميعاً، على رصد المعلومات والتحقق منها عبر سلسلة إجراءات، وصولاً إلى تنفيذها أو تأكيدها، وتقوم آلية عمل المنصة على (3) مراحل أو حلقات متشابكة ومتراصة: أولها رصد الشائعة وتقدير خطورتها ومدى انتشارها وتكرارها وتداولها، بالشراكة مع الناطقين الإعلاميين وضباط الارتباط في الوزارات والمؤسسات الرسمية، وثانيها حلقة الردّ التي تُعنى بالبحث عن الحقيقة والاتصال بالجهات المعنية وإعداد رد مقنع ومشبع وبالسريعة الممكنة، وآخرها فريق متكامل لصياغة نصّ المعلومة الحقيقية وتحريرها واختيار طريقة عرضها على المنصة (منصة حقك تعرف، 2020).

أن ما تستهدف المنصة "الترويج لمبادرات وقصص نجاح الأردنيين والمؤسسات الأردنية لإثراء المحتوى الإلكتروني بالإيجابية والأفكار الجديدة، وتسعى هذه المنصة لتمكين المواطن من التحقق من صحة المعلومات، التي تنتشر عبر وسائل الإعلام المختلفة والأخبار المغلوطة والشائعات ودحضها لإيجاد جو عام قائم على الثقة بين المواطن والحكومة، ويهدف ذلك إلى جعل الحكومة أكثر انفتاحاً ومساءلة، وأكثر قرباً من المواطن، من خلال التواصل المتبادل بين المواطن والحكومة، والتشبيك بين المنصات والمواقع الحكومية والمؤسسات الرسمية وصفحات التواصل الاجتماعي الخاصة بهم، وعددها يزيد عن 80 صفحة لنشر هذه المعلومات تحت مسمى واحد وهو "حقك تعرف". كما تسعى المنصة الجديدة إلى تطوير آلية التواصل والترويج والنشر مع جميع المؤسسات الإعلامية، من صحف وتلفزيونات وإذاعات وغيرها من مواقع، لضمان وصول المعلومة لأكبر عدد من الجمهور، وتوفير المعلومات والبيانات المطلوبة من المؤسسات الحكومية المختلفة، ووضعها بمنصة واحدة (مظهر، 2018).

وأشار تقرير راصد لشهر 2020/3، أنه قد ارتفع عدد شائعات شهر آذار في الأردن لتصل إلى 67 شائعة، من بينها 43 استهدفت القطاع الصحي، في شهر شهد ظروفًا استثنائية في دول العالم كافة بسبب فيروس كورونا، وأن 55 شائعة كان مصدرها وسائل التواصل الاجتماعي وبنسبة بلغت 82 %، صدر 49 منها من منصات التواصل المحليّة، بينما توزعت السّت الأخرى على مصادر خارجية، وصدرت شائعة واحدة من صفحات مواطنين أردنيين مقيمين في الخارج، و5 شائعات أخرى صدرت من مواقع تواصل عربية.

نماذج لشائعات تعاملت معها المنصة:

الشائعة: انتشرت شائعة بتاريخ 2018/12/16 تقول: "هزة أرضية متوقعة في الأردن والأراضي الفلسطينية المحتلة".

الحقيقة: إن الدراسات الزلزالية على المستوى المحلي والإقليمي والعالمي تشير إلى أنه لا يمكن ولا بأي حال من الأحوال تنبؤ أو توقع أي زلزال مدمر في منطقتنا لا يستند إلى الأدلة العلمية وإنما هي مجرد أقاويل بدون أدلة علمية منطقية، وهناك جهود يقوم بها المركز الوطني للأمن وإدارة الأزمات بالتعاون مع الجهات المعنية في دراسة تنفيذ ملحق الزلازل والخاص بالخطة الوطنية للحد من كوارث الزلازل.

الشائعة: انتشرت شائعة بتاريخ 2018/12/16 تقول: "للمرة الثانية وخلال أسبوع واحد سلطات الجمارك الكندية تضبط 67 قطعة اثريه أصلية مسروقة من المتاحف الأردنية جرت محاولة تهريبها إلى كندا عبر حقائب دبلوماسية".

الحقيقة: لم يتم تهريب الآثار في حقبة دبلوماسية، فقط ضبطت السلطات الكندية آثاراً مهربة من الأردن في مطار تورنتو على دفعتين، إحداها في عام 2016 نحو 10 قطع اثريه، والأخرى عام 2017 وتقدر بـ 48 قطعة، ولم تتم سرقة تلك الآثار من المتاحف بل تم نهب أغلبها من مقابر في أطراف المدن، ويرجح أنها من الكرك، وحسب النمط الأثري الخاص بها وتحفظت السلطات الكندية على اسم الشخص الذي قام بتهريبها وتختلف قيمة تلك المضبوطات المعنوية والمادية لكن قيمتها المادية لا تتجاوز الـ 50 ألف في أعلى التقديرات.

الشائعة: انتشرت شائعة بتاريخ 2018/12/15 تقول: "ورشة عمل بصاروخ قص حديد في البشير".

الحقيقة: أكدت وزارة الصحة أن الفيديو الذي تتداوله بعض المواقع ومنصات التواصل الاجتماعي حول ورشة عمل بصاروخ قص حديد في غرفة مرضى في مستشفى البشير لا يمت إلى الواقع بصلة وهو عار عن الصحة، وقال الناطق الإعلامي باسم الوزارة حاتم الأزري ان هذا الفيديو ليس في أي من مستشفيات الوزارة على الإطلاق. وأضاف أنه يتم بين الحين والآخر نشر فيديوهات ومشاهد وصور على أنها في مستشفيات الوزارة عموماً والبشير على وجه الخصوص بقصد الإساءة وتشويه صورة الخدمات التي تقدمها مستشفيات الوزارة، وأعاد الأزري التذكير بلقطات ومشاهد مذبحة تم الادعاء أنها في مستشفيات الوزارة وهي أصلاً لم تحدث لا فيها ولا بأي من مستشفيات المملكة سواء العامة أو الخاصة كفيديو الضبع الذي يهاجم مستشفى وإشعال احد المرضى حريق بمريض داخل غرفة المرضى وغيرها من المذبحة المنيئة التي نفتها الوزارة في حينه، وأشار إلى ان بث ونشر مثل هذه المشاهد المذبحة وادعاء حدوثها في مستشفيات الوزارة ينطوي على إساءة ومحاولة تشويه بئس وعيية لا أخلاقية، وبالأهداف الخبيثة لمروجيها مؤكداً انه ستم ملاحقتهم قانونياً، وبين الأزري ان هناك تعليمات واضحة لجميع فرق الصيانة في المستشفيات بعدم إجراء أي عمل صيانة وترميم بوجود مرضى أو أسرة أو أثاث.

وبينت دراسة استقصائية أجراها مركز دراسات اللاجئين والنازحين والهجرة القسرية في جامعة اليرموك 2020 حول "أثر الشائعات على المجتمع الأردني في ظل أزمة كورونا" أن 86.4 % من عينة الدراسة يؤيدون تغليظ العقوبات بحق مروجي الشائعات، ومن يسهم بنشر أو مشاركة الأخبار التي يتم ترويجها دون التنبّت من المصادر المعنية. وأظهرت الدراسة أن 31.4 % من عينة الدراسة التي غطت جميع محافظات المملكة يتداولون المعلومة عبر مواقع التواصل الاجتماعي دون النظر إلى مدى مصداقيتها أو مصدرها الحقيقي، وتتوّعت الشائعات المتعلقة بفيروس "كورونا" المستجد وما تبعه

من تداعيات وإجراءات في شهر آذار، حيث رصد "أكيد" 16 شائعة تعلقت بمعلومات طبية مُفبركة ومضلّة، ومنها: ارتداء القفازات المطاطية في الأماكن العامة يمنع الإصابة بفيروس "كورونا"، وفيروس "كورونا" ينتقل عن طريق الحيوانات الأليفة، وشرب الماء الدافئ كل 15 دقيقة يُبطل مفعول فيروس "كورونا"، وأجهزة تجفيف اليد فعالة في الوقاية من الإصابة بفيروس "كورونا"، والتي أعدّ مرصد "أكيد" حولها حملة "الشائعة والحقيقة" وقُدّم المعلومات الصّحيحة بشأنها، مستنداً إلى البيانات والمعلومات التي تقدمها منظمة الصّحة العالمية.

وشهدت شائعات شهر آذار من العام 2020، ارتفاعاً ملحوظاً؛ بسبب التّطورات الحاصلة على فيروس "كورونا" المستجّد في الأردن، وظهر الحالة المصابة الأولى بداية الشّهر، وتواصل زيادة عدد الحالات والشائعات المرتبطة بها، وصولاً إلى إعلان قانون الدّفاع وصدور ثلاثة أوامر دفاع تضمنت حظر التّجوال ووضع قيود على التنقل والإقامة لمنع انتشار الوباء. وتتبع "أكيد" حركة تكوين الشّائعات وانتشارها، وسجّل شهر آذار 67 شائعة، محقّقاً بذلك ارتفاعاً كبيراً مقارنة بشهري شُباط وكانون الثاني، حيث بلغت في شُباط 31 شائعة، وفي كانون الثّاني 30 شائعة. وتراجع دور الإعلام في ترويج الشّائعات لشهر آذار، وتصدّرت وسائل التواصل الاجتماعي في ذلك، خصوصاً "واتس اب وفيسبوك"، حيث رَوّج الإعلام 12 شائعة، بنسبة (18%) فيما صدر عن مواقع التّواصل 55 شائعة بنسبة (82%) (منصة حَقك تعرف، 2020).

وصدرت 18 شائعة عن حالات مصابة بفيروس "كورونا" في أنحاء مختلفة من الأردن، تم نفيها جميعها، مثل ثلاث حالات مُصابة بالفيروس في مستشفى الأمير هاشم في العقبة، إصابة شخص بفيروس كورونا في مستشفى الملكة علياء العسكري، إخلاء قسم الباطنية في مستشفى البشير بسبب إصابة عائلة مع خادمتهم، إصابة شخص بفيروس كورونا في المنطقة الحرة في الزرقاء،

بالإضافة إلى إصابة رئيس الوزراء عمر الرزاز بالفيروس. وتداول رواد مواقع التواصل الاجتماعي 5 تسجيلات صوتية، نقلت معلومات مفبركة وغير صحيحة، منها: تسجيل صوتي لسيدة حول إعلان حالة الطوارئ في الأردن ومن ثم قدمت اعتذارها وأن التسجيل كان عبارة عن دعابة بين أفراد عائلتها، فيما نشر أحد الأشخاص تسجيلاً صوتياً عن وفاة أحد أقاربه وتجمهر المئات أمام طوارئ مستشفى الزرقاء الجديد، وتسجيل صوتي لسيدة ادّعت فيه إصابة أحد العمّال في أحد مخازن مرج الحمام وتولّت الأجهزة الأمنية نقله إلى المستشفى، وهو ما نفت صحته الأجهزة الأمنية (مرصد أكيد، 2020).

ورصد "أكيد" تداول عدة مقاطع مصوّرة، منها لأشخاص مصابين بالإعياء في الشارع العام على أنّهم مصابون بفيروس "كورونا"، ونشرت بعض المواقع الإخبارية المحلية نقلاً عن التواصل الاجتماعي فيديو لنقل مصابة بالفيروس إلى مستشفى الأمير حمزة، والذي اتضح فيما بعد أنه جزء من برنامج تلفزيوني حول الإجراءات الصحية لنقل المصابين إلى المستشفيات.

الإعلام الأردني:

الصحافة الأردنية:

على صعيد الصحافة الأردنية، فقد مرت الصحافة الأردنية منذ نشأتها وحتى يومنا هذا بمراحل تاريخية حيث تميزت كل مرحلة من هذه المراحل بمميزات خاصة، إلا أنها جميعاً تشكل السمات الرئيسة للصحافة الأردنية وأن كل مرحلة منها تشكل امتداداً للمرحلة السابقة لها، ففي الفترة من (1921-1946) كانت تسمى فترة عهد (الإمارة) وكانت الصحافة في تلك الفترة محدودة الإمكانيات، وتعد صحيفة (الحق يعلو) التي صدرت في مدينة معان عام 1920 وهي أول صحيفة أردنية وكانت تكتب بخط اليد، وشعارها "عربية ثورية".

ثم صدرت في نفس الفترة جريدة مطبوعة هي (الشرق العربي)، وتلتها صحف أخرى كانت كلها أسبوعية، ولم تصدر صحف يومية في هذه المرحلة. ومن أبرز صحف هذه المرحلة، الأردن، والميثاق، والوفاء، والجزيرة، والنسر. وكان يتم تعطيل الصحف إذا أقدمت على نشر أي شيء يخالف قانون المطبوعات في تلك الفترة، أما مرحلة صحافة ما بعد الاستقلال فكانت خلال (1946-1970) (الموسى، 1998: 111).

وأما المرحلة التي تلت عام 1989 وحتى الآن فهي تميزت بصدر قانون المطبوعات رقم (8) لعام 1998 والذي اعتبر متقدماً مقارنة بقوانين المطبوعات السابقة واللاحقة، وشهدت الفترة من (1994-2019) تجاذبات وتقلبات بحكم الظروف السياسية المحيطة بالمملكة وتأثر البيئة الإعلامية الأردنية بما حدث في الإقليم من توترات وحركات مازالت مستمرة، حيث شهدت المملكة ظهور نمط جديد من الصحافة هو (الصحافة الإلكترونية) ثم المواقع الإخبارية العديدة ومنصات التواصل الاجتماعي التي مهدت لظهور قانون الجرائم الإلكترونية ومازال هذا القانون محل نقاش وجدل في الوسط الصحفي. ومن الصحف الإلكترونية ما يلي :

– صحيفة المدينة الإخبارية www.almadenahnews.com

– صحيفة سرايا www.sarayanews.com

– صحيفة عمون الاخبارية www.ammonnews.net

– صحيفة آخر خبر www.akherkhabar.net

– صحيفة السوسنة www.assawsana.com

صحيفة الرأي :

تعد صحيفة (الرأي) من الصحف الأردنية اليومية التي تصدر عن المؤسسة الصحفية الأردنية، وقد صدر العدد الأول منها بتاريخ 1971/6/2 وما تزال تصدر بانتظام منذ ذلك الحين، وهي وإن كانت غير رسمية تماماً إلا أنها تعبر عن وجهة النظر شبه الرسمية، وهي مملوكة من قبل القطاع العام بنسبة (67%) من رأس المال، وذلك لسد الفراغ الصحفي الذي نجم عن حرب 1967 واحتلال إسرائيل للضفة الغربية، والذي أدى إلى وجود صحيفة يومية واحدة فقط في عمان هي صحيفة الدستور ولتنفيذ هذا القرار فقد وقع الاختيار على موقع ومباني جريدة الجهاد التي كانت تنوي الصدور في ذلك الوقت وتوقفت، حيث قامت الحكومة باستملاك الأبنية والأجهزة كما قامت بتسوية ديونها وأصبح موقع المؤسسة ومبانيها بالتالي ملكاً للحكومة.

وصدر القانون رقم 26 لسنة 1971 بتاريخ 1971/5/13 بإنشاء المؤسسة الصحفية الأردنية كمؤسسة صحفية حكومية وعين أمين أبو الشعر مديراً عاماً لها، وفي 1971/5/18 قرر مجلس الوزراء الموافقة على إصدار جريدة الرأي حيث صدر العدد الأول منها في 1971/6/2 وكانت ثاني جريدة ناطقة باسم الحكومة منذ تأسيس المملكة حيث سبقتها في سنة 1923 جريدة "الشرق العربي" وتعاقب على إدارتها ورئاسة تحريرها في تلك الفترة نزار الرافعي و ملحم التل (موقع الراي، 2020).

وفي 1973/8/1 قرر مجلس الوزراء إلغاء قانون المؤسسة رقم 26 بموجب القانون المؤقت رقم 45 لسنة 1973 ونقل ملكية المؤسسة من الحكومة إلى الاتحاد الوطني العربي وهو التنظيم السياسي للدولة الذي كان مشكلاً في تلك الفترة وذلك لكي تكون الجريدة الناطقة باسمه وتم تعيين سليمان عرار مديراً عاماً ورئيساً للتحرير، وفي 1974/5/23 قرر مجلس الوزراء تحويل المؤسسة إلى شركة مساهمة فيها الحكومة خصوصية برأسمال مقداره 150000 دينار تساهم فيها الحكومة بنسبة

40% ويساهم القطاع الخاص بنسبة 60% بموجب القانون رقم 5 لسنة 1974 واستمر هذا الترتيب لغاية 1975/9/1 حيث تم بيع حصة الحكومة البالغة 40% للقطاع الخاص واصبحت المؤسسة شركة مساهمة خصوصية يملكها السادة (جمعة حماد، سليمان عرار، محمود الكايد، محمد العمدة) وانضم لهم رجا العيسى فيما بعد، وقد تم تسجيل الشركة (مساهمة خصوصية) لدى مراقب الشركات تحت رقم 442 تاريخ 1977/1/2 (وكالة رم (2020).

وقد عين جمعة حماد مديراً عاماً وسليمان عرار رئيساً للتحرير ومحمود الكايد مديراً للتحرير ومحمد العمدة مديراً للإدارة، تم رفع رأسمال الشركة الى 200 ألف دينار وفي تموز عام 1976 عين سليمان عرار وزيراً في حكومة مضر بدران وتسلم محمود الكايد رئاسة تحرير الجريدة منذ ذلك التاريخ، وكانت المؤسسة الصحفية قد اصدرت في 1975/10/26 العدد الاول من جريدة الجوردين تايمز وهي اول جريدة تصدر باللغة الانجليزية .

وفي 1986/1/1 تم تحويل المؤسسات الصحفية ومن ضمنها الراي الى شركات مساهمة عامة بناء على رغبة الحكومة آنذاك حيث احتفظت الحكومة بـ 15% من راس مال الشركة البالغ مليون دينار اردني عن طريق المؤسسة الاردنية للاستثمار وهذه النسبة تمثل قيمة ارض وبناء المؤسسة الاردنية للاستثمار فيما احتفظ اصحاب الشركة الخصوصية بـ 35% من رأسمال الشركة بالتساوي بينهم وشاركت مجموعة مختارة من الشركات الاخرى بما نسبته 25% من راس المال وتم طرح باقي الاسهم للاكتتاب العام وسجلت الشركة لدى مراقب الشركات (وكالة الأنباء، 2019).

وتم تشكيل مجلس الادارة الاول للشركة بتاريخ 1986/6/27 برئاسة محمود الكايد وعضوية كل من خليل السالم (عن المؤسسة المالية العربية) محمد العمدة ، رجا العيسى ، صالح الرفاعي (عن المؤسسة الاردنية للاستثمار) رمزي المعشر (عن الشركة الاهلية للاستثمار المالية) اسامة شعشاعة

(عن المال والائتمان) المهندس على ابو الراغب و حسن حماد وتم تعيين محمد العمدة مديراً عاماً للمؤسسة، " وقد عملت الرأي منذ بداية على ان تكون صحيفة الوطن والمواطن أنى كان موقعه أو اتجاهه أو منبته وأن تكون للأردن العالي وللفلسطين العزيز ولأمة العربية والاسلامية ولكل ما هو حق وخير وعدل في هذا العالم حريصة دوماً على أن تكون وفية لرسالة الصحافة معتزة بالتجربة التي يعيشها بلدنا محافظة على الحريات واحترام حرمة الحياة الخاصة للمواطنين أمينة على مقومات العمل الصحفي النظيف الشريف المنزه عن الغرض مترفعة عن اي غمز اقليمي او همس طائفي او انحياز جهوي أو فئوي أو حزبي، وحاولت الرأي منذ البداية ايضاً أن تكون صحيفة عامة شاملة لكل ما يهم المواطن الاردني خاصة والعربي عامة ، وهي تعمل بالإضافة الى دورها كجريدة يومية سياسية ، على تغطية نقص وجود مجلات محلية عامة ومتخصصة فأصبحت بحق الجريدة المجلة ، تحرص على أن تكون لقارئها ومعه تشاطره طموحاته وهمومه ، واجباته وحقوقه وكل منحني من نواحي الحياة اليومية" (موقع الراي، 2020).

وبالإضافة الى التغطية الاخبارية السريعة والصادقة والواسعة من خلال شبكة مراسليها العرب والاجانب في أهم العواصم العربية والأجنبية وما تزودها به وكالات الأنباء والصور العربية والعالمية والتحقيقات والتعليقات والمتابعات ، ثمة صفحات متخصصة للسياسة والاقتصاد والثقافة والفن والمجتمع والعلوم الرياضية، فضلاً عن الاهتمام الجاد بمناقشة القضايا العامة وطرح الأفكار المتعددة حولها واهتمام خاص بقضايا المواطنين وهمومهم اليومية ومتابعة ذلك مع الجهات المتخصصة من خلال صفة يومية متخصصة، وأن التطور المستمر في الشكل والخراج والعرض والاخبار وكذلك نوعية الزوايا والصفحات والاقلام المميزة لكبار الكتاب الاردنيين والعرب، هي من الصفات المميزة التي جعلت الرأي الصحيفة الاولى في الأردن، ووضعت في الصف الاول من الصحف في العواصم العربية التي

توزع فيها، فقد أثبتت السنوات التي انقضت من عمر الرأي التزامها الصادق والأمين بالقضايا الوطنية والقومية، وتبوؤها لهذا الموقع المميز بين زميلاتها في الاردن والوطن العربي من خلال التوسع الافقي السريع بالتوزيع حيث اصبحت الرأي تغطي جميع أنحاء الاردن مدناً وقرى وبوادي ، بالإضافة الى الدول العربية المجاورة مثل سوريا والعراق والسعودية ومصر ودول الخليج العربي جميعاً وعدد من العواصم العربية والأجنبية (وكالة رم (2020).

التلفزيون الأردني:

أعطى الملك الراحل الحسين بن طلال إشارة البدء للتلفزيون الأردني بتاريخ 27 نيسان عام 1968 ليكون الأردن من الدول الرائدة في البث التلفزيوني، ومنذ ذلك الوقت أصبحت الشاشة الأردنية صورة الأردن وصوته إلى أبناء الأمة ومنبراً للصوت الحر المعبر عن رسالة الأردن القومية وأداة اتصال وتواصل مع الدول المجاورة خاصة مع الضفة الغربية وقطاع غزة. وقال الملك الراحل الحسين في خطاب الافتتاح: "إنه لمن دواعي سروري وغبطتي أن أتحدث إليكم في هذه اللحظات التي ينطلق فيها التلفزيون الأردني ليكون منارة جديدة للحق والهدى وينبوعاً ثرياً للفكر والعرفان" وكان التلفزيون الأردني منذ بدايات التأسيس له الدور الريادي في المنطقة سواء من حيث التميز في برامجه أو أخباره أو سعة انتشاره والذي استطاع أن يحقق العديد من الإنجازات على مختلف الصعد (المدينة نيوز، 2014).

ففي مطلع السبعينيات أصبح البث على قناتين أحدهما باللغة العربية (البرنامج العام) والأخرى بلغات أجنبية (القناة الثانية) وكانت أول قناة عربية في العالم العربي تبث باللغات الأجنبية، كما أصبح منذ ذلك الحين وفي حالة متفردة في العالم العربي، يقدم نشرات الأخبار بأربع لغات هي: اللغة العربية واللغة الإنجليزية واللغة الفرنسية واللغة العبرية، كما كان سباقاً على جميع الهيئات التلفزيونية العربية

في البث التلفزيوني الملون مما مكّنه أن يصبح مركزاً لاستقطاب الدراما المصرية والسورية بالإضافة إلى الدراما الأردنية، حيث أرتبط في عام 1972 بمنظومة السوائل (الأقمار الصناعية) عن طريق المحطة الفضائية في منطقة البقعة مما مكّنه من نقل الأحداث السياسية والرياضية الكبرى مثل هبوط الإنسان على القمر والمباريات الرياضية الهامة والدورات الرياضية العالمية مثل كأس العالم ودورات الألعاب الأولمبية (الزعبي، 2001: 57).

وفي عقدي السبعينيات والثمانينيات استطاع التلفزيون النهوض بالدراما الأردنية، وفرض الإنتاج التلفزيوني الأردني نفسه بقوة على خريطة الإنتاج العربي، حيث أصبح منافساً قوياً للإنتاج الدرامي العربي كما أصبح محل ثقة وتقدير المشاهد الأردني والعربي على حد سواء، وفي مطلع التسعينيات وفي ظل الثورة التقنية الهائلة التي شهدتها العالم في ذلك الحين، أصبحت دائرة الأخبار في التلفزيون الأردني أول دائرة أخبار في الوطن العربي تدخل نظام الحاسوب في معالجة وتحرير الأخبار، وتم في عام 1993 إنشاء قناة الفضائية الأردنية ليصل البث المباشر منذ ذلك الحين إلى المنازل مباشرة وليخرج التلفزيون من إطاره الإقليمي إلى الإطار العربي والعالمي الأوسع بما يقدمه من برامج وأخبار ومنوعات ومسلسلات درامية، أدار المحطة الفضائية الأردنية حينها الإعلامي عدنان الزعبي قبل أن تندمج مع القناة الأرضية ليصبحا قناة واحدة (موقع التلفزيون الأردني، 2017).

وأصبحت مؤسسة الإذاعة والتلفزيون بعد اندماجهما عام 1985 بمثابة معهد إعلامي يرفد الهيئات التلفزيونية العربية والمحطات الفضائية بالكوادر البشرية والفنية التي أثبتت جدارتها وكفاءتها ومهنتها العالية، وفي عام 1993 أيضاً تم إنشاء القناة الثالثة لتكون قناة للشباب ونقل الأحداث والمناسبات الخاصة وجلسات البرلمان الأردني قبل أن تتحول إلى قناة للأفلام الأجنبية وبرامج للأطفال

بشراكة مع القطاع الخاص، ويُسجل للتلفزيون الأردني أنه صاحب أكبر مكتبة أرشيف في التلفزيونات العربية (عبد صافي، 2017: 112).

أنشئت محطة عمرة في عام 1988م لتكون حلقة الوصل الإعلامية بين الأردن وباقي دول العالم، حيث إنها ومنذ تأسيسها تعمل على نقل صورة ما يحدث في الأردن والمنطقة المحيطة من أحداث ومناسبات إلى باقي دول العالم، واستقبال كل ما يحدث لإيصاله إلى المشاهد الأردني والعربي، وذلك عن طريق ربط المحطة بعدة وكالات أنباء عالمية مثل اتحاد الإذاعات الأوروبية European Broadcasting Union-EBU اتحاد إذاعات الدول العربية Arab States Broadcasting Union-ASBU، وكالة أنباء رويترز Reuters، وكالة Associated Press، وغيرها، كما أنها مربوطة بعدد من مشغلي الأقمار الصناعية مثل Eutelsat، Arabsat وغيرها، ومنذ تأسيسها تعمل المحطة على إضافة كل ما هو حديث من أنظمة البث الفضائي وغيرها من الأنظمة المساعدة وفق الإمكانيات المالية المتوفرة، وبما يضمن استمرار عمل المحطة ومواكبتها للتطورات الكبيرة التي تحدث في مجال البث التلفزيوني عبر الأقمار الصناعية، وتحديث المحطة بشكل مستمر بإضافة عدد من الأنظمة المساعدة التي تزيد من إمكانيات المحطة من استقبال عدد أكبر من الفعاليات، وتم في عام 2009 إضافة نظام Video Matrix والذي أعطي المحطة قدرة أكبر على الربط مع باقي أقسام التلفزيون وتوصيل الإشارة التلفزيونية لها بمرونة أكبر ودون التأثير على جودة الصورة، وتم تركيب وتشغيل نظام RF- Matrix في عام 2011، مما زاد من إمكانيات المحطة في استقبال عدة إشارات معا على أكبر من أجهزة الاستقبال ودون التأثير على جودة الإشارة أو إضعافها (هلا أخبار، 2018). تم تطوير المحطة بشكل كامل للعمل بجودة إشارة HD في عام 2018، واستحداث ثلاثة سيارات بث فضائي SNG تعمل بتقنية HD، وتتركز مهام المحطة على بث واستقبال التبادلات

الإخبارية والبرامجية بين التلفزيون الأردني والهيئات العاملة تحت منظومة اتحاد إذاعات الدول العربية، واستقبال الرسائل الإخبارية من كافة دول العالم وبث التقارير لعدد من القنوات العربية والعالمية، إضافة إلى تدريب عدد من طلاب الجامعات الأردنية في مجال الاتصالات الفضائية (موقع التلفزيون الأردني، 2018).

وكالة الأنباء الأردنية "بترا":

شهدت وكالة الأنباء الأردنية منذ تأسيسها تطورات مهمة على الصعيدين التقني والعمل الصحفي، وحجم نشرات الأخبار التي تبث عبر قنواتها الإخبارية، واستجابة لرغبة الدولة بإيجاد وسيلة إعلامية تترجم إنجازات الوطن وتعكس صورة الأردن في الخارج، فقد صدرت الإرادة الملكية السامية بتاريخ 16-7-1969 بإنشاء وكالة الأنباء الأردنية كدائرة مستقلة من دوائر وزارة الإعلام حددت مهامها بتحقيق غايات الإعلام الأردني عن طريق تغطية الأنباء وبثها إلى الداخل والخارج بالوسائل الفنية المناسبة، بدأت الوكالة عند التأسيس بكادر وظيفي متواضع بلغ آنذاك (32) موظفا منهم (18) صحفياً يقدمون الخدمات الإخبارية عن طريق نشرة أخبار تطبع باللغتين العربية والإنجليزية مساء كل يوم وتوزع على وسائل الإعلام والصحافة والسفارات العربية والأجنبية وبعض الوزارات والمؤسسات الحكومية وزادت الوكالة فترات دوامها إلى (18) ساعة يومياً بما في ذلك أيام الجمع والعطل الرسمية وتعمل على مدار الساعة في الأوقات التي تستدعي ذلك (وكالة بترا، 2019).

وتستخدم الوكالة في عملها اللغات الإنجليزية والفرنسية والعربية، وعلى مدى العقود الماضية تطور الكادر الوظيفي حتى وصل إلى (238) موظفاً حالياً منهم (135) صحفياً أعضاء في نقابة الصحفيين الأردنيين التي كانت الوكالة من مؤسسيها وهي عضواً فاعلاً في اتحاد وكالات الأنباء العربية ومجمع وكالات أنباء دول عدم الانحياز، وتعتمد الوكالة مراسلين صحفيين في القاهرة وباريس

وكوبنهاجن ونيويورك وواشنطن وطوكيو ويون وغزة ورام الله وأبوظبي والدوحة والبحرين وموسكو ولندن والكويت وكوالالمبور وبكين وصنعاء وبوخارست (الزعيبي، 2001: 273).

وتقدم الوكالة خدمات إخبارية متعددة باللغتين العربية والإنجليزية عبر شبكتها العامة ويكون معدل النشرة العربية (70-90) خبراً يومياً والنشرة الإنجليزية من (20-30) خبراً يومياً وهذه الأرقام تخضع لحجم الفعاليات والأحداث في الداخل والخارج وتقل الوكالة نشرتها باللغتين العربية والإنجليزية إلكترونياً إلى موقعها على شبكة الإنترنت الذي يتراوح عدد زواره ما بين (3-4) ملايين زائر شهرياً ووصل في أحد الأشهر عام 2004 إلى سبعة ملايين زائر.

- تقدم الوكالة خدمات صور الأحداث والفعاليات اليومية عبر موقعها على شبكة الإنترنت وتبث الوكالة خدماتها إلى 22 مشتركاً بطرق التوصيل المباشر ومنها (الصحف اليومية ومؤسسة الإذاعة والتلفزيون وبعض المؤسسات ومكاتب وكالات الأنباء العربية والأجنبية في عمان والوكالات التي ترتبط معها باتفاقيات مثل وكالة الأنباء القطرية، وكالة الأنباء اليمنية، وكالة الأنباء السورية (وكالة بتر، 2019):

- وتقدم الوكالة خدماتها التقنية من خلال خط اتصال مباشر مع الوكالة عن طريق شركة الاتصالات مع توفير برنامج استعراض للأخبار عن طريق (ftp) حيث يزود كل مشترك بالمعلومات النفية والاسم والرقم السري المطلوب ويطلب من المشترك أن يرتبط بشبكة الإنترنت وتوفير جهاز كمبيوتر وبرنامج استعراض الأخبار وعن طريق الأقمار الاصطناعية من خلال حزمة (arabia200) التي تبثها وكالة الأنباء (u.p.i) من خلال موقعها على شبكة الإنترنت:

- www.petranews.gov.jo

- www.petra.gov.jo والنشرة اليومية باللغة العربية بمعدل 100 خبر يومياً.

ثانياً: الدراسات السابقة:

أجرى منغان (Minghan, 2012) دراسة بعنوان

Exploring The Dynamics Of Rumors On Social Media In The Chinese Content,

استكشاف ديناميات الشائعات حول وسائل الإعلام الاجتماعي في المحتوى الصيني

هدفت إلى التعرف على آلية انتشار الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي في الصين، عن طريق تحليل محتوى أحد مواقع التواصل الاجتماعي الصينية، مستخدماً عدة مداخل نظرية لصياغة إطار التحليل، وتم جمع البيانات من مستخدمي الإنترنت الصينيين، وأظهرت النتائج أن شبكة صيونكس قد وسعت من تأثير الشائعات على الإنترنت بواسطة مواقع التواصل الاجتماعي.

تختلف هذه الدراسة مع دراستنا الحالية بكونها تسلط الضوء على انتشار الشائعات في وسائل الاعلام في الصين بينما تركز دراستنا الحالية على دور الاعلام الأردني في محاربة الشائعات.

وأجرى كل من ايونسو وطارق (Eunsoo, Tark, 2012) دراسة بعنوان

Identifying numors and Their Sources in Social Networks

استكشاف مصادر الشائعات في الشبكات الاجتماعية

هدفت الدراسة إلى استكشاف وتحديد مصادر الشائعات، وركز الباحثان على دراسة كيفية تسكين Mitigation الادعاءات الكاذبة على الشبكات الاجتماعية، وذلك على محورين، أولهما كيفية التحقق من مصادر الشائعات في ظل الغياب الكامل للمعلومات حول المصدر، وثانيهما كيف نفرق بين الادعاءات الكاذبة والشائعات من جهة، والمعلومات الحقيقية من جهة ثانية، وللتوصل إلى ذلك تم زرع نقاط رصد على الشبكة Monitor Nodes مهمتها أن تقوم بتصنيف المعلومات التي تستقبلها، وتم تصنيف الشائعات وفقاً لمصادرها من خلال مراقبة المواقع والصفحات التي تنشر جزءاً من الحقيقة

وتلك التي لا تنتشر، وأشارت نتائج الدراسة إلى أن وجود عدد كاف من نقاط الرصد المراقبة التي يتم زرعها على مواقع التواصل الاجتماعي يمكننا رصد مصادر الشائعات.

تختلف هذه الدراسة مع دراستنا الحالية بكونها تركز على تحليل مراكز الشائعات في شبكات التواصل الاجتماعي بينما تركز دراستنا الحالية على تحليل دور الاعلام الأردني في محاربة الشائعات.

دراسة لياجون وزهاووانج واكسي (Laijun, Zhao, Wang, Qui, and Xie, 2014)، بعنوان

Identifying Numors And Their Sources In Social Networks

نموذج انتشار الشائعات مع تقدير لآلية تنفيذ الشائعات بمواقع التواصل الاجتماعي

هدفت الدراسة تطوير نموذج لكيفية انتشار الشائعات، مع الأخذ بعين الاعتبار آلية رفضها أو تنفيذها، حيث أكد الباحثون على أن السنوات الأخيرة قد شهدت اهتماماً متزايداً بالإدارة الفعالة لانتشار الشائعات بمواقع التواصل الاجتماعي، ويصف الباحثون العملية المستمرة لانتشار الشائعة عن طريق إحصاء آلية تكذيبها وتنفيذها في الشبكات الاجتماعية المتجانسة، وأشارت نتائج البحث إلى وجود عقبات خطيرة تسهم بشكل سلبي في عملية تنفيذ ودحض الشائعات بمواقع التواصل الاجتماعي.

تختلف هذه الدراسة مع دراستنا الحالية بكونها تبحث في طرق نشر الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي بينما تركز دراستنا الحالية على تحليل دور الاعلام الأردني في محاربة الشائعات.

دراسة كيرنر (Kynar: 2016) بعنوان

Rumor in Social Media: Role of Affect During Social Movement Istanbul Sehir University

الشائعة في وسائل الإعلام الاجتماعية: تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الشائعات في جامعة إسطنبول

هدفت الدراسة للتعرف على دور الشائعات في عصر وسائل التواصل الاجتماعي، من خلال تناول وسائل التواصل الاجتماعي والتي وفقاً لنتائج البحث لها تأثير كبير على الحياة اليومية للناس، ومع

ذلك، فإن المعلومات التي تنتشر في المواقع الاجتماعية من خلال مثل هذه الأحداث لا يتم التحقق منها دائماً، حيث تجد الشائعات أرضية خصبة في وسائل التواصل الاجتماعي خلال الأحداث والأزمات، الادعاء بأن الشائعات هي في الأساس ظاهرة سلبية سهلة من المهم أن ننظر إلى أبعد من ذلك في الآليات التي تنشئ وتنتشر الشائعات من خلالها.

تختلف هذه الدراسة مع دراستنا الحالية بكونها تبحث في موضوع انتشار الشائعات في تركيا من خلال شبكات التواصل الاجتماعي ولم تتناول دور الاعلام في محاربة الشائعات كما تناولت دراستنا.

دراسة زهاو وينج وسونج (Zhao, Yin, Song, 2016) بعنوان:

Exploration Of Rumor Combating Behavior On Social Media The Context Of Social Crisis

استكشاف شائعة مكافحة السلوك على وسائل التواصل الاجتماعي في سياق الأزمة الاجتماعية

أجريت هذه الدراسة لتوفير فهم شامل لتشكيل شائعات وسائل التواصل الاجتماعي أثناء الأزمات، من خلال دمج نظرية السلوك المخطط ونموذج التنشيط المعياري في إطار نظري واحد. بناء على عينة من 394 من مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي، وقد أظهرت نتائج التحليل الإحصائي الوصفي نوعين مختلفين من الفجوات، تمثل في (الوعي بالنتائج الملوية الناجمة عن الشائعات، والمسؤولية المنسوبة للعواقب الضارة، والشعور بالالتزام والنية السلوكية لمكافحة الشائعات)، كما أظهرت نتائج التحليل إلى أن النموذج المقترح لديه مستوى جيد من قوة التنبؤ بالشائعة المؤيدة للمجتمع لمكافحة السلوك، كما دعمت النتائج جميع العلاقات المفترضة بين بنات النموذج باستثناء التأثيرات المباشرة للمعايير الذاتية والسيطرة السلوكية المتصورة على النية السلوكية والتحقق من الأدوار الوسيطة للبنات

النموذجية، على وجه الخصوص، وكانت المعايير الذاتية والسيطرة السلوكية المتصورة والوعي بالنتائج السلبية أهم ثلاثة تنبؤات بسلوك مكافحة الشائعات الفعلي.

تتوافق هذه الدراسة مع دراستنا الحالية بكونها تبحث في أساليب محاربة الشائعات والحد من تأثيراتها على المجتمع.

دراسة (السبيعي، 2016) بعنوان: "دور الإعلام الأمني في التصدي للشائعات" وهدفت هذه الدراسة إلى التعرف على (الأساليب المناسبة للإعلام الأمني في التصدي لخطر الشائعات، جهود العلاقات العامة بشرطة الرياض في التوعية الأمنية بأخطار الشائعات، المعوقات التي تحد من دور الإعلام الأمني في الوقاية من خطر الشائعات، معرفة الفروق ذات الدلالات الإحصائية بين مجتمع الدراسة حيال دور الإعلام الأمني في التصدي للشائعات وفقا لمتغيراتهم الشخصية والوظيفية). تكمن مشكلة الدراسة في الإجابة على السؤال الرئيسي التالي: ما دور الإعلام الأمني في التصدي للشائعات؟ وتكون مجتمع الدراسة من الأفراد العاملين بشرطة الرياض وعددهم الإجمالي (750 فرد واستخدم الباحث منهج المسح الاجتماعي بأسلوب الحصر الشامل، وأهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة أن أفراد مجتمع الدراسة موافقون بشدة على الأساليب المناسبة التي يستخدمها الإعلام الأمني للتصدي للشائعات، وأبرز هذه الأساليب (الرقابة على شبكة الإنترنت لاعتماد أصحاب الفكر المتطرف عليها، إصدار نشرات تهتم بتوعية الأفراد وتحذيرهم من نشر الشائعات). وأوضحت النتائج أن أفراد مجتمع الدراسة موافقون على المعوقات التي تواجه الإعلام الأمني في التصدي للشائعات، وأبرز هذه المعوقات (انخفاض الوعي بين أفراد المجتمع، عدم وجود حساب تفاعلي على شبكة الإنترنت). ووجود فروق في اتجاهات أفراد مجتمع الدراسة باختلاف طبيعة العمل.

تتوافق هذه الدراسة مع دراستنا الحالية بكونها تبحث دور الاعلام في التصدي للشائعات حيث ركز دراستنا الحالية على وسائل الاعلام بشكل عام بينما ركزت هذه الدراسة على الاعلام الأمني.

دراسة (سليمان، 2016)، بعنوان: "دور وسائل الإعلام الجديد في مواجهة للتأثيرات السلبية للشائعات المرتبطة بالإرهاب على المجتمع السعودي باستخدام استراتيجية المنصات المتعددة: دراسة تحليلية وميدانية مع تصور مقترح"

هدفت الدراسة إلى بلورة رؤية لتعزيز وتفعيل دور وسائل الإعلام الجديد لمواجهة تأثيرات الشائعات المرتبطة بالإرهاب باستخدام استراتيجية معلوماتية تعتمد على المنصات المتعددة، عبر مواقع التواصل الاجتماعي والإعلام الإلكتروني، ووضع تصور لضبط استخدام تلك المواقع، والمبادرة بالمعلومات الوقائية، التي تُعد بناء على تتبع اتجاهات "التقيب على المعلومات عبر الإنترنت Web Mining لدى الجمهور"، سواء على الحواسيب الشخصية أو الهواتف الذكية، وتوفير نظام معلوماتي يمتلك القدرة على رصد الشائعات في توقيت مبكر لحظة إطلاقها من خلال "نقاط رصد" Monitor Nodes على تلك المواقع، على أن تكون عملية تداول المعلومات الصحيحة للرد على هذه الشائعات من خلال منظومة المنصات المتعددة Multi- Platforms التي تمتلك القدرة على الوصول بالمعلومة لكل فئات الجمهور. وتم استخدام منهج المسح، وتم تطبيق الدراسة على عينة قدرها 400 مبحوث (50 مبحوث من الخبراء الذين لهم صلة ودراية معرفية ومعلومات كافية في مجال البحث، و50 مبحوثاً من الإناث)، و300 مبحوث من الذكور من الجمهور العام المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي. وجميع مفردات العينة من السعوديين المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي ووسائل الإعلام الجديد، ويتضح أن أول هذه الأهداف وأكثرها انتشاراً لدى عينة الدراسة هو "التواصل والحديث مع الأصدقاء" Chating، وتبين أن "التفقه في الدين والحصول على المعلومات الدينية" هو المجال الأول الذي يهتم

به المستخدمون للإعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي، ثم المجال الرياضي ثم الاهتمام بالتراث الحضاري، يليه الاهتمام بالجوانب السياسية.

تتوافق هذه الدراسة مع دراستنا الحالية بكونها تبحث في دور الاعلام في محاربة الشائعات والحد من تأثيراته السلبية على المجتمع.

دراسة جينادي ومارينا (Gennady, Marina, 2017) بعنوان:

Role Of Media Rumors In The Modern Society

دور الشائعات الإعلامية في المجتمع الحديث

هدفت الدراسة البحث في دور الشائعات في المجتمع و استخدام الشائعات الإعلامية كآلية تأثير عملي في العصر الحديث، تناول البحث الرسائل المطبوعة والإلكترونية وارتباطها بالشائعات، تناولت الدراسة أساليب تحليل دور الشائعات في المجتمع الحديث، الاستقرائي، وصفية، ومقارنة المعرفية والخطابية، الدلالي، وذلك في سبيل تحليل الشائعات المعقدة في الخطاب الإعلامي الحديث، حيث هدفت الدراسة إلى تحديد دور الشائعات الإعلامية في المجتمع الحديث، وطرق التحليل المتوقعة مستقبلاً لتطوير علم دراسة الشائعات، ونظريات الاتصال، خرجت الدراسة بأن وسائل الإعلام تحاول تحقيق وظيفة نشر الشائعات، من خلال أسلوب الإثارة الزائفة والكذب بدلاً من التعرض للحقائق والحجج الموضوعية.

تختلف هذه الدراسة مع دراستنا الحالية بكونها تبحث في توظيف الشائعات الاعلامية باستخدام وسائل الاتصال الحديثة وتحليل طبيعة الشائعات بينما تركز دراستنا الحالية على دور الاعلام الأردني في محاربة الشائعات.

دراسة (الدليمي، 2018) بعنوان: "إشكاليات الأخبار المفبركة وتأثيرها في تشكيل الرأي العام" هدفت الدراسة إلى بحث إشكاليات الأخبار المفبركة وتأثيرها في تشكيل الرأي العام، من خلال استطلاع آراء

أساتذة الاتصال والإعلام في الجامعات الأردنية من خلال الدراسة المسحية بأسلوب الحصر الشامل لمجتمع البحث، أظهرت الدراسة أن النسبة الأكبر من أفراد عينة الدراسة لديهم خبرة في العمل الصحفي تزيد عن 15 سنة ولديهم خبرة في التدريس تتراوح ما بين 11-15 سنة وظهر أن درجة مدى ادراك الصحفيين للأخبار المفبركة من حيث المفهوم والأهداف والأخطار قد حصلت على درجات مرتفعة، وكشفت أن مدرسي الإعلام يرون أن الأخبار المفبركة تجعل الفرد في حيرة بيت تصديق مضمونها وتكذيبه ما يؤثر على مصداقية الموقع بدرجة متوسطة، وحددت الدراسة بعض الدوافع لاعتماد الصحفيين الأردنيين على الأخبار المفبركة في عملهم منها دوافع التحذير والابتزاز وإثارة الفضول والتسلية والتنفيس وقياس الرأي العام.

ركزت دراسة دليمي على البحث في تأثير الأخبار المفبركة على تشكيل الرأي العام الأردني بينما تركز دراستنا الحالية على تحليل دور الاعلام الأردني في محاربة الشائعات.

دراسة (عثمان، 2019) بعنوان: "دور الإعلام الجديد في الترويج للشائعات وآليات التصدي لها دراسة ميدانية على أساتذة الإعلام والإعلاميين" هدفت الدراسة إلى بيان دور الإعلام الجديد في الترويج للشائعات وآليات التصدي لها، حيث اتبع الباحث المنهج الوصفي التحليلي كمنهج كلي؛ وهو الذي يعتمد على تجميع الحقائق والمعلومات ثم مقارنتها وتحليلها وتفسيرها للوصول إلى تعميمات مقبولة، واستخدم الباحث المنهج الوصفي مستخدماً منهج المسح، مستهدفاً مسح أساليب الممارسة بالنسبة للإعلاميين المستخدمين للإعلام الجديد. وقد خرجت نتائج البحث بأن: 80% من مجتمع البحث يرون أن لوسائل الإعلام الجديد دوراً في ترويج الشائعات 65% من مجتمع البحث موافقون بشدة على أن مواقع التواصل الاجتماعي بيئة خصبة لنمو الشائعات. 70% من مجتمع البحث موافقون بشدة على أن الإعلام الجديد ساعد في نشر الشائعة حول العالم خلال ساعات، في حين

28% موافقون، وذهب 1% إلى أنهم غير موافقون، وهي نفس النسبة لمن ليس لهم رأي محدد، وغابت نسبة من لا يوافقون بشدة.

تتوافق هذه الدراسة مع دراستنا الحالية بكونها تبحث في دور الاعلام في محاربة الشائعات والحد من تأثيراته السلبية على المجتمع حيث تختلف دراستنا عن دراسة عثمان كونها تركز على دور الاعلام بوسائله المختلفة في محاربة الشائعات بينما ركزت دراسة عثمان على الإعلام الجديد.

دراسة (الشيخ، البدرى، حجاب، 2019)، بعنوان: "جدلية العلاقة بين مشروع قانون الجرائم الإلكترونية والحريات الإعلامية في الأردن" هدفت الدراسة إلى تسليط الضوء على قضية إعلامية حقوقية تمس كل فرد يعمل أو يشارك في قطاع الإعلام في الأردن، إضافة لإظهار مكامن قوة وضعف مشروع قانون الجرائم الإلكترونية من وجهة نظر القائمين على الإعلام، وتوصلت الدراسة إلى أن تزايد قنوات الإعلاميين بأن وسائل الإعلام غير التقليدية ساهمت في إذكاء خطاب العنف وإقصاء الآخر، حيث تصدر الفيس بوك المرتبة الأولى بين وسائل الإعلام التقليدية مثل الصحف والتلفزيون والإذاعة لا تمارس هذا الدور بل تدعو إلى دحض خطاب الكراهية في المواد التي تقوم بنشرها، وأن غالبية الإعلاميين يؤيدون تغليظ العقوبات على من يقوم بترويج خطاب الكراهية في الإعلام أو وسائل التواصل الاجتماعي.

تختلف هذه الدراسة مع دراستنا الحالية بكونها ركزت على قانون الجرائم الإلكترونية والحريات الإعلامية في الأردن بينما تركز دراستنا الحالية على دور الاعلام الأردني في محاربة الشائعات.

دراسة (الربابعة، 2019) بعنوان: "الشائعة وتداعياتها وأخطارها وسبل مواجهتها من جهة نظر الضباط الدارسين في أكاديمية الشرطة الملكية" هدفت الدراسة إلى توضيح مفهوم الشائعة والتعرف

على أسبابها والآثار المترتبة على انتشارها، وسبل مواجهتها من وجهة نظر الضباط الدراسيين في أكاديمية الشرطة الملكية والبالغ عددهم (115) من مختلف وحدات وإدارات الأمن العام في مديرية الأمن العام لعام (2019)، وتم أخذ عينة عشوائية بلغ حجمها (40) مفردة، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها: سهولة إنتاج المعلومات ونشرها والحصول على السبق الصحفي من قبل المواقع الإخبارية وقلة الوازع الديني من الأسباب الرئيسية التي تؤدي إلى انتشار الشائعات، وهناك أثر كبير لانتشار الشائعات يتمثل في إثارة الفتن والصراعات والريبة، وانعدام الثقة والمساس بالأمن الوطني والإساءة للرموز الوطنية، وأوصى الباحث بدراسته بمجموعة من التوصيات أهمها زيادة الرقابة على مواقع التواصل الاجتماعي بكافة أنواعها وبناء قاعدة بيانات تحتوي أسماء منتجين الشائعات ومروجيها لاستفادة منها في مواجهة انتشار الشائعات.

تختلف هذه الدراسة مع دراستنا الحالية من حيث التركيز على محاربة الشائعات وأساليب محاربتها ومجتمع الدراسة بينما تركز دراستنا الحالية على دور الاعلام الأردني في محاربة الشائعات.

دراسة (النعيمات، 2019)، بعنوان: "أثر شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات لدى الشباب الجامعي دراسة تطبيقية على عينة من طلاب الجامعات الأردنية" هدفت الدراسة التعرف إلى أثر بشكات التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات لدى الشباب الجامعي، وقد تكونت عينة الدراسة من (200) طالب وطالبة، وهي دراسة تطبيقية على عينة من طلاب الجامعات الأردنية، ولغرض جمع البيانات تم تطوير استبانة تكونت من مجالين تضمنت (9) فقرات، أسفرت نتائج الدراسة إلى التطبيقات الذكية ومواقع التواصل الاجتماعي ساهمت بشكل كبير في نشر الشائعات والأخبار غير الموثوقة وبالأخص تطبيق واتساب، والافتقار للمعرفة أو القدرة لدى الشباب الجامعي في الحصول على

المعلومة من مصدرها، وضعف الإعلام بكل أنواعه في بيان الآثار السلبية لإشاعة عن الأمن الفكري والاجتماعي والاقتصادي للمملكة.

تختلف هذه الدراسة مع دراستنا الحالية من حيث هدف الدراسة حيث ركزت دراسة النعيمات على دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات بينما تركز دراستنا الحالية على دور الاعلام الأردني في محاربة الشائعات.

دراسة مراد، (2019)، بعنوان: "التضليل الإعلامي في شبكات التواصل الاجتماعي وأثر ذلك على تشكيل الرأي العام"، هدفت الدراسة التعرف إلى ظاهرة التضليل الإعلامي والشائعات المنتشرة عبر منصات التواصل الاجتماعي وانعكاس هذه الظاهرة على تشكيل الرأي العام وسبل معالجته، اعتمد البحث على منهج دراسة الحالة، القائم على طريقة جمع المعلومات بهدف التحليل المعمق للحالة تحليلاً موضوعياً، تم تحديد الحالة (التضليل الإعلامي) وتحديد مشكلة (انتشار التضليل والشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي)، وتم استخلاص عدد من النتائج منها أن ظاهرة التضليل الإعلامي تهدد مصداقية وسائل الإعلام برمتها وأن عدداً كبيراً من وسائل الإعلام العالمية تقع فريسة الأخبار الكاذبة والمبركة، وتوصي الدراسة وسائل الإعلام الوطنية ومؤسسات المجتمع المدني لمكافحة الشائعات وبيان الحقائق للجمهور كما هي.

ركزت دراسة مراد على البحث في انتشار ظاهرة التضليل الإعلامي ومن ضمنها الشائعات عبر منصات التواصل الاجتماعي وانعكاس ذلك على تشكيل الرأي العام الأردني وكيفية الحد من ظاهرة التضليل الإعلامي في وسائل التواصل الاجتماعي في حين جاءت هذه الدراسة لتبحث في توظيف وسائل الاعلام الأردنية في الحد من انتشار الشائعات بأنواعها وأشكالها المختلفة.

ما يميز الدراسة عن الدراسات السابقة:

تتميز هذه الدراسة عن الدراسات السابقة التي تم عرضها بكونها من الدراسات الحديثة التي تبحث في دور الإعلام الأردني في مواجهة الشائعات من وجهة نظر القائمين على الاتصال في الأردن، حيث أن أي من الدراسات السابقة التي تم عرضها لم تتناول موضوع الدراسة الحالي بشكل تفصيلي ومنهجي ومن وجهة نظر الإعلاميين في الأردن، كذلك تتميز الدراسة بمحاولتها استطلاع آراء القائمين بالاتصال في وسائل الإعلام الرسمية الأردنية للوقوف على فاعلية وأساليب تعامل الإعلام مع مشكلة الشائعات كونهم الأقدر على التعامل مع مشكلة الشائعات في ضوء تزايد انتشار الشائعات بشكل كبير في المجتمع الأردني، وقد استفاد الباحث من الدراسات السابقة في عرض الاطار النظري والدراسات السابقة وتصميم أداة الدراسة.

الفصل الثالث

منهجية الدراسة (الطريقة والإجراءات)

تم عرض هذا الفصل من خلال منهجية الدراسة (الطريقة والإجراءات) والتي شملت على (منهج الدراسة، مجتمع الدراسة، عينة الدراسة، أدوات الدراسة، الصدق والثبات، متغيرات الدراسة، إجراءات الدراسة، صعوبات الدراسة)

منهج الدراسة:

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي المسحي، وهي دراسة وصفية ، وذلك في تقديم إطار نظري ومفاهيمي عن الشائعات والاعلام، وذلك اعتماداً على المراجع والدوريات والرسائل والمواقع الإلكترونية التي عالجت مواضيع الدراسة، وسوف تلجأ الدراسة إلى أسلوب الاستبانة في جمع المعلومات والبيانات حول موضوع الدراسة، وتحليلها وفق أسس علمية منهجية للوصول إلى نتائج واقعية عن المشكلة التي تتم دراستها، ويعد هذه المنهج مناسباً للجانب الميداني من هذه الدراسة.

مجتمع الدراسة وعينتها:

تكون مجتمع الدراسة من القائمين في الاتصال في التلفزيون الأردني ووكالة الأنباء الأردنية "بترا"، وصحيفة الرأي الأردنية. من الذين يعملون في جمع الأخبار وتحريرها ونشرها وتم مسح شامل لأفراد مجتمع الدراسة والبالغ (397) ، وكما هو مبين في الجدول التالي:

وسيلة الإعلام	العدد	العينة	النسبة الى مجتمع البحث %
وكالة الأنباء الأردنية بترا	160	32	20.4%
التلفزيون الأردني	85	46	29.3%
صحيفة الرأي الأردنية	152	79	50.3%
المجموع	397	157	100%

أعتمد الباحث في الدراسة العينة (المقصودة) وهي عينة يتم اختيارها بشكل مقصود من قبل الباحث نظراً لتوفير الخصائص في أولئك الأفراد دون غيرهم، وتبرز أهمية العمدية بتحديد الاختيار للوحدات من خلال البحث المسبق لها والذي يعطي الموضوعية والذاتية للوحدات المختارة، حيث تم تكونت عينة الدراسة من الصحفيين العاملين في التلفزيون الأردني، ووكالة الأنباء الأردنية ، صحيفة الرأي وقد بلغت عينة المبحوثين (157) موزعة كما يلي: التلفزيون الأردني 46 مبحوثاً بواقع (29.3%)، من مجتمع البحث الكلي ووكالة الأنباء الأردنية 32 مبحوثاً بواقع (20.4%)، من مجتمع البحث الكلي الصحافة الأردنية 79 مبحوثاً بواقع (50.3%) من مجتمع البحث الكلي

الخصائص العامة لأفراد عينة الدراسة:

جدول (3-1): التوزيع النسبي لأفراد عينة الدراسة (ن=157)

المتغير	فئات المتغير	العدد	النسبة المئوية
العمر	أقل من 30 سنة	47	29.9
	30-35 سنة	40	25.5
	36-40 سنة	27	17.2
	41 سنة فأكثر	43	27.4
الجنس	ذكور	77	49.0
	إناث	80	51.0
المؤهل العلمي	ثانوية عامة	12	7.6
	دبلوم	10	6.4
	بكالوريوس	64	40.8
	دبلوم عالي	13	8.3
	ماجستير	45	28.7
	دكتوراه	13	8.3

45.9	72	5 سنوات فاقل	الخبرة
27.4	43	10-5 سنوات	
10.8	17	11-15 سنة	
15.9	25	16 سنة فاكثر	
4.5	7	رئيس تحرير	المنصب الوظيفي في الموقع الإخباري
3.2	5	سكرتير تحرير	
6.4	10	محرر مسؤول	
15.3	24	محرر	
12.7	20	رئيس قسم	
15.3	24	كاتب صحفي	
16.6	26	مراسل صحفي	
26.1	41	المنصب الإداري	مكان العمل
29.3	46	التلفزيون الأردني	
20.4	32	وكالة الأنباء الأردنية	
50.3	79	الصحافة الأردنية	

تشير بيانات الجدول رقم (3-1) إلى أن أعلى نسبة تمثيل من أفراد الدراسة في العمر اقل من

30 سنة والبالغة (29.9%) ثم جاءت نسبة تمثيل الفئة العمرية 41 سنة فاكثر والبالغة (27.4%)

وإدنى نسبة تمثيل لفئة العمر 36-40 سنة والبالغة (17.2%). ومن حيث الجنس نجد أن النسبة

الأعلى من الإناث والبالغة (51.0%) مقابل (49.0%) للذكور. كما وتشير بيانات الجدول إلى أن

النسب الأعلى من أفراد عينة الدراسة من حملة درجة البكالوريوس والبالغة (40.8%)، ومن ثم حملة

درجة الماجستير بنسبة تمثيل (28.7%).

وفيما يتعلق بالخبرة نجد أن النسبة الأكبر لذوي الخبرة 5 سنوات فاقل والبالغة (45.9%) ثم

جاءت نسبة تمثيل ذوي الخبرة 5-10 سنوات فاكثر والبالغة (27.4%) فيما بلغت ادنى نسبة تمثيل

لذوي الخبرة 11-15 سنة والبالغة (10.8%). أما من حيث المنصب الوظيفي فتشير البيانات إلى أن أعلى نسبة تمثيل كانت للمناصب الإدارية والبالغة (26.1%) وادنى نسبة تمثيل لسكرتير التحرير والبالغة (3.2%). كما وتوضح بيانات الجدول توزيع أفراد الدراسة على مواقع العمل الثلاث فيلاحظ أن نصف أفراد الدراسة من العاملين في الصحف الأردنية وبنسبة بلغت (50.3%)، ثم جاءت نسبة العاملين في التلفزيون الأردني في الدرجة الثانية بنسبة (29.3%)، فيما جاءت نسبة العاملين في وكالة الأنباء الأردنية في الدرجة الثالثة بنسبة (20.4%).

الوسائل الإعلامية مساهمة في نشر الشائعات:

يعرض الجدول التالي أكثر الوسائل الإعلامية مساهمة في نشر الشائعات كما يلي:

جدول (3-2): أكثر الوسائل الإعلامية مساهمة في نشر الشائعات

المتغير	فئات المتغير	العدد	النسبة المئوية
أكثر الوسائل الإعلامية مساهمة في نشر الشائعات	شبكات التواصل الاجتماعي	137	87.3
	المواقع الإلكترونية الأردنية	7	4.5
	محطات التلفزيون المحلية	4	2.5
	وكالات الأنباء العربية	3	1.9
	محطات التلفزيون العربية	4	2.5
	الصحف والمجلات العربية	1	0.6
	الصحف والمجلات الأجنبية	1	0.6

وتشير بيانات الجدول (3-2) إلى أن رأي أفراد الدراسة بأكثر الوسائل الإعلامية نشرًا للشائعات

نلاحظ الغالبية أشاروا إلى وسائل التواصل الاجتماعي بنسبة (87.3%)، ثم في الدرجة الثاني المواقع الإلكترونية الأردنية بنسبة (4.5%).

أداة الدراسة

تم الاعتماد على الاستبانة بشكل رئيسي باعتبارها جهداً علمياً منظماً للحصول على بيانات ومعلومات عن الظاهرة موضوع الدراسة، والتي تم تصميمها لتناسب أغراض الدراسة وأسئلتها لاستطلاع آراء واتجاهات أفراد عينة الدراسة في موضوع الدراسة.

تصحيح أداة الدراسة:

صممت مقياس الدراسة وفق مقياس ليكرت الخماسي والثلاثي، بحيث تأخذ الإجابات على فقرات مقياسي دوافع انتشار الشائعة، ومقياس التدابير والإجراءات الوطنية للحد من انتشار الشائعة ثلاث مستويات وهي (أوافق، محايد، لا أوافق)، وتأخذ الإجابات على مقياسي أسباب انتشار الشائعة ومقياس أثار انتشار الشائعة على المجتمع الأردني ثلاث مستويات أيضاً وهي (أحياناً، نادراً، ابداً) وأعطيت الإجابات الأوزان التالية (3، 2، 1) على التوالي. وبهدف تحديد درجة الموافقة سيتم ما يلي:

استخراج مدى المقياس = $3-1=2$ بقسمة مدى المقياس على (3) وهي عدد المستويات = 0.66 وهو طول الفئة. وتم اعتماد الفئات التالية بناء على متوسطات الإجابات:

1.00-1.66: درجة منخفضة.

1.67-2.33: درجة متوسطة.

2.34-3.00: درجة مرتفعة.

أما مقياس دور الإعلام الأردني في مواجهة الشائعات فتأخذ الإجابات على فقراته خمس مستويات للموافقة وهي (درجة كبيرة جداً، درجة كبيرة، درجة متوسطة، درجة قليلة، بدرجة نادرة) وأعطيت الأوزان (5، 4، 3، 2، 1) على التوالي، وبهدف تحديد درجة الموافقة تم ما يلي:

استخراج مدى المقياس = $5-1=4$ بقسمة مدى المقياس على (3) وهي عدد المستويات =

1.33 وهو طول الفئة. وتم اعتماد الفئات التالية بناء على متوسطات الإجابات:

1.00-2.33: درجة منخفضة.

2.34-3.67: درجة متوسطة.

2.68-5.00: درجة مرتفعة.

الثبات باستخدام معادلة كرونباخ ألفا

لأغراض التحقق من ثبات الاتساق الداخلي لأداة الدراسة (المقاييس)، تم استخدام معادلة

كرونباخ ألفا (α) (Cronbach's)، التي تنص المعادلة على:

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum s_i^2}{s^2} \right]$$

حيث يرمز (k) على أنه عدد مفردات الاختبار

($k-1$) عدد مفردات الاختبار - 1

($\sum s_i^2$) تباين درجات كل مفردة من مفردات الاختبار

(s_i^2) التباين الكلي لمجموع مفردات الاختبار

حيث تراوحت قيم معامل الثبات بين (0.754-0.940)، مما يشير إلى ثبات أداة الدراسة.

جدول (3-3) معاملات كرونباخ ألفا لاختبار أداة الدراسة

المتغير	عدد الفقرات	معامل الثبات
دوافع انتشار الشائعة	12	0.920
أسباب انتشار الشائعة	10	0.830
أثار انتشار الشائعة على المجتمع الأردني	9	0.940
التدابير والإجراءات الوطنية للحد من انتشار الشائعة	4	0.754
دور الإعلام الأردني في مواجهة الشائعات	20	0.899

إجراءات الدراسة:

تم اتباع الدراسة الإجراءات التالية:

إعداد الإطار النظري والدراسات السابقة والعناوين ذات العلاقة بموضوع الدراسة.

- (1) تحديد مجتمع الدراسة.
- (2) تصميم الاستبانة وتحكيمها.
- (3) تطوير أداة الدراسة في ضوء الأهداف الموضوعية وعرضها على أساتذة الإعلام لأخذ الملاحظات عليها وتعديلها وتوزيعها والتأكد من صدقها وثباتها.
- (4) الحصول على موافقة رسمية من التلفزيون الأردني لتوزيع الاستبانة على أفراد عينة الدراسة .
- (5) تحليل البيانات المتجمعة من الاستبانات الرزم الإحصائية SPSS.
- (6) عرض وتحليل نتائج الدراسة الميدانية.
- (7) كتابة النتائج والتوصيات .
- (8) إخراج الدراسة بصورتها النهائية .

الفصل الرابع

نتائج الدراسة

تم تناول هذا الفصل من خلال الاجابة على أسئلتها والتوصل الى النتائج المتوقعة كما يلي:

الإجابة على السؤال الأول: الذي نص على "ما أكثر الشائعات المتداولة في الأردن؟"

جدول (4-1): التوزيع النسبي للشائعات المتداولة من وجهة نظر أفراد الدراسة (ن=157)

الشائعات	نعم		لا		لا اعلم	
	العدد	%	العدد	%	العدد	%
شائعات سياسية	106	67.5	26	16.6	25	15.9
اقتصادية	119	75.8	15	9.6	23	14.6
امنية	91	58.0	37	23.6	29	18.5
عسكرية	40	25.5	67	42.7	50	31.8
اجتماعية	138	87.9	4	2.5	15	9.6
استهداف الشخصيات العامة	109	69.4	17	10.8	31	19.7
إعلامية	125	79.6	13	8.3	19	12.1

تشير بيانات الجدول (4-1) إلى أن النسبة الأعلى من أفراد عينة الدراسة (87.9%) يرون

بأن أكثر الشائعات المتداولة هي الاجتماعية، وفي الدرجة الثانية جاءت الشائعات الإعلامية بنسبة

(79.6%)، يليها الشائعات الاقتصادية بنسبة (75.8%)، وجاءت الشائعات التي تهدف إلى اغتيال

الشخصيات في الدرجة الرابعة بنسبة (69.4%)، أما الشائعات السياسية فجاءت في الدرجة الخامسة

بنسبة إجابات (67.5%).

الإجابة على السؤال الثاني: الذي نص على: "ما أهم الدوافع المحركة لانتشار الشائعات في الأردن؟"

جدول (4-2): قيم الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية على مقياس الدوافع المحركة لانتشار

الشائعات في الأردن (ن=157)

رقم الفقرة	الدافع	الرتبة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
1	إثارة أزمات سياسية	7	1.49	0.68	ضعيفة
2	زعزعة الأمن الوطني	4	1.62	0.74	ضعيفة
3	إثارة الرأي العام	12	1.20	0.46	ضعيفة
4	أهداف تخريبية	9	1.45	0.72	ضعيفة
5	اغتيال الشخصيات العامة	1	1.82	0.84	متوسطة
6	إساءة العلاقة مع دول الجوار	3	1.75	0.79	متوسطة
7	إضعاف معنويات الأفراد	11	1.35	0.65	ضعيفة
8	خلق أزمات داخلية في البلاد	10	1.45	0.72	ضعيفة
9	إضعاف المركز الدولي للأردن	2	1.79	0.78	متوسطة
10	التأثير على الوحدة الوطنية	6	1.52	0.74	ضعيفة
11	خلق أزمات اقتصادية وطنية	5	1.54	0.73	ضعيفة
12	خلق رأي عام سياسي تجاه القضايا الوطنية	8	1.47	0.69	ضعيفة
	الدرجة الكلية	---	1.54	0.52	متوسطة

يلاحظ من جدول (4-2) وجود درجة متوسطة من الموافقة على الدوافع المحركة لانتشار

الشائعات في الأردن بشكل عام بمتوسط إجابات (1.54) وانحراف معياري (0.52)، وعلى مستوى

الدوافع نلاحظ أن ثلاث دوافع جاءت بدرجة متوسطة، و(9) دوافع جاءت بدرجة منخفضة. وكانت

أعلى درجات الموافقة على الدافع رقم (5) والمتعلق باغتيال الشخصيات العامة بمتوسط حسابي

(1.82) وانحراف معياري (0.84) وبدرجة متوسطة. وفي الدرجة الثانية جاء الدافع رقم (9) والمتعلق

اضعاف المركز الدولي للأردن بمتوسط حسابي (1.79) وانحراف معياري (0.78) وبدرجة متوسطة، يليه الدافع رقم (6) بمتوسط (1.75) وانحراف معياري (0.79) والمتعلق بإساءة العلاقة مع دول الجوار. فيما كان اقل الدوافع هو الدافع رقم (3) والمتعلق بإثارة الرأي العام بمتوسط إجابات (1.20) وانحراف معياري (0.46) وبدرجة ضعيفة.

الإجابة على السؤال الثالث: الذي نص على: ما أهم أسباب انتشار الشائعة في الأردن؟

جدول (4-3): قيم الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية على مقياس أسباب انتشار الشائعة في الأردن (ن=157)

رقم الفقرة	الفقرة	الرتبة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
1	سهولة التأثير بما ينشر من شائعات فيعاد نشرها.	9	1.34	0.51	ضعيفة
2	صعوبة التحري عن مروجي الشائعات.	1	1.66	0.67	ضعيفة
3	عدم وجود قوانين ملزمة تردع مروجي الشائعات.	2	1.62	0.71	ضعيفة
4	غياب الوعي الوطني بخطورة الشائعات.	6	1.50	0.61	ضعيفة
5	غياب الشفافية وتأخر التصريحات الرسمية.	4	1.59	0.65	ضعيفة
6	ضعف الوازع الديني لدى مروجي الشائعات.	5	1.54	0.67	ضعيفة
7	سهولة استخدام الإنترنت في تحريف المعلومات وإعادة نشرها.	10	1.29	0.48	ضعيفة
8	الحصول على السبق الصحفي من قبل المواقع الإخبارية.	8	1.39	0.57	ضعيفة
9	صعوبة إخضاع شبكات التواصل الاجتماعي للرقابة الرسمية والمجتمعية.	7	1.48	0.67	ضعيفة
10	إنشاء مواقع مزورة بأسماء جهات غير رسمية.	3	1.61	0.69	ضعيفة
	الدرجة الكلية	---	1.50	0.39	ضعيفة

يلاحظ من جدول (4-3) وجود درجة ضعيفة من الموافقة على أسباب انتشار الشائعات في

الأردن بشكل عام بمتوسط إجابات (1.50) وانحراف معياري (0.39)، وعلى مستوى الأسباب نلاحظ

أن جميعها جاءت بدرجة ضعيفة، وكانت أعلى الدرجات على رقم (2) والمتعلق بصعوبة التحري عن مروجي الشائعات بمتوسط حسابي (1.66) وانحراف معياري (0.67). وفي الدرجة الثانية جاء رقم (3) والمتعلق بعدم وجود قوانين ملزمة تردع مروجي الشائعات بمتوسط حسابي (1.62) وانحراف معياري (0.71) وبدرجة متوسطة، يليه رقم (10) بمتوسط (1.61) وانحراف معياري (0.69) والمتعلق بإنشاء مواقع مزورة بأسماء جهات غير رسمية. فيما كان أقل الأسباب رقم (7) والمتعلق بسهولة استخدام الإنترنت في تحريف المعلومات وإعادة نشرها بمتوسط إجابات (1.29) وانحراف معياري (0.48).

الإجابة على السؤال الرابع: الذي نص على: ما طبيعة التدابير والإجراءات الوطنية للحد من انتشار الشائعة في الأردن؟

جدول (4-4): قيم الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية على مقياس التدابير والإجراءات الوطنية للحد من انتشار الشائعات (ن=157)

رقم الفقرة	الفقرة	الرتبة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
1	التشريعات النازمة لمحاربة الشائعات في الأردن.	1	2.71	0.58	مرتفعة
2	إنشاء مراكز متخصصة لمحاربة الشائعات.	4	2.38	0.74	مرتفعة
3	التوعية الإعلامية عبر مختلف وسائل الإعلام	3	2.50	0.67	مرتفعة
4	المؤتمرات الوطنية المتخصصة بمحاربة انتشار الشائعات.	2	2.69	0.58	مرتفعة
	الدرجة الكلية	---	2.57	0.49	مرتفعة

يلاحظ من جدول (4-4) وجود درجة مرتفعة من الموافقة على بيز والإجراءات الوطنية للحد

من انتشار الشائعات بشكل عام بمتوسط إجابات (2.57) وانحراف معياري (0.49)، وعلى مستوى

التدابير والإجراءات نلاحظ أن جميعها جاءت بدرجة مرتفعة، وكانت أعلى الدرجات على رقم (1) والمتعلق بالتشريعات النازمة لمحاربة الشائعات في الأردن بمتوسط حسابي (2.71) وانحراف معياري (0.58). وفي الدرجة الثانية جاء رقم (4) والمتعلق بالمؤتمرات الوطنية المتخصصة بمحاربة انتشار الشائعات بمتوسط حسابي (2.69) وانحراف معياري (0.58)، يليه رقم (3) بمتوسط (2.50) وانحراف معياري (0.67) والمتعلق بالتوعية الإعلامية عبر مختلف وسائل الإعلام. فيما كان أدناها رقم (2) والمتعلق بإنشاء مراكز متخصصة لمحاربة الشائعات بمتوسط إجابات (2.38) وانحراف معياري (0.74).

الإجابة على السؤال الخامس: الذي نص على: ما دور الإعلام الأردني في مواجهة الشائعة في الأردن؟

جدول (4-5): قيم الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية على مقياس دور الإعلام الأردني في مواجهة الشائعات (ن=157)

رقم الفقرة	الفقرة	الرتبة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
1.	تسهم المعلومات الدقيقة التي تقدمها وسائل الإعلام في محاربة الشائعات.	1	3.97	0.95	مرتفعة
2.	أن الحكومات الأردنية جادة في محاربة الشائعات.	5	3.59	1.20	متوسطة
3.	تضع الحكومات الأردنية قيود تحد من قدرة وسائل الإعلام على محاربة الشائعات.	6	3.53	1.21	متوسطة
4.	تقوم وسائل الإعلام بكشف الحقائق حول مواضيع الشائعات.	12	3.43	1.31	متوسطة
5.	تسهم مصداقية وسائل الإعلام في محاربة الشائعات.	9	3.50	1.19	متوسطة
6.	تسهم ثقة الرأي العام الأردنية بوسائل الإعلام في محاربة الشائعات.	2	3.76	1.13	مرتفعة

7.	تعمل وسائل الإعلام الأردنية في البحث عن مصادر الشائعات.	8	3.51	1.20	متوسطة
8.	تسهم وسائل الإعلام في بيان دوافع ناشري الشائعات.	7	3.52	1.19	متوسطة
9.	يقدم التلفزيون الأردني معلومات موضوعية عن موضوع الشائعات.	4	3.59	1.18	متوسطة
10.	تسهم التحقيقات التلفزيونية في بيان طبيعة الشائعات.	10	3.46	1.21	متوسطة
11.	تعزز وسائل الإعلام من قدرة أجهزة الدولة على محاربة الشائعات.	3	3.69	1.11	مرتفعة
12.	يستضيف التلفزيون خبراء في مجال الشائعات للحد من تأثيراتها على المجتمع الأردني.	11	3.44	1.19	متوسطة
13.	يقدم التلفزيون الأردني التقارير التي يصدرها (مرصد أكيد لمصادقية الإعلام الأردني).	17	3.06	1.34	متوسطة
14.	تعمل وكالة الأنباء الأردنية على نشر معلومات دقيقة عن موضوع الشائعات.	16	3.15	1.35	متوسطة
15.	يقدم مراسلو وكالة الأنباء الأردنية تقارير مفصلة عن موضوع الشائعات.	14	3.17	1.32	متوسطة
16.	تقوم الإعلام الأردني ببيان أخطار انتشار الشائعات في الأردن.	13	3.42	1.35	متوسطة
17.	يقوم الإعلام بالرد السريع والمعالجة الموضوعية لموضوع الشائعات.	15	3.15	1.40	متوسطة
18.	يعمل الإعلام على فضح مصادر الشائعات.	19	2.92	1.44	متوسطة
19.	تسهم الصحف اليومية في توعية المجتمع بموضوع الشائعات.	20	2.91	1.45	متوسطة
20.	تقوم الصحف بعمل تحقيقات حول موضوع الشائعات.	18	2.96	1.42	متوسطة
	الدرجة الكلية	---	3.39	0.76	متوسطة

يلاحظ من جدول (4-5) وجود درجة متوسطة من الموافقة على دور الإعلام الأردني في مواجهة

الشائعات بشكل عام بمتوسط إجابات (3.39) وانحراف معياري (0.76)، وعلى مستوى فقرات المقياس نلاحظ أن ثلاث منها جاءت بدرجة مرتفعة و(17) فقرة بدرجة موافقة متوسطة، وكانت أعلى درجات الموافقة على رقم (1) والتي تنص على "تسهم المعلومات الدقيقة التي تقدمها وسائل الإعلام في محاربة الشائعات" بمتوسط حسابي (3.97) وانحراف معياري (0.95). وفي الدرجة الثانية جاءت الفقرة رقم (6) والتي تنص على "تسهم ثقة الرأي العام الأردنية بوسائل الإعلام في محاربة الشائعات" بمتوسط حسابي (3.76) وانحراف معياري (1.13)، يليها الفقرة رقم (11) والتي تنص على "تعزز وسائل الإعلام من قدرة أجهزة الدولة على محاربة الشائعات" بمتوسط (3.69) وانحراف معياري (1.11). فيما كانت ادنى درجات الموافقة على الفقرة رقم (19) والتي تنص على "تسهم الصحف اليومية في توعية المجتمع بموضوع الشائعات" بمتوسط إجابات (2.91) وانحراف معياري (1.45). مما يشير الى ضعف دور وسائل الإعلام الأردنية التي تم بحثها في الحد من تأثير الشائعات في المجتمع الأردني حيث يظهر ضعف الاعلام من خلال عدم انتشار رد سريع على الشائعات وكشف مصادرها وعدم قيام الصحف الأردنية بعمل تحقيقات صحفية عن موضوع الشائعات وضعف دور التلفزيون الأردني في التعامل مع أخطار الشائعات بشكل كبير ومستمر.

الإجابة على السؤال السادس: الذي نص على: "هل توجد فروق في دور الإعلام الأردني في مواجهة الشائعات تبعاً للمتغيرات الشخصية والوظيفية؟"
جدول (4-6): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لدور الإعلام الأردني في مواجهة الشائعات تبعاً للمتغيرات الشخصية والوظيفية

المتغير	فئة المتغير	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
العمر	أقل من 30 سنة	3.50	0.69
	من 30 – 35 سنة	3.33	0.81
	من 36 – 40 سنة	3.71	0.65
	41 سنة فأكثر	3.11	0.76

الجنس	ذكر	3.49	0.78
	أنثى	3.28	0.72
المؤهل العلمي	ثانوية عامة	3.57	0.79
	دبلوم	3.41	0.90
	بكالوريوس	3.46	0.63
	دبلوم عالي	3.32	0.85
	ماجستير	3.29	0.84
	دكتوراه	3.22	0.87
	5 سنوات فأقل	3.29	0.71
	من 5-10 سنوات	3.55	0.75
سنوات العمل	من 11-15 سنة	3.50	0.81
	أكثر من 16 سنة	3.31	0.85
المنصب الوظيفي	رئيس تحرير	3.67	0.74
	سكرتير تحرير	3.58	0.68
	محرر مسؤول	3.42	0.77
	محرر	3.70	0.57
	رئيس قسم	3.29	0.91
	كاتب صحفي	3.42	0.86
	مراسل صحفي	3.39	0.78
	المنصب الإداري	3.15	0.66
	التلفزيون الأردني	3.66	0.74
	وكالة الأنباء الأردنية	3.34	0.71
مكان العمل	الصحافة الأردنية	3.24	0.76

يلاحظ من بيانات الجدول (4-6) وجود فروق ظاهرية في دور الإعلام الأردني في مواجهة الشائعات تعزى للاختلاف في المتغيرات الشخصية والوظيفية، واختبار دلالة الفروق تم استخدام تحليل التباين السداسي:

جدول (4-7): نتائج تحليل التباين لاختبار الفروق في دور الإعلام الأردني في مواجهة الشائعات تبعاً للمتغيرات الشخصية والوظيفية

المتغير المستقل	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف) المحسوبة	الدلالة الإحصائية
العمر	4.884	3	1.628	3.245	*0.024
الجنس	3.280	1	3.280	6.538	*0.012
المؤهل العلمي	0.933	5	0.187	0.372	0.867
سنوات العمل	2.071	3	0.690	1.376	0.253
مكان العمل	4.124	2	2.062	4.111	*0.018
المنصب الوظيفي	3.117	7	0.445	0.888	0.518
الكلية	1889.793	157			

* الفروق ذات دلالة احصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$)

يتضح من جدول (4-7) وجود فروق دالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) في دور الإعلام الأردني في مواجهة الشائعات تبعاً للمتغيرات الشخصية والوظيفية تُعزى للاختلاف في (العمر، الجنس، مكان العمل)، حيث بلغت قيم (ف) المحسوبة لها (3.245، 6.538، 4.111) على التوالي وبدلالات إحصائية (0.024، 0.012، 0.018)، وبحسب الجنس نجد من بيانات الجدول (7) أنها لصالح الذكور بمتوسط (3.49) مقابل متوسط (3.28) للإناث. فيما تشير نتائج تحليل التباين إلى عدم وجود فروق دالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) في دور الإعلام الأردني في مواجهة الشائعات تبعاً للمتغيرات الشخصية والوظيفية تُعزى للاختلاف في (المؤهل العلمي، سنوات العمل، المنصب الوظيفي)، حيث بلغت قيم (ف) المحسوبة لها (0.372، 1.376، 0.888) وبدلالات إحصائية (0.867، 0.253، 0.518). ولاختبار دلالة الفروق في دور الإعلام الأردني في مواجهة الشائعات تبعاً للمتغيرات الشخصية والوظيفية بين مستويات المتغيرات المستقلة (العمر، مكان العمل) تم إجراء اختبار شيفيه للاختبارات البعدية:

جدول (4-8): نتائج اختبار شيفيه للاختبارات البعدية لاختبار الفروق في دور الإعلام الأردني في مواجهة الشائعات تبعاً لمتغير العمر

العمر (أ)	العمر (ب)	متوسط الاختلاف	الدلالة الإحصائية
أقل من 30 سنة	من 30 – 35 سنة	0.1689	0.746
	من 36 – 40 سنة	-0.2122	0.674
	41 سنة فأكثر	0.3873	0.087
من 30 – 35 سنة	أقل من 30 سنة	-0.1689	0.746
	من 36 – 40 سنة	-0.3811	0.203
	41 سنة فأكثر	0.2184	0.580
من 36 – 40 سنة	أقل من 30 سنة	0.2122	0.674
	من 30 – 35 سنة	0.3811	0.203
	41 سنة فأكثر	0.5995*	0.010*
41 سنة فأكثر	أقل من 30 سنة	-0.3873	0.087
	من 30 – 35 سنة	-0.2184	0.580
	من 36 – 40 سنة	-0.5995*	0.010*

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

يلاحظ من نتائج اختبار شيفيه وجود فروق دالة إحصائية في دور الإعلام الأردني في مواجهة الشائعات بين فئتي العمر 41 سنة فأكثر والفئة 36-40 سنة ولصالح الفئة 36-40 سنة.

جدول (4-9): نتائج اختبار شيفيه للاختبارات البعدية لاختبار الفروق في دور الإعلام الأردني في مواجهة الشائعات تبعاً لمتغير مكان العمل

مكان العمل (أ)	مكان العمل (ب)	متوسط الاختلاف	الدلالة الإحصائية
التلفزيون الأردني	وكالة الأنباء الأردنية	0.3160	0.157
	الصحافة الأردنية	0.4155*	0.008*
وكالة الأنباء الأردنية	التلفزيون الأردني	-0.3160	0.157
	الصحافة الأردنية	0.0994	0.799
الصحافة الأردنية	التلفزيون الأردني	-0.4155*	0.008*
	وكالة الأنباء الأردنية	-0.0994	0.799

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

يلاحظ من نتائج اختبار شيفيه وجود فروق دالة إحصائياً في دور الإعلام الأردني في مواجهة الشائعات بين العاملين في التلفزيون الأردني والعاملين في الصحافة الأردنية ولصالح العاملين في التلفزيون الأردني.

الفصل الخامس

عرض النتائج والتوصيات

النتائج:

خلصت الدراسة إلى النتائج التالية:

- بينت الدراسة أن النسبة الأعلى من أفراد عينة الدراسة من الصحفيين المبحوثين وبنسبة (87.9%) يعتقدوا بأن أكثر الشائعات المتداولة هي الاجتماعية، وفي الدرجة الثانية جاءت الشائعات الإعلامية بنسبة (79.6%)، يليها الشائعات الاقتصادية بنسبة (75.8%)، وجاءت الشائعات التي تهدف إلى اغتيال الشخصيات في الدرجة الرابعة بنسبة إجابات (69.4%)، أما الشائعات السياسية فجاءت في الدرجة الخامسة بنسبة إجابات (67.5%)، ويؤكد ذلك ما توصلت إليه دراسة (الدليمي، 2018) وظهر من خلال الدراسة أن درجة ادراك الصحفيين للأخبار المفبركة من حيث المفهوم والأهداف والأخطار قد حصلت على درجات مرتفعة، وإن هذه النتائج تشير إلى أن الشائعات بمجملها ركزت على المجالين الاجتماعي والإعلامي وذلك كون الفترة التي طبقت بها الدراسة المسحية كانت فترة مكافحة انتشار فيروس كورونا المستجد وإجراءات الحظر الاجتماعي والعزل الصحي وسياسة الإجراءات الرسمية التي صدرت بأوامر الدفاع التي خصصت لنجاح خطة خلية الأزمة ، ودراسة (الشيخ، البدري، حجاب، 2019)، أن تزايد قنوات الإعلاميين بأن وسائل الإعلام غير التقليدية ساهمت في إذكاء خطاب العنف وإقصاء الآخر، حيث تصدر الفيسبوك المرتبة الأولى بين وسائل الإعلام التقليدية مثل الصحف والتلفزيون والإذاعة ، ودراسة (الرابعة، 2019) سهولة إنتاج المعلومات ونشرها والحصول على السبق الصحفي من قبل المواقع الإخبارية وقلة الوازع الديني من الأسباب الرئيسية التي تؤدي إلى انتشار الشائعات.

- أشارت نتائج التحليل إلى وجود درجة متوسطة من الموافقة على الدوافع المحركة لانتشار الشائعات في

الأردن كانت تتعلق باغتيال الشخصيات العامة ومن ثم إضعاف المركز الدولي للأردن ومن ثم الإساءة للعلاقات مع دول الجوار. فيما كان اقل الدوافع هي الدافع المتعلق بإثارة الرأي العام، مما يشير إلى أن الدافع الرئيسي لانتشار الشائعات هو مهاجمة الشخصيات العامة السياسية والاقتصادية والاجتماعية ودورها الوطني مما يشير إلى أن للشائعات هدف رئيسي يرتبط بزعزعة الاستقرار السياسي، ويؤكد ذلك الدافع الثاني للشائعات المتعلق بمهاجمة الموقع مواقف المملكة الخارجية ومكانتها في النظام الدولي وعلاقات الأردن مع دول الجوار، وهذا يؤكد أن دوافع الشائعات الرئيسية الفتنة ونشر الفوضى في الأردن.

- بينت الدراسة وجود درجة ضعيفة من الموافقة لدى أفراد عينة الدراسة حول أسباب انتشار الشائعات في الأردن، والمتعلق بصعوبة التحري عن مروجي الشائعات، ومن ثم عدم وجود قوانين ملزمة تردع مروجي الشائعات، والمتعلق بإنشاء مواقع مزورة بأسماء جهات غير رسمية، فيما كان اقل الأسباب المتعلقة بانتشار الشائعات ترتبط بسهولة استخدام الإنترنت في تحريف المعلومات وإعادة نشرها، مما يشير إلى أن أهم أسباب انتشار الشائعات بالشكل الحالي من وجهة نظر الإعلاميين في وكالة الأنباء الأردنية وصحيفة الرأي والتلفزيون الأردني تتعلق النواحي الفنية المتعلقة بالوصول إلى مطلقي الشائعات ومروجيها سواء من داخل المملكة أو خارجها، بالإضافة إلى ضعف القوانين والأنظمة التي تضع العقوبات الرادعة لمطلقي الشائعات، وصعوبة متابعة وملاحقة الأشخاص الذين يقوموا بتصميم مواقع الإلكترونية ونشر الشائعات التي تهدد الأمن الوطني الأردني، وهذا يتفق دراسة لياجون وزهاووانج واكسي (Laijun, Zhao, Wang, Qui, and Xie, 2014)، التي أشارت إلى وجود عقبات خطيرة تسهم بشكل سلبي في عملية تنفيذ ودحض الشائعات بمواقع التواصل الاجتماعي، وما توصلت اليهم دراسة (السبيعي، 2016) والتي أشارت إلى أن أفراد مجتمع الدراسة موافقون على

المعوقات التي تواجه الإعلام الأمني في التصدي للشائعات، وأبرز هذه المعوقات (انخفاض الوعي بين أفراد المجتمع، عدم وجود حساب تفاعلي على شبكة الإنترنت).

- بينت الدراسة وجود درجة مرتفعة من الموافقة لدى القائمين على الإعلام الأردني على الإجراءات الوطنية للحد من انتشار الشائعات في الأردن، والتي تتمثل بالتشريعات النازمة لمحاربة الشائعات في الأردن، وعقد المؤتمرات الوطنية المتخصصة لمحاربة انتشار الشائعة، ومن ثم التوعية الإعلامية عبر مختلف وسائل الإعلام. فيما كان أضعف الإجراءات يتعلق بإنشاء مراكز متخصصة لمحاربة الشائعة، وذلك في ضوء اهتمام العاملين في مجال الإعلام بمحاربة الشائعات والحد من انتشارها وتوضيح أخطارها للرأي العام الأردني. وهذا يتفق مع ما توصلت إليه دراسة (السبيعي، 2016) والتي أشارت إلى أن أفراد مجتمع الدراسة موافقون بشدة على الأساليب المناسبة التي يستخدمها الإعلام الأمني للتصدي للشائعات، وأبرز هذه الأساليب (الرقابة على شبكة الإنترنت لاعتماد أصحاب الفكر المتطرف عليها، إصدار نشرات تهتم بتوعية الأفراد وتحذيرهم من نشر الشائعات).

- بينت الدراسة وجود درجة متوسطة من الموافقة على دور الإعلام الأردني في مواجهة الشائعات بشكل عام بمتوسط إجابات بلغت (3.39)، وعلى مستوى فقرات المقياس نلاحظ أن ثلاث منها جاءت بدرجة مرتفعة و(17) فقرة بدرجة موافقة متوسطة، وكانت أعلى درجات الموافقة الفقرة التي تشير إلى ان المعلومات الدقيقة التي تقدمها وسائل الإعلام تعمل على محاربة الشائعات، فيما تسهم ثقة الرأي العام الأردنية بوسائل الإعلام في زيادة القدرة على محاربة الشائعات، فيما تقوم وسائل الإعلام المختلفة الإلكترونية والتقليدية من قدرة أجهزة الدولة على محاربة الشائعات، فيما كانت أدنى درجات الموافقة حول مساهمة الصحف اليومية في توعية المجتمع بموضوع الشائعة ، وهذا يتفق مع ما توصلت إليه دراسة كيرنر (Kynar: 2016) والتي أشارت إلى أن الشائعات تجد أرضية خصبة في وسائل التواصل الاجتماعي خلال الأحداث والأزمات، وهذا يتفق مع ما توصلت إليه دراسة جيناوي

ومارينا (Gennady, Marina, 2017) والتي أشارت إلى أن وسائل الإعلام تحاول تحقيق وظيفة نشر الشائعات، من خلال أسلوب الإثارة الزائفة والكذب بدلاً من التعرض للحقائق والحجج الموضوعية، ودراسة (عثمان، 2019) أن لوسائل الإعلام الجديدة دوراً في ترويج الشائعات، أن الإعلام الجديد ساعد في نشر الشائعة حول العالم خلال ساعات، دراسة (النعيمات، 2019)، أسفرت نتائج الدراسة إلى التطبيقات الذكية ومواقع التواصل الاجتماعي ساهمت بشكل كبير في نشر الشائعات والأخبار غير الموثوقة وبالأخص تطبيق واتساب، والافتقار للمعرفة أو القدرة لدى الشباب الجامعي في الحصول على المعلومة من مصدرها، وضعف الإعلام بكل أنواعه في بيان الآثار السلبية لإشاعة عن الأمن الفكري والاجتماعي والاقتصادي للمملكة، ودراسة مراد، (2019)، أن ظاهرة التضليل الإعلامي تهدد مصداقية وسائل الإعلام برمتها وأن عدداً كبيراً من وسائل الإعلام العالمية تقع فريسة الأخبار الكاذبة والمبركة.

- تشير نتائج التحليل إلى وجود فروق ظاهرية في دور الإعلام الأردني في مواجهة الشائعات تعزى للاختلاف في المتغيرات الشخصية والوظيفية، وتبين وجود فروق دالة إحصائية في دور الإعلام الأردني في مواجهة الشائعات تبعاً للمتغيرات الشخصية والوظيفية تُعزى للاختلاف في (العمر، الجنس، مكان العمل)، وكانت الفروق لصالح الذكور .

- تشير نتائج تحليل التباين إلى عدم وجود فروق دالة إحصائية في دور الإعلام الأردني في مواجهة الشائعات تبعاً للمتغيرات الشخصية والوظيفية تُعزى للاختلاف في (المؤهل العلمي، سنوات العمل، المنصب الوظيفي)، ولاختبار دلالة الفروق في دور الإعلام الأردني في مواجهة الشائعات تبعاً للمتغيرات الشخصية والوظيفية بين مستويات المتغيرات المستقلة (العمر، مكان العمل) وبينت وجود فروق دالة إحصائية في دور الإعلام الأردني في مواجهة الشائعات بين فئتي العمر 41 سنة فأكثر والفئة 36-40 سنة ولصالح الفئة 36-40 سنة، ويلاحظ من نتائج اختبار شيفيه وجود فروق دالة

إحصائيا في دور الإعلام الأردني في مواجهة الشائعات بين العاملين في التلفزيون الأردني والعاملين في الصحافة الأردنية ولصالح العاملين في التلفزيون الأردني .

التوصيات :

في ضوء نتائج الدراسة فأنها توصي بما يلي :

- العمل على تفعيل دور وسائل الإعلام الأردنية الرسمية في محاربة الشائعات من خلال القيام ببرامج حوارية موسعة حول موضوع كل شائعة والعمل على تنفيذها بشفافية من خلال مختصين في مجال الإعلام.
- قيام وسائل الإعلام بعقد دورات تدريبية للإعلاميين في مختلف وسائل الإعلام للتعامل مع الشائعات والرد عليها بشكل سريع وموضوعي يكون مقنع للمتلقي.
- قيام وسائل الإعلام بمتابعة الشائعات التي تنتشر في المجتمع الأردني والرد عليها بشكل سريع وتوضيح لكافة دوافعها وأسباب نشرها .
- العمل على تعزيز ثقة المشاهدين في المجتمع الأردني بالقنوات التلفزيونية ووكالة الأنباء الأردنية لأن الثقة بين وسائل الإعلام والمتلقي تشكل عامل رئيسي في زيادة القدرة على محاربة الشائعات في الأردن.
- إتاحة المعلومات العامة للمواطنين من خلال ضمان الحق بالمعلومات، وإعادة تأسيس هذا الحق على الممارسات الجيدة في سرعة الاستجابة الرسمية، وملء الفراغ المعلوماتي، والمبادرة في تقديم المعلومات وإيجاد منافذ للمعلومات العامة.
- العمل على تنظيم ميثاق شرف للإعلاميين العاملين في مختلف وسائل الإعلام الأردنية يلزم الصحفيين بالتعاون مع الأجهزة الحكومية لمحاربة الشائعات في الأردن .

المراجع والمصادر:

المراجع باللغة العربية:

- ابن منظور، أبو الفضل جمال الدين محمد بن مكرم (1994). لسان العرب. (تصحيح أمين عبد الوهاب، محمد الصادق العبيدي). بيروت، دار صادر.
- أبو النصر، سامية (2010). الإعلام والعمليات النفسية في ظل الحروب المعاصرة وإستراتيجية المواجهة، القاهرة: دار النشر للجامعات.
- الأسود، صادق (1986). علم الاجتماع السياسي: أسسه وأبعاده، بغداد، جامعة بغداد.
- البرت، جولدون وبوستان، ليو (1964) سيكولوجية الشائعة ، القاهرة: دار المعارف.
- بن ربيق، عبد الله (2015). محددات الشائعة في السلم والحرب شرعاً ونظاماً. الجيزة: مركز الدراسات العربية.
- البياتي، ياس (1991). دراسات معاصرة في العالم والدعاية، بغداد: دار الحكمة للطباعة.
- جابر، عبد الرحمن ابو بكر (1983). الشائعات في الميدان الاعلامي وموقف الاسلام منها، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الامام بن سعود الاسلامية، كلية الاعلام.
- حجاب، محمد منير (2010). نظريات الاتصال. القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.
- حسام الدين، محمد (2003). المسؤولية الاجتماعية للصحافة، ط1، القاهرة: الدار المصرية للطباعة.
- حسن، علاء احمد (2012). مدى توافق المسؤولية الاجتماعية وأبعاد التوجه الاستراتيجي دراسة تحليلية مقارنة لشركتي الحكماء ونيوى للصناعات الدوائية، جامعة تكريت، مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية، 8 (24)، 9-40.

- حسن، لؤي مجيد (2016). الشائعات وسقوط مدينة الموصل "دراسة في انواع الشائعات التي رافقت سقوط المدينة والاجراءات الحكومية لدحضها"، مجلة آداب المستنصرية، العدد 73.
- خبرني (2020). نقلا عن الرابط [/https://www.khaberni.com](https://www.khaberni.com)
- الدستور (2020). نقلا عن الرابط [/https://www.addustour.com](https://www.addustour.com)
- الدليمي، عبد الرزاق (2018). إشكاليات الأخبار المفبركة وتأثيرها في تشكيل الرأي العام، الجزيرة نت
نقلا عن الرابط: www.aljazeera.net
- الدليمي، عبد الرزاق محمد (2011)، المدخل الى وسائل الاعلام والاتصال، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان.
- الرازي، الإمام محمد بن أبي بكر عبد القادر (1976). مختار الصحاح. القاهرة: دار الحديث.
- الرابعة، خالد (2019). الشائعة وتداعياتها وأخطارها وسبل مواجهتها من جهة نظر الضباط الدراسين في أكاديمية الشرطة الملكية، المؤتمر الدولي الأول بعنوان "فتبينوا الشائعة وتداعياتها على المجتمع"، الثلاثاء 2019/4/23، مديري الأمن العام وجامعة الشرق الأوسط.
- رجب، ايمان (2011). الشائعة وتأثيرها في المجتمع "دراسة ميدانية لمدينة الوصل"، مجلة آداب الرافدين، العدد 60.
- رحيم، علي عبد الفتاح (2016). توظيف الشائعات في نشرات الاخبار التليفزيونية "دراسة تحليلية لنشرات الاخبار قناتي التغيير والعربية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة بغداد.
- الزعبي، أشرف فالح يوسف (2001). الدور الاتصالي للمخرج في العمل الدرامي التلفزيوني. عمان: دار الحامد.

- السبيعي، عبد الله (2016)، دور الإعلام الأمني في التصدي للشائعات، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، كلية العلوم الاجتماعية والإدارية، قسم الإعلام.
- سليمان، محمد رضا أحمد (2016). دور وسائل الإعلام الجديد في مواجهة للتأثيرات السلبية للشائعات المرتبطة بالإرهاب على المجتمع السعودي باستخدام استراتيجية المنصات المتعددة: دراسة تحليلية وميدانية مع تصور مقترح، مجلة دراسات الطفولة، الجامعة الإسلامية، المدينة المنورة، 19 (70)، 45-57.
- سميسم، حميدة (2004). الحرب النفسية، القاهرة: الدار الثقافية للنشر.
- شومان، محمد (2006) دور الإعلام في تكوين الرأي العام، حرب الخليج نموذجاً. القاهرة: المنتدى العربي للدراسات والنشر
- الشيخ، حنان، البدري، هاني، حجاب، عزت (2019). جلية العلاقة بين مشروع قانون الجرائم الإلكترونية والحريات الاعلامية في الأردن، المؤتمر الدولي الأول بعنوان "فتبينوا الشائعة وتداعياتها على المجتمع"، الثلاثاء 2019/4/23، مديرية الأمن العام وجامعة الشرق الأوسط.
- صالح، سليمان (2014). أخلاقيات الإعلام. عمان: مكتبة حنين.
- عبد العزيز، عزة (2006): مصداقية الإعلام العربي، ط1، القاهرة: دار العربي للنشر.
- عبد صافي، مرشد (2017) الإعلام الإذاعي والتلفزيوني. عمان: الجنادرية للنشر والتوزيع.
- عثمان، نصر الدين عبد القادر (2019). دور الاعلام الجديد في الترويج للشائعات وآليات التصدي لها دراسة ميدانية على أساتذة الإعلام والاعلاميين، جامعة عجمان.

- فرج، منى (2007) دور القنوات التلفزيونية الاقليمية والقيادات المحلية في ترتيب أولويات القضايا المحلية لدى الجمهور. أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة بغداد، العراق.
- قناة المملكة (2020). نقلا عن الرابط [/https://www.almamlakatv.com](https://www.almamlakatv.com)
- كحيل، عبد الوهاب (1986). الحرب النفسية ضد الإسلام. القاهرة: مكتبة القدس.
- المدينة نيوز (2014). نقلا عن الرابط [/https://www.almadenahnews.com](https://www.almadenahnews.com)
- مراد، كامل خورشيد (2019). التضليل الإعلامي في شبكات التواصل الاجتماعي وأثر ذلك على تشكيل الرأي العام. المؤتمر الدولي الأول بعنوان "فتبينوا الشائعة وتداعياتها على المجتمع"، الثلاثاء 2019/4/23، مديرية الأمن العام وجامعة الشرق الأوسط
- مرصد مصداقية الإعلام الأردني (أكيد)، (2019)، نقلا عن الرابط: [/https://akeed.jo/ar](https://akeed.jo/ar)
- مرصد مصداقية الإعلام الأردني (أكيد)، (2020)، نقلا عن الرابط: [/https://akeed.jo/ar](https://akeed.jo/ar)
- مظهر، آلاء (2018). الحكومة والإعلام: تعهدات بنقطة نوعية تقابلها ملاحظات على ضعف التواصل، نقلا عن الرابط: [/http://www.sahafi.jo](http://www.sahafi.jo)
- المعذوري، عبد الرحيم بن محمد (2010). الشائعة واثارها في المجتمع "دراسة وصفية تحليلية"، المدينة المنورة: الجامعة الاسلامية بالمدينة المنورة.
- منصة حقائق تعرف (2020). نقلا عن الرابط [/https://haggak.jo/website](https://haggak.jo/website)
- المنوفي، كمال (1985) نظريات النظم السياسية، الكويت: وكالة المطبوعات.
- الموسى، عصام (1998). تطور الصحافة الأردنية، عمان: منشورات الجمعية العلمية الملكية.: (111).

- الموقع الرسمي للتلفزيون الأردني (2018). نقلا عن الرابط: <http://www.jrtv.jo>
 - موقع التلفزيون الاردني (2017). نقلا عن الرابط <http://www.jrtv.jo>
 - موقع الراي (2020). نقلا عن الرابط: www.alrai.com
 - النامي، خالد (2010)، معالجة قضايا حقوق الانسان في الصحف وشبكة الانترنت في المملكة العربية السعودية، رسالة ماجستير غير منشورة جامعة القاهرة.
 - النعيمات، محمود (2019). أثر شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الشائعة لدى الشباب الجامعي دراسة تطبيقية على عينة من طلاب الجامعات الأردنية. المؤتمر الدولي الأول بعنوان "فتبينوا الشائعة وتداعياتها على المجتمع"، الثلاثاء 2019/4/23، مديرية الأمن العام وجامعة الشرق الأوسط.
 - هلا أخبار (2018) . نقلا عن الرابط <http://www.hala.jo>
 - وكالة بتر (2019). نقلا عن الرابط <http://www.petranews.gov.jo/Arabic/main.asp>
 - وكالة رم (2020) محطات من التأسيس ونظرة الى المستقبل، نقلا عن الرابط: <http://www.rumonline.net/print.php?id=21072>
- المراجع الأجنبية:

- Eunsoo, S, Tark, A, (2012), Identifying numors and Their Sources in Social Networks, Retrieved : <http://spirit.cs.ucdavis.edu>
- Fred S. (1971), Theodore Peterson, Wilbur Schramm. Four Theories of the Press. 6 ed. University of Illinois Press, p.p:39-71.
- Gennady G. Marina R. (2017). **Role of Media Rumors in the Modern Society**. International Journal of Environmental & Science Education.
- Kynar, Burak (2016). **Rumor in Social Media: Role of Affect During Social Movement**, Istanbul Sehir University.

- Laijun, W, Zhao, X, Wang, J, Qui, X and Xie, W, (2014), Rumor- Propagation Model with consideration of Refutation Mechanism in Homogenous Social networks, **Journal of dynamics in Nature and society**, (1), 1-11.
- Minghan B (2012), Exploring **the Dynamics of rumors on social Media in the Chinese Content**, Master Thesis, Department of information and Media, Uppsala University, Sweden.
- Zhao L, Yin J, Song Y (2016) exploration of rumor combating behavior on social media the context of social crisis. **Computers in Human Behavior**, (58), 25–36.

الملاحق

الملحق 1: قائمة المحكمين

#	الاسم	الرتبة	التخصص	مكان العمل
1.	أ.د. عزت حجاب	أستاذ	سياسات اعلامية	جامعة الشرق الأوسط
2.	أ.د. تيسير أبو عرجة	استاذ	الصحافة	جامعة البترا
3.	أ.د. حاتم علاونة	استاذ	الصحافة	جامعة اليرموك
4.	د. ايمن الشيخ	استاذ مشارك	اذاعة وتلفزيون	جامعة الشرق الأوسط
5.	د. خلف الطاهات	استاذ مشارك	اعلام جديد	جامعة اليرموك
6.	د. منال مزاهرة	استاذ مشارك	اعلام	جامعة البترا
7.	د. حنان الشيخ	استاذ مساعد	اتصال واعلام	جامعة الشرق الاوسط
8.	د. احمد عريقات	استاذ مساعد	اذاعة وتلفزيون	جامعة الشرق الاوسط
9.	د. محمد كامل الفرعان	استاذ مساعد	اتصال واعلام	جامعة الشرق الاوسط

الملحق 2: استبانة الدراسة

دور الاعلام الأردني في مواجهة الشائعات

من وجهة نظر القائمين على الاعلام في الأردن.

The Role of Jordanian media in facing Rumors from the point of view of Media professionals

تحية طيبة وبعد،

حضرة الدكتور/ة

يقوم الباحث بإجراء دراسة ميدانية بعنوان:

"دور الاعلام الأردني في مواجهة الشائعات من وجهة نظر القائمين على الاعلام في الاردن"

وذلك استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الاعلام كلية الاعلام - جامعة الشرق الأوسط. وقد تم تصميم هذه الاستبانة لقياس واقع دور الاعلام الأردني في مواجهة الشائعات من وجهة نظر القائمين على الاعلام في الاردن، ولتحقيق أهداف الدراسة يضع الباحث بين أيديكم أداة الدراسة. ونظراً لما نعهده فيكم من معرفة واسعة وخبرة طويلة وكفاءة مشهودة في مجال تخصصكم أضع بين أيديكم الاستبانة المرفقة، راجياً تفضلكم ببيان رأيكم بصدد فقراتها من حيث صلاحيتها لأغراض الدراسة، والتعديل المقترح إن وجد. وتتكون الاستبانة من (6) محاور وستعتمد مقياس ليكرات الثلاثي والخماسي لتغطي أسئلة الاستبانة المرفقة كما يلي:

المحور	العنوان	بدائل الإجابات			
الأول	الشائعات المتداولة	نعم	لا أعلم	لا	
الثاني	دوافع انتشار الشائعة	أوافق	محايد	لا أوافق	
الثالث	أسباب انتشار الشائعة	غالباً	أحياناً	نادراً	
الرابع	أثار انتشار الشائعة	غالباً	أحياناً	نادراً	
الخامس	التدابير والاجراءات	أوافق	محايد	لا أوافق	
السادس	دور الاعلام الأردني	بدرجة كبيرة جداً	بدرجة كبيرة	بدرجة متوسطة	بدرجة قليلة بدرجة نادرة

شاكرًا لكم حسن تعاونكم

إشراف الدكتور: كامل خورشيد

اعداد الطالب رامي باسم يوسف حداد

استبانة الإعلاميين

أخي الكريم/ أختي الكريمة

تحية طيبة وبعد،

يقوم الباحث بإجراء دراسة ميدانية بعنوان:

"دور الإعلام الأردني في مواجهة الشائعات من وجهة نظر القائمين على الإعلام في الأردن" وذلك استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام كلية الإعلام - جامعة الشرق الأوسط. آملاً من حضرتكم التكرم بالإجابة على أسئلة الاستبانة المرفقة طياً بما يعكس وجهة نظركم بفقراتها، من حيث الواقع علماً بأن الإجابات سوف تستخدم لأغراض أكاديمية بحثية ولا حاجة لذكر الاسم عند تعبئة الاستبانة. تتكون الاستبانة من (6) محاور وستعتمد مقياس ليكرات الثلاثي والخماسي لتغطي أسئلة الاستبانة المرفقة.

شاكرًا لكم حسن تعاونكم

وتفضلوا بقبول فائق الاحترام

إشراف الدكتور: كامل خورشيد

اعداد الطالب رامي باسم يوسف حداد

الخصائص الديمغرافية:

(1) العمر

- | | | | |
|--------------------------|----------------|--------------------------|----------------|
| ☐ | أقل من 30 سنة | ☐ | من 30 - 35 سنة |
| ☐ | من 36 - 40 سنة | ☐ | 41 سنة فأكثر |

(2) الجنس

- | | | | |
|--------------------------|-----|--------------------------|------|
| ☐ | ذكر | ☐ | أنثى |
|--------------------------|-----|--------------------------|------|

(3) المؤهل العلمي

- | | | | |
|--------------------------|-----------|--------------------------|-------------|
| ☐ | دبلوم | ☐ | بكالوريوس |
| ☐ | دبلوم عال | ☐ | ماجستير |
| ☐ | دكتوراه | ☐ | ثانوية عامة |

(4) عدد سنوات العمل في مجال الاعلام :

- | | | | |
|--------------------------|----------------|--------------------------|-----------------|
| ☐ | 5 سنوات فأقل | ☐ | من 5 - 10 سنوات |
| ☐ | من 11 - 15 سنة | ☐ | أكثر من 16 سنة |

(5) المنصب الوظيفي:

- | | | | |
|--------------------------|------------|--------------------------|--------------------|
| ☐ | رئيس تحرير | ☐ | سكرتير تحرير |
| ☐ | محرر مسؤول | ☐ | محرر |
| ☐ | رئيس قسم | ☐ | كاتب صحفي |
| ☐ | مراسل صحفي | ☐ | المنصب الاداري () |

(6) مكان العمل:

- | | |
|--------------------------|------------------------|
| ☐ | التلفزيون الأردني |
| ☐ | وكالة الأنباء الأردنية |
| ☐ | الصحافة الاردنية |

(7) أكثر الوسائل الاعلامية مساهمة في نشر الشائعات (يمكن اختيار أكثر من إجابة):

- | | | | |
|--------------------------|-------------------------|--------------------------|------------------------------|
| ☐ | شبكات التواصل الاجتماعي | ☐ | المواقع الالكترونية الأردنية |
| ☐ | محطات التلفزيون المحلية | ☐ | وكالات الأنباء العربية |
| ☐ | محطات التلفزيون العربية | ☐ | الصحف والمجلات العربية |
| ☐ | محطات التلفزيون الدولية | ☐ | الصحف والمجلات الأجنبية |

أسئلة الاستبانة

المحور الأول: الشائعات المتداولة:			
إن الشائعات المتداولة في الأردن تتمثل بما يلي: الرجاء وضع إشارة () أمام الاجابة التي تعكس رأيكم			
الرقم	الفقرة	نعم	لا
1.	شائعات سياسية		
2.	اقتصادية		
3.	امنية		
4.	عسكرية		
5.	اجتماعية		
6.	استهداف الشخصيات العامة		
7.	إعلامية		
8.	شائعات أخرى/ أذكرها لطفاً:		
المحور الثاني: دوافع انتشار الشائعة:			
الفقرات التالية تمثل الدوافع المحركة لانتشار الشائعات في الأردن: الرجاء وضع إشارة () أمام الاجابة التي تعكس رأيكم			
الرقم	الفقرة	أوافق	لا أوافق
9.	إثارة أزمات سياسية		
10.	زعزعة الأمن الوطني		
11.	إثارة الرأي العام		
12.	أهداف تخريبية		
13.	اغتيال الشخصيات العامة		
14.	إساءة العلاقة مع دول الجوار		
15.	إضعاف معنويات الأفراد		
16.	خلق أزمات داخلية في البلاد		
17.	إضعاف المركز الدولي للأردن		
18.	التأثير على الوحدة الوطنية		
19.	خلق ازيمات اقتصادية وطنية		
20.	خلق رأي عام سياسي تجاه القضايا الوطنية		

المحور الثالث: أسباب انتشار الشائعة: الفقرات التالية تمثل الأسباب المباشرة لانتشار الشائعة في الأردن: الرجاء وضع إشارة () أمام الإجابة التي تعكس رأيكم				
الرقم	الفقرة	غالباً	أحياناً	نادراً
21.	سهولة التأثير بما ينشر من شائعات فيعاد نشرها.			
22.	صعوبة التحري عن مروجي الشائعات.			
23.	عدم وجود قوانين ملزمة تردع مروجي الشائعات.			
24.	غياب الوعي الوطني بخطورة الشائعات.			
25.	غياب الشفافية وتأخر التصريحات الرسمية.			
26.	ضعف الوازع الديني لدى مروجي الشائعات.			
27.	سهولة استخدام الإنترنت في تحريف المعلومات وإعادة نشرها.			
28.	الحصول على السبق الصحفي من قبل المواقع الإخبارية.			
29.	صعوبة إخضاع شبكات التواصل الاجتماعي للرقابة الرسمية والمجتمعية.			
30.	إنشاء مواقع مزورة بأسماء جهات غير رسمية.			
المحور الرابع: آثار انتشار الشائعة على المجتمع الأردني: الفقرات التالية تمثل آثار انتشار الشائعة: الرجاء وضع إشارة () أمام الإجابة التي تعكس رأيكم				
الرقم	الفقرة	غالباً	أحياناً	نادراً
31.	إضعاف التماسك الوطني.			
32.	المساس بالأمن الوطني.			
33.	انعدام الثقة بأجهزة الدولة.			
34.	الأضرار بالاقتصاد الوطني.			
35.	أساءة للأفراد والمجتمعات والدول.			
36.	الإساءة للرموز الوطنية والدينية.			
37.	التأثير على الروح المعنوية للمواطن الأردني.			
38.	إثارة الفتن والصراعات الدينية والعرقية.			
39.	نشر الخوف في المجتمع.			
المحور الخامس: الفقرات التالية تمثل التدابير والإجراءات الوطنية للحد من انتشار الشائعة: الرجاء وضع إشارة () أمام الإجابة التي تعكس رأيكم:				
الرقم	الفقرة	أوافق	محايد	لا أوافق
40.	التشريعات النازمة لمحاربة الشائعات في الاردن.			
41.	انشاء مراكز متخصصة لمحاربة الشائعة.			
42.	التوعوي الاعلامية عبر مختلف وسائل الإعلام			
43.	المؤتمرات الوطنية المتخصصة بمحاربة انتشار الشائعة.			

الرقم	الفقرة	بدرجة كبيرة جداً	بدرجة كبيرة	بدرجة متوسطة	بدرجة قليلة	بدرجة نادرة
44.	تسهم المعلومات الدقيقة التي تقدمها وسائل الاعلام في محاربة الشائعات.					
45.	أن الحكومات الاردنية جادة في محاربة الشائعات.					
46.	تضع الحكومات الاردنية قيود تحد من قدرة وسائل الاعلام على محاربة الشائعات.					
47.	تقوم وسائل الاعلام بكشف الحقائق حول مواضيع الشائعات.					
48.	تسهم مصداقية وسائل الاعلام في محاربة الشائعات.					
49.	تسهم ثقة الرأي العام الأردنية بوسائل الإعلام في محاربة الشائعات.					
50.	تعمل وسائل الإعلام الأردنية في البحث عن مصادر الشائعات.					
51.	تسهم وسائل الإعلام في بيان دوافع ناشري الشائعات.					
52.	يقدم التلفزيون الأردني معلومات موضوعية عن موضوع الشائعات.					
53.	تسهم التحقيقات التلفزيونية في بيان طبيعة الشائعات.					
54.	تعزز وسائل الإعلام من قدرة أجهزة الدولة على محاربة الشائعات.					
55.	يستضيف التلفزيون خبراء في مجال الشائعات للحد من تأثيراتها على المجتمع الأردني.					
56.	يقدم التلفزيون الأردني التقارير التي يصدرها (مرصد لمصداقية الإعلام الأردني).					
57.	تعمل وكالة الأنباء الأردنية على نشر معلومات دقيقة عن موضوع الشائعات.					
58.	يقدم مراسلو وكالة الأنباء الأردنية تقارير مفصلة عن موضوع الشائعات.					
59.	تقوم الإعلام الأردني ببيان أخطار انتشار الشائعات في الأردن.					

					60. يقوم الإعلام بالرد السريع والمعالجة الموضوعية لموضوع الشائعات.
					61. يعمل الإعلام على فضح مصادر الشائعات.
					62. تسهم الصحف اليومية في توعية المجتمع بموضوع الشائعات.
					63. تقوم الصحف بعمل تحقيقات حول موضوع الشائعات.