

مجلة البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر/كلية الإعلام



رئيس مجلس الإدارة: أ.د / غانم السعيد - عميد الكلية.

رئيس التحرير: أ.د / رضا عبدالواجد أمين - أستاذ الصحافة والنشر ووكيل الكلية.

مساعد رئيس التحرير:

أ.د / عرفه عامر - الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بالكلية

أ.د / فهد العسكر - وكيل جامعة الإمام محمد بن سعود للدراسات العليا والبحث العلمي (المملكة العربية السعودية)

أ.د / عبد الله الكندي - أستاذ الصحافة بجامعة السلطان قابوس (سلطنة عمان)

أ.د / جلال الدين الشيخ زيادة - عميد كلية الإعلام بالجامعة الإسلامية بأم درمان (جمهورية السودان)

د / إبراهيم بسيوني - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

سكرتير التحرير: د / مصطفى عبد الحى - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

د / رامى جمال مهدي - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

مدقق اللغة العربية: أ / عمر غنيم - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

سكرتير فني: أ / محمد كامل - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

القاهرة- مدينة نصر - جامعة الأزهر - كلية الإعلام - ت: ٠٢٢٥١٠٨٢٥٦

الموقع الإلكتروني للمجلة: <http://jsb.journals.ekb.eg>

البريد الإلكتروني: mediajournal2020@azhar.edu.eg

المراسلات:

العدد السابع والخمسون - الجزء الثالث - شعبان ١٤٤٢هـ - أبريل ٢٠٢١ م

رقم الإيداع بدار الكتب المصرية ٦٥٥٥

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية: ٢٩٢-٢٦٨٢ X

الترقيم الدولي للنسخة الورقية: ١١١٠-٩٢٩٧

قواعد النشر

- تقوم المجلة بنشر البحوث والدراسات ومراجعات الكتب والتقارير والترجمات وفقاً للقواعد الآتية:
- يعتمد النشر على رأي اثنين من المحكمين المتخصصين في تحديد صلاحية المادة للنشر.
 - ألا يكون البحث قد سبق نشره في أي مجلة علمية محكمة أو مؤتمراً علمياً.
 - لا يقل البحث عن خمسة آلاف كلمة ولا يزيد عن عشرة آلاف كلمة... وفي حالة الزيادة يتحمل الباحث فروق تكلفة النشر.
 - يجب ألا يزيد عنوان البحث -الرئيسي والفرعي- عن ٢٠ كلمة.
 - يرسل مع كل بحث ملخص باللغة العربية وآخر باللغة الانجليزية لا يزيد عن ٢٥٠ كلمة.
 - يزود الباحث المجلة بثلاث نسخ من البحث مطبوعة بالكمبيوتر.. ونسخة على CD، على أن يكتب اسم الباحث وعنوان بحثه على غلاف مستقل ويشار إلى المراجع والهوامش في المتن بأرقام وترد قائمتها في نهاية البحث لا في أسفل الصفحة.
 - لا ترد الأبحاث المنشورة إلى أصحابها.... وتحفظ المجلة بكافة حقوق النشر، ويلزم الحصول على موافقة كتابية قبل إعادة نشر مادة نشرت فيها.
 - تنشر الأبحاث بأسبقية قبولها للنشر.
 - ترد الأبحاث التي لا تقبل النشر لأصحابها.

الهيئة الاستشارية للمجلة

١. أ.د./ على عجوة (مصر)
أستاذ العلاقات العامة وعميد كلية الإعلام الأسبق بجامعة القاهرة.
٢. أ.د./ محمد معوض. (مصر)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة عين شمس.
٣. أ.د./ حسين أمين (مصر)
أستاذ الصحافة والإعلام بالجامعة الأمريكية بالقاهرة.
٤. أ.د./ جمال النجار (مصر)
أستاذ الصحافة بجامعة الأزهر.
٥. أ.د./ مي العبدالله (لبنان)
أستاذ الإعلام بالجامعة اللبنانية، بيروت.
٦. أ.د./ وديع العززي (اليمن)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة أم القرى، مكة المكرمة.
٧. أ.د./ العربي بوعمامة (الجزائر)
أستاذ الإعلام بجامعة عبد الحميد، بجامعة عبد الحميد بن باديس بمستغانم، الجزائر.
٨. أ.د./ سامي الشريف (مصر)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون وعميد كلية الإعلام، الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات.
٩. أ.د./ خالد صلاح الدين (مصر)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام -جامعة القاهرة.
١٠. أ.د./ محمد فياض (العراق)
أستاذ الإعلام بكلية الإمارات للتكنولوجيا.
١١. أ.د./ رزق سعد (مصر)
أستاذ العلاقات العامة (جامعة مصر الدولية).

محتويات العدد

- نشر الشائعات وتأثيرها علي الأمن الفكري أثناء الأزمات في ضوء الاتجاهات البحثية الحديثة (رؤية علمية واستشرافية)
أ. م. د. رشا عادل لطفي
١٠١١
-
- الخطاب الاتصالي لدى الدعاة العرب والأجانب في صفحات التواصل الاجتماعي وانعكاساته على قبول الآخر «دراسة تحليلية لصفحات الدعاة على الفيس بوك»
أ. م. د. علي حمودة جمعة سليمان، أ. م. د. محمد حسني حسين محروص
١٠٧٣
-
- دور الحسابات الرسمية للمؤسسات الدينية في نشر الخطاب الديني المعتدل «دراسة تحليلية مقارنة للمحتوى الرقمي لمؤسستي الأزهر والحرمين الشريفين»
أ. م. د. هويدا الدر
١١٢٩
-
- دور الصحف الإلكترونية المصرية في توعية الجمهور بمخاطر الفتن الطائفية - دراسة ميدانية
د. إبراهيم علي بسيوني محمد
١١٧٥
-
- المخاطر السيبرانية للألعاب الإلكترونية القتالية وانعكاسها على التجنيد الإلكتروني للشباب: لعبة بابجي نموذجاً
د. شريهان محمود أبو الحسن، د. سمية عبد الراضي أحمد
١٢٣٩
-
- دور المنصات الإلكترونية في مكافحة الشائعات أثناء جائحة كورونا (دراسة حالة هيئة مكافحة الإشاعات بالمملكة العربية السعودية)
د. الطيب أحمد الصادق
١٢٨٥
-
- تأثير وسائل التواصل الاجتماعي في دعم قضايا المواطنة والانتماء لدى الرأي العام
د. راللا أحمد محمد عبد الوهاب منصور
١٣٢٧

- دور الدراما السينمائية المصرية في تشكيل إدراك الشباب الجامعي نحو قيم الانتماء والوطنية - دراسة تحليلية وميدانية
١٣٨١ د. مرام أحمد محمد عبد النبي
-
- دور الإعلام الجديد في نشر ثقافة التسامح وقبول الآخر
١٤٣٣ د. ميرفت السيد أحمد سليمان
-
- تعامل المواقع الرسمية والإخبارية مع الشائعات وانعكاساتها على اتجاهات الجمهور (دراسة تطبيقية لموقع اليوم السابع والصفحة الرسمية لمجلس الوزراء)
١٤٨٥ دعاء خالد داود
-
- دور الصحف الإلكترونية في نشر ثقافة الوسطية والاعتدال لدى الجمهور المصري (دراسة ميدانية)
١٥٣٧ د. محمد صبحي محمد فودة
-

م	القطاع	اسم المجلة	اسم الجهة / الجامعة	نقاط المجلة (مارس 2020)	نقاط المجلة (يونيو 2020)	ISSN- O	ISSN- P
1	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث الإعلامية	جامعة الأهرام	6.5	7	2682-262X	1110-9207
2	الدراسات الإعلامية	مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط	الجمعية المصرية للعلاقات العامة	6	7	2314-873X	2314-8721
3	الدراسات الإعلامية	المجلة العربية لبحوث الإعلام و الإتصال	جامعة الأهرام الكندية	5	6	2636-9393	2636-9393
4	الدراسات الإعلامية	مجلة إحداث الجامعات العربية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	Cairo University	4	4	2366-9891	2366-9891
5	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	جامعة جنوب الوادي	3.5	3.6	2636-9237	2636-9237
6	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث و الدراسات الإعلامية	أكاديمية الشروق	3.5	6.6	2367-0407	2367-0407
7	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	3	6.6	2366-9131	2366-9131
8	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	3	6.6	2366-914X	2366-914X
9	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الصحافة	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	3	6.6	2366-9168	2366-9168
10	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الإعلام	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	3	6.6	1110-6836	1110-6836
11	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الرأي العام	Cairo University, Center of Public Opinion Research	3	6.6	1110-6844	1110-6844

- يطبق تقييم مارس 2020 للمجلات على كل الأبحاث التي نشرت فيها قبل 1 يوليو 2020
- يطبق تقييم يونيو 2020 للمجلات على كل الأبحاث التي ستشتر فيها بدء من 1 يوليو 2020 و حتى صدور تقييم جديد في يونيو 2021
- المجلات التي لم تتقدم بطلب إعادة تقييم سيظل تقييم مارس 2020 مطبقاً على كل الأبحاث التي ستشتر بها وذلك لحين صدور تقييم جديد في يونيو 2021
- يتم إعادة تقييم المجلات المصرية دورياً في شهر يونيو من كل عام ويكون التقييم الجديد سارياً للسنة التالية للنشر في هذه المجلات

● دور المنصات الإلكترونية في مكافحة الشائعات أثناء جائحة كورونا (دراسة حالة لهيئة مكافحة الإشاعات بالملكة العربية السعودية)

- The role of online platforms in fighting rumors during the Corona pandemic (A case study for the Anti-rumors Authority in the Kingdom of Saudi Arabia)

● د . الطيب أحمد الصادق

أستاذ الإعلام المساعد بقسم الاتصال والإعلام

كلية الآداب والعلوم الإنسانية جامعة طيبة

taybahmed@gmail.com

ملخص الدراسة

هدفت الدراسة إلى رصد وتحليل وتفسير دور هيئة مكافحة الإشاعات بالملكة العربية السعودية في التصدي وتعقب الإشاعات والأخبار الزائفة المرتبطة بفيروس كورونا، والآليات والاستراتيجيات التي توظفها للمواجهة والشبكات التفاعلية التي تستخدمها في التواصل مع الجمهور، وقد توصلت الدراسة إلى أن أكثر أهداف مروجي الشائعات التي رصدتها هيئة مكافحة الإشاعات السعودية هي نشر التضليل على مواقع التواصل الاجتماعي، كما تصدر نشر الحقائق وتكذيب الشائعات اهتمام المنصة في التصدي للشائعات؛ حيث وظفت الأدلة والبراهين في تكذيب الشائعات وتنفيذها ونشر الحقيقة، مستشهدة بالصور الحقيقية في مواجهة الصورة المبركة أو صور ثابتة للفيديوهات الحقيقية في مقابل الفيديوهات المبركة، حيث كانت أكثر الشائعات تحتوي على معلومات خاطئة باقتباس أو الاجتزاء من مشهد معين ونسبته لمشهد أو لحدث آخر، كما قامت الهيئة بتجريم الشائعات خاصة فيما يخص المساس بالأمن العام.

الكلمات المفتاحية: المنصات الإلكترونية - التصدي للشائعات - فيروس كورونا.

Abstract

The study aimed to monitor, analyze and interpret the role of the Anti-Rumors Authority in the Kingdom of Saudi Arabia in confronting and tracking rumors and fake news related to the Coronavirus, and the mechanisms and strategies that it uses to confront and interact with the networks that it uses in communicating with the public. The study found that the most common goals of rumor mongers monitored by the Saudi Anti-Rumors Authority are to spread misinformation on social media, Spreading facts and denying rumors also led to the platform's interest in confronting rumors, as evidence and evidence were used to deny and refute rumors and spread the truth, citing real pictures in the face of the fabricated picture or static pictures of the real videos in exchange for the fabricated videos, where most of the rumors contained false information by quoting or cutting from A specific scene and attributing it to another scene or event, and the commission has also criminalized rumors, especially with regard to compromising public security.

Keywords: Anti- Rumors- Coronavirus -Electronic platforms.

تواجه مختلف الدول العديد من المخاطر نتيجة انتشار الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي بصورة غير مسبوقة خلال جائحة فيروس كورونا المستجد؛ حيث أتاحت هذه المواقع نوافذ إعلامية تصل إلى قطاع عريض من المستخدمين والمتابعين، فقد مثّلت عملية تداول المعلومات عبر هذه الشبكات حقلاً خصباً لعمليات نشر الشائعات، والمعلومات المضللة؛ نتيجة لغياب الرقابة والمتابعة، والمصادر المفتوحة للمعلومات، والتي تمهد الطريق للانتشار على نطاق واسع، فقد أشارت نتائج العديد من الدراسات إلى أن انتشار الشائعات والأخبار الزائفة كان أسرع وأعمق وأوسع من انتشار الأخبار الموثوقة في الأزمات الدولية التي تتعلق بالصحة العامة (Allcott, 2019:8)⁽¹⁾، وأن الزيادة في المعلومات المضللة تؤدي إلى إنكار الأدلة العلمية، ويمكن أن تشكل تهديداً على المجتمعات (Vosaughi, 2018:1146)⁽²⁾، كما أظهرت دراسات أخرى أن المعلومات المضللة يمكن أن يكون لها عواقب وخيمة على الصحة العامة (Scheufele, 2019:7662)⁽³⁾.

وبالنظر لما لهذه الشائعات من تأثيرات سلبية، فقد فرضت عملية الانتشار والتداول نفسها على كثير من المؤسسات البحثية والعلمية إلى الاهتمام بالبحث في آليات انتشار الشائعات واستراتيجيات تقديمها للجمهور، ونشرها على شكل الهجمات الخاطفة داخل المجتمعات المستهدفة، خاصة في أوقات الأزمات، كما اتجهت دول العالم إلى أدوات مستحدثة لمكافحة الشائعات والأخبار المضللة، فإذا كانت التكنولوجيا الرقمية عاملاً فاعلاً في الانتشار الواسع للشائعات عبر الفضاء الإلكتروني، فهي أيضاً التي وفرت الحلول والآليات لرصد ومكافحة تلك الشائعات، من خلال أدوات وتقنيات حديثة استحدثتها شركات التكنولوجيا والمراكز البحثية، ومنها: توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي والتي تعتمد على خوارزميات متطورة؛ لتحليل المعلومات ورصد الأخبار الزائفة بشكل فوري وأتوماتيكي وأكثر سرعة، ثم التعقب الرقمي والذي لا يقف عند مرحلة رصد الشائعة، ولكن يعمل على تتبع انتشارها وتعقب مصدرها، والتحقق من

عناصرها بشكل فوري منظم، فضلاً عن مراكز التحكم في الشائعات، وهي مرادف مزودة بالتقنيات اللازمة لمتابعة الفضاء السيبراني ورصد الشائعات خاصة في فترات الأزمات والطوارئ؛ بهدف دحض التضليل وتزويد المواطنين بالمعلومات الصحيحة في الوقت المناسب عبر وسائل الإعلام، وشبكات التواصل الاجتماعي المختلفة، وبجانب مكافحة التشاركية والتي تقوم على إدماج المستخدم في مواجهة الشائعات عن طريق نشر الوعي بين المستخدمين وحثهم على الإبلاغ عن المحتوى المشكوك فيه.

وقد اكتسبت الشائعات، والأخبار الزائفة على المنصات الإعلامية وشبكات التواصل الاجتماعي، زخمًا جديدًا أثناء جائحة فيروس كورونا المستجد، وذلك في ظل عدة عوامل تتعلق باتساع نطاق الانتشار- وذلك على المستوى الدولي- وسهولة تجهيل مصدر الشائعة وإطلاقها في ظل انتشار الحسابات الوهمية، وإمكانات الانتشار السريع عبر تلك الشبكات، بالإضافة إلى توافر أدوات تزييف الصور، وفبركة الفيديوهات التي تضفي حبكة محكمة على محتويات الشائعة وتساعد في انتشارها، وبالتالي التسبب في إثارة العديد من الأزمات وتشويهه متعمد لصورة الدول والأفراد، وفي هذا السياق عملت مؤخرًا العديد من الدول والمؤسسات المدنية على إطلاق مبادرات وتطبيقات لمواجهة ظاهرة انتشار الشائعات، والأخبار الزائفة في وسائل الإعلام سواء كانت لأغراض سياسية، أو لرفع مستوى المتابعة أو المشاركة، وتنمية الوعي بين متلقي الأخبار الزائفة على شبكات التواصل الاجتماعي والمواقع الإلكترونية، وهو ما تحاول أن تستكشفه الدراسة الراهنة من خلال موقع هيئة مكافحة الإشاعات السعودية، حيث يقوم الموقع بوضع لافتات على الشائعة، ويوضح كونها شائعة أو معلومة صحيحة أو غير مؤكدة من خلال آليات واستراتيجيات محددة.

هيئة مكافحة الإشاعات السعودية⁽⁴⁾:

هو مشروع مستقل تم إنشاؤه عام 2012م للتصدي للإشاعات والفتن واحتوائها، بحيث لا تُشكل أي ضرر على المجتمع؛ وذلك بفضح ناشري الأكاذيب التي تهدف إلى إثارة الرأي العام من خلال نشر الوعي وتوضيح الحقيقة بالمصادر الرسمية.

تعتبر الهيئة المرجع الأول في المملكة العربية السعودية في الرد على الشائعات، وقد بدأت الهيئة بجهود فردية من خلال فتح حساب على موقع التواصل الاجتماعي "تويتر" تحت شعار "لا للإشاعات"؛ يتتبع الأخبار الشائعة ويتأكد من صحتها ويكذب المزيف منها، ثم انتشر الحساب بين الناس وزاد التفاعل من خلال رسائل واستفسارات الجماهير للهيئة عن الأخبار التي يشكون في صحتها، ثم تطور العمل أكثر وحصلت الهيئة على

جائزة الإعلام الجديد في عام ٢٠١٧ من وزارة الإعلام السعودية، وهي نقطة تحول وتطور لعمل الهيئة كعمل مؤسسي منظم مكون من فريق وخطة عمل وهوية جديدة تحمل اسم الهيئة.

وضعت الهيئة مجموعة من المعايير لتحديد الإشاعات والأخبار المزيفة للرد عليها وأهمها:

- انتشار الخبر وتداوله بين الناس.
- أن يكون الخبر بدون أدلة أو مصادر.
- أن يتناول الخبر معلومات عن أشخاص أو أحداث معينة.
- أن تعبر الإشاعة عن حاجة في المجتمع.

كما حددت الهيئة الدوافع وراء الإشاعات والتي تضمنت:

- المساس بالأمن.
- الوصول إلى المعلومات.
- أهداف شخصية أو تجارية.

تعريف الشائعات:

عادة ما يتم تعريف الشائعات على أنها "معلومات لم يتم التحقق منها تحتوي على بيانات ذات قيمة مفيدة، أو مخاوف عامة لمجموعة معينة، حيث لا يتم تأكيدها علناً من قبل مصدر رسمي"؛ لذلك تتناقض الشائعات مع الأخبار، التي يتم الإبلاغ عنها في كثير من الأحيان من خلال وسائل الإعلام، وعلى الرغم من أن التعريف الدقيق للشائعات يختلف بين العلماء، إلا أن الشائعات عادة ما يتم تحديدها من خلال عدم وجود صدق (Jieun & Lian, 2017: 1216)⁽⁵⁾.

وغالبًا ما تنتشر الشائعات في أوقات عدم الاستقرار السياسي والاقتصادي، وهو ما يجعل الفرصة سانحة لكل من له مصلحة في إحداث توتر داخل المجتمع؛ لبيع مزيداً من اليأس والإحباط بين القطاعات المختلفة، حيث أصبحت ثورة المعلومات سلاحاً ذا حدين، وأنها تخلق فرص متعددة لإطلاق الشائعات التي لها مخاطر متعددة؛ لأنها تتبنى ثقافة عدم الدقة، ومن ثم تعمل على التلاعب بمشاعر الأفراد وأحاسيسهم وانفعالاتهم وتوجهاتهم، وأيضاً رصد ردود أفعالهم وتحليلها لمعرفة مدى صلابة وقوة الجبهة الداخلية وهو ما يعرف باللعب بالشعور الجماهيري والرأي العام، وكذلك صرف الانتباه عن القضايا الرئيسية نحو قضايا أقل أهمية وإثارة البلبلة والفوضى وزعزعة النظام وتهديد الأمن القومي، وتحطيم الروح المعنوية لإفقدنا الثقة بأنفسنا وبمن حولنا وبالتالي

التشكيك في كل شيء، مما يدفعنا إلى عدم التعاون حتى بين الدول وبعضها (دمهوري & صادق، 2012: 115)⁽⁶⁾.

ويمكننا بناء تصنيف الشائعات، التي تم تعريفها على نطاق واسع بأنها أخبار لم يتم التحقق منها وفقاً لعلاقتها بالواقع بواسطة خبراء كـ (مؤرخين، علماء، صحفيين، وما إلى ذلك). فإذا تبين أن الشائعات صحيحة، فإنها تصبح عنصرًا من المعلومات.

أنواع الشائعات:

- 1- الشائعات السلبية: عندما تشير إلى الحقائق المرتبطة بالخوف أو العدا.
- 2- الشائعات الإيجابية: تثير الأحداث السعيدة والترحيب (Jean&Renard,2007: 54)⁽⁷⁾.

فالإشاعة هي بديل للأخبار، مما يجعلها تسكن في نفس البيئة ويتم توصيلها بطريقة مماثلة، لقد اخترقت الشائعات وسائل الإعلام لدرجة أنها موجودة في أي نوع من أنواع الوسائط، يمكن توصيله عبر الراديو والتلفزيون والصحف وحتى الإنترنت. فوسائل الإعلام ليست فقط لنقل الإشاعات، بل يمكنها أن تنقل أي نوع من الأخبار، في الوقت الحاضر، وبمساعدة الإنترنت أصبحت هذه العملية أسهل ويمكن توصيلها إلى الجمهور العام (Dolmatova,2012: 96)⁽⁸⁾.

خصائص الشائعات:

- 1- لا تتبع من فراغ قد تحمل جزءًا من الحقيقة التي ترتبط بحدث معين.
 - 2- من يروج لها يملك القدرة على الانتقاء منها مع الرغبة في الإضافة إليها أو تحريفها كرد فعل إسقاطي مكبوت في داخله.
 - 3- تزول بزوال الظروف التي أوقدتها وتستدعي من الذاكرة كلما توافرت الظروف لتلك التي أوجدتها أول مرة.
 - 4- غير محددة المصدر يتداولها الناس دون التحقق من صدقها.
 - 5- تتوأم وتنتشر وفقا للوسائل المستخدمة في توصيلها.
 - 6- تقع في إطار الجريمة لتعديها على قوانين النشر والعلانية وتجاوزها لأخلاقيات العمل الإعلامي (السيد أحمد مصطفى، 2012: 10)⁽⁹⁾.
- أهداف الشائعة (النعمة السائح، 2015: 80)⁽¹⁰⁾:
- تهدف الإشاعات إلى تحقيق عدة أهداف قد تكون إيجابية إذا كانت موجهة للعدو في الخارج، وقد تكون سلبية مدمرة إذا كانت موجهة نحو الداخل للمجتمع المحلي، أو

مؤسساته، أو بعض شرائحه، أو فئاته بما تثيره من فتنة، أو اضطراب على مستوى الفرد أو المجتمع.

ولعل أهم الأهداف الإيجابية في حالة توجيهها نحو العدو.

- 1- خداع العدو وتضليله عن طريق تعميم الأمور عنه.
- 2- تحطيم إرادة القتال لدى العدو وإشاعة الفرقة والانقسام بين صفوف بين القائد والجيش، أو بين العدو وحلفائه، أو بين الأغلبية، أو الأقلية من سكانه، أو بين الرجال والنساء.

وأما الأهداف الضارة التي يمكن أن تحققها الإشاعة الموجهة نحو الداخل أي نحو المجتمع وأفراده فتتلخص في:

- 1- بث الخوف والرعب والحقد والكراهية والعداوة وزرع بذور الفتنة والشك واليأس في نفوس أفراد المجتمع أو بعض فئاته.
 - 2- تشويه صورة وسمعة الأفراد وخاصة المرموقين في المجتمع أو بعض الجماعات والمنظمات والتقليل من شأنهم.
 - 3- إضعاف وحدة الصف بين الأفراد والجماعات والمؤسسات وبث بذور الريبة والشك في الأنشطة والبرامج التنموية والإصلاحية في المجتمع.
- الجائحة (Qiang chen,2020)⁽¹¹⁾؛

وهي وباء ينتشر على نطاق شديد الاتساع يتجاوز الحدود الدولية، ويصيب عددًا من الأفراد، أو قد تتسع الجائحة لتضم العالم كله، وتشمل المراحل التالية:

المرحلة الأولى: مرحلة الاختبار والفحص، ويتم التعرف على وجود نوع جديد من الفيروسات والاختبارات المستخدمة لهذا الغرض سواء في الإنسان أو الحيوان، وفي أي مكان بالعالم، بشرط أن يكون لهذا الفيروس تأثير على صحة الإنسان.

المرحلة الثانية: مرحلة التعرف، وفيها يحصل ازدياد ملحوظ في عدد الحالات، مع ازدياد في احتمالية انتقال العدوى من شخص لآخر.

المرحلة الثالثة: مرحلة البدء، حيث يتم فيها تأكيد الحالات المصابة بالفيروس مع الانتقال الفعال والدائم بين الأفراد.

المرحلة الرابعة: مرحلة التسارع، حيث يقوم الفيروس بإحداث العدوى للأشخاص المعرضين لذلك، وتقوم مراكز الصحة المجتمعية باتخاذ بعض الإجراءات مثل غلق المدارس، تشجيع التباعد الاجتماعي، تقديم اللقاحات ومضادات الفيروسات إذا أمكن.

المرحلة الخامسة: مرحلة التباطؤ وهي المرحلة التي يكون خلالها تباطؤ ملحوظ في عدد الحالات التي يتم اكتشافها.
 المرحلة السادسة: مرحلة التحضير، وعلى الرغم من انحسار الجائحة، فإن التحدي ما زال قائماً، والتنبؤ بإمكانية حدوث موجة أخرى من المرض.
 فيروس كورونا المستجد:

هو فيروس تاجي يعرف باسم كوفيد-19 ظهر بمدينة وهان الصينية في شهر ديسمبر ٢٠١٩، وينتقل بين الأشخاص عن طريق الرذاذ ويسبب تلف الأجهزة التنفسية مما يؤدي الى الوفاة، وهو من أخطر الأوبئة والفيروسات التي ظهرت في القرن العشرين، وقد انتقل الفيروس خارج حدود الصين إلى الدول المجاورة ثم إلى كل قارات العالم إلى أن أصبح جائحة عالمية (بسيوني، ٢٠٢٠: ٢١٦٨) (12).

وقد حظت التغطية الإعلامية لجائحة فيروس كورونا جانباً كبيراً من اهتمام وسائل الإعلام الدولية والعربية نظراً لتفاقم الوضع بشكل سريع؛ مما دفع الجماهير للتهافت على وسائل الإعلام المختلفة، وخاصة الرقمية لمعرفة كل ما يخص الجائحة، وأصبحت وسط سيل هائل من الأخبار الموثوقة وغير الموثوقة، وأصبح هناك رغبة من الجماهير لتتبع الأخبار من مصادرها، وللتأكد أنها تتسم بالصدق والموضوعية، وعلى الجانب الآخر استغل بعض الأفراد هذه الأزمة وبدأ في نشر الإشاعات والأخبار المفبركة؛ مما دفع المنصات الإلكترونية ومنها هيئة الإشاعات السعودية للتصدي لهذه الشائعات في محاولة منها لحفظ أمن واستقرار المجتمع السعودي، وهذا ما دفع الباحث لإجراء هذه الدراسة للتعرف على دور المنصات الإلكترونية في التصدي للشائعات.

الدراسات السابقة:

تمثل الدراسات السابقة تراثاً علمياً يساعد الباحثين في بلورة مشكلة البحث وتحديد أهدافه من خلال اطلاعه على جهود من سبقوه في مجال بحثه، ومن هذا المنطلق قام الباحث بتحديد الدراسات السابقة على محورين:

المحور الأول: دور المنصات الإلكترونية في مكافحة الشائعات أثناء الأزمات الصحية.

المحور الثاني: دور شبكات التواصل الاجتماعي في مكافحة الشائعات المرتبطة

بجائحة فيروس كورونا.

أولاً: المحور الأول: الدراسات التي تناولت دور المنصات الإلكترونية في مكافحة الشائعات أثناء الأزمات الصحية:

هدفت دراسة (عبد الحافظ ، ٢٠٢٠) ⁽¹³⁾ تحديد درجة اعتماد الجمهور المصري على المواقع الإخبارية والبرامج الحوارية كمصدر للمعلومات حول جائحة فيروس كورونا، كما سعت إلى رصد وتحليل وتفسير اتجاهات الجمهور نحو معالجة المواقع الإخبارية والبرامج الحوارية المصرية لجائحة فيروس كورونا المستجد، وأظهرت النتائج أن تكنولوجيا الاتصال الحديثة المتمثلة في الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي كانت العامل الأبرز في نشر الوعي بين الجماهير وإمدادهم بتطور الوضع فيما يتعلق بانتشار فيروس كورونا المستجد، حيث انتقاء المصادر لا يتم بشكل عرضي، بل بشكل عمدي ومقصود؛ وهو أمر مرتبط بتوقيت نشر المعلومة والرؤية المهنية والعلمية والآراء المنشورة والتي تسهم في تشكيل الرسالة الإعلامية، والتي تعبر عن اهتمامات الجمهور، وقد أتاحت المواقع الإخبارية للجمهور إمكانية التعرض للأخبار المتعلقة بالأحداث بما يتوافق مع اهتمامات كل فرد واتجاهاته.

سعت دراسة (علة، ٢٠٢٠) ⁽¹⁴⁾ إلى التعرف على دور وسائل الإعلام الجديد في تشكيل الوعي الصحي ومكافحة الأزمات الصحية العالمية في ظل انتشار فيروس (كوفيد-19) في الجزائر، ومعرفة طبيعة الفروق حسب المتغيرات الديموغرافية (النوع الفئات العمرية ، المهنة)، وقد أسفرت النتائج على أنه يمكن التنبؤ بالدور الإيجابي لوسائل الإعلام الجديد وسائل في تنمية الوعي الصحي ومكافحة الأزمات الصحية العالمية في ظل انتشار فيروس (كوفيد-19) في الجزائر، وأن هناك فروقاً دالة إحصائية في متوسط درجات دور وسائل الإعلام الجديد في تشكيل الوعي الصحي ومكافحة الأزمات الصحية العالمية في ظل انتشار فيروس (كوفيد-19) في الجزائر تعزى لمتغير المجال المهني، وأنه ليس هناك فروق دالة إحصائية تعزى لمتغيري الجنس والفئات العمرية.

بينما هدفت دراسة (الأمين & حمد ٢٠٢٠) ⁽¹⁵⁾ التعرف على أهمية صفحة الفيسبوك بالموقع الرسمي لوزارة الصحة السودانية في نقل المعلومات في ظل انتشار فيروس كورونا المستجد، كما سعت الدراسة إلى التعرف على مصدر الرسائل صفحة الفيس بوك بالموقع الرسمي لوزارة الصحة السودانية، وكشفت الدراسة عن اهتمام صفحة الفيس بوك بموقع الوزارة بتعزيز الوعي الصحي بنشر الأخبار المستمرة عن فيروس كورونا، وكذلك نشر رسائل التوعية الصحية بمختلف أشكالها وباستخدام

أساليب متنوعة والاعتماد على المصادر المختلفة، كما أوضحت الدراسة القصور في التفاعل والمشاركة من جانب المستخدمين بصفحة الفيسبوك على موقع وزارة الصحة السودانية؛ مما يشير إلى ضعف فعالية الصورة الثابتة في زيادة وعي المواطنين. فيما سعت دراسة (محمد، ٢٠٢٠) ⁽¹⁶⁾ التعرف على أهمية استخدام تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في المجال الصحي وكيفية توظيفها للتصدي لانتشار كوفيد ١٩، وكشفت نتائج الدراسة اهتمام الدول بتوظيف آليات الذكاء الاصطناعي، وأبرزها الروبوت في الكشف عن المرضى والمشتبه بإصابتهم بالفيروس والتعامل معهم تجنباً لانتقال العدوى، إضافة إلى استغلالها في توعية الجماهير للالتزام بالتعليقات والبقاء في منازلهم.

بينما هدفت دراسة (Wang، 2017) ⁽¹⁷⁾ إلى اقتراح نظام لجمع الشائعات والبيانات المتعلقة بها تلقائياً من محرك البحث والوسائط الاجتماعية على حد سواء والذي يتكون من جزأين، وطبقت هذه الدراسة على الشائعات المنشرة على تويتر، وقد توصلت إلى أن النظام المقترح للكشف آلياً عن الشائعات كان أكثر فاعلية من الأنظمة الأخرى.

بينما سعت دراسة (علي، 2016) ⁽¹⁸⁾ إلى التعرف على دور وسائل الإعلام في نشر الشائعات ومواجهتها وإيضاح مخاطر الشائعات، وقد توصلت إلى أن الهدف من الشائعات لفت الأنظار إلى موضوع معين، أو شخص معين، أو هيئة معينة بنسبة 80٪. وتحقيق مكاسب خاصة للفرد بنسبة 83٪.

بينما هدفت دراسة (الرواس، 2016) ⁽¹⁹⁾ إلى دراسة استخدام وسائل الاتصال وعلاقتها بانتشار الشائعات في المجتمع العماني، وقد خلصت الدراسة إلى أن نقص الوعي وضعف الرقابة على الإعلام كانوا أكثر أسباب انتشار الشائعات، كذلك إن تأخر صدور المعلومة وقلة المعلومات المتوفرة من قبل الأجهزة الأمنية كانت من أكثر الأسباب لتصديق الشائعة.

هدفت دراسة (السديري، ٢٠١٤) ⁽²⁰⁾ التعرف على طبيعة الشائعات الإلكترونية وكيفية مكافحتها ومعرفة الآثار الاجتماعية والاقتصادية والنفسية لها، ووضع تصوراً استراتيجياً لمكافحتها على مواقع التواصل الاجتماعي بهدف حماية المجتمع السعودي، وتوصلت الدراسة إلى أن موقع "تويتر" كأحد مواقع التواصل الاجتماعي يعتبر ذا صلة أساسية بترويج الشائعات، وأن الشائعات عليه أكثر سرعة منها على مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى، كما أن الشائعات تساعد على نشر الخصومة

والبغضاء بين أفراد المجتمع، وأن من الآثار الاجتماعية للشائعات إيصال المجتمع إلى ذروة الاهتزاز.

سعت دراسة (كرناف، ٢٠١٤) ⁽²¹⁾ التعرف على كيفية توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية الأمنية ضد خطر الشائعات، وتوصلت الدراسة إلى أن المعوقات التي تحد من توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية الأمنية ضد خطر الشائعات بدرجة مرتفعة جدًا هي رغبة مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي في معرفة الأخبار المثيرة، وسهولة تأثير بعض مستخدمي الشبكات بما ينشر من شائعات وضعف الأنظمة واللوائح العقابية المطبقة ضد مروجي الشائعات.

كما تناولت دراسة (عباس، 2014) ⁽²²⁾ الدور السلبي الذي يمكن أن تقوم به الوسيلة الإعلامية في تكوين الشائعة، وذلك وفقًا للممارسة الإعلامية الخاطئة للقائم بالاتصال، وقد توصلت إلى أن من الممارسات الصحفية الخاطئة التي يقوم بها الصحفيون عدم تصحيح الأخبار الخاطئة التي تنشر بها؛ مما يفتح مجالًا للشائعات، وكذلك عدم تأكد القائم بالاتصال من دقة المعلومات قبل نشرها، وانحياز القائم بالاتصال في الصحافة لطرف دون الآخر.

كما هدفت دراسة (Ying, 2010) ⁽²³⁾ إلى التعرف على الخصائص المختلفة للإشاعة في الظروف العادية والأزمات والمقارنة بينهما، ففي خلال فترة التحول الاجتماعي، تشهد الجوانب الاقتصادية والسياسية والثقافية وغيرها من الجوانب الصينية تغيرًا كاملًا وجديدًا، مصحوبًا بمجموعة متنوعة من المخاطر والأزمات، وقد توصلت الدراسة إلى أن من أسباب انتشار الشائعات الاختلالات الاجتماعية في مصادر المعلومات، وغياب الوعي العام بالأزمة، وقلة مصداقية كل من الحكومة ووسائل الإعلام، فضلًا عن جميع أنواع أوجه القصور المؤسسية.

بينما هدفت دراسة (Bing, 2009) ⁽²⁴⁾ إلى تحليل الخلفية الاجتماعية لشائعات الإنترنت من حيث التناقضات المختلفة لفترة التحول الاجتماعي والأزمة الاجتماعية، وطبقت على عينة من الشائعات المنتشرة على شبكة الإنترنت، وقد توصلت إلى أن وسائل الإعلام التقليدية تسهم في خلق موضوعات مناسبة لشائعات الإنترنت، وأيضًا انتشار الأزمات الاجتماعية يسهم بشكل كبير في انتشار شائعات الإنترنت.

ثانياً: المحور الثاني: دور شبكات التواصل الاجتماعي في مكافحة الشائعات المرتبطة بجائحة فيروس كورونا:

هدفت دراسة (Singh, 2020) (25) إلى التعرف على تأثير موقع التواصل الاجتماعي والمتمثلة في Twitter في نشر الوعي بين الجماهير فيما يتعلق بفيروس كورونا COVID-19، ومعرفة حجم المناقشات التي تحدث على Twitter فيما يتعلق بتلك الجائحة، بالإضافة إلى التعرف على تأثير Twitter في نشر المعلومات المضللة والشائعات بين الجماهير، وأشارت نتائج الدراسة إلى أنه نتيجة عدم وجود رقابة على المحتوى المنشور على مواقع التواصل الاجتماعي، لذلك كانت تلك المنصات من بين الوسائل الرئيسية التي كانت سبباً في نشر الخرافات والأساطير والمعلومات المضللة بين الجماهير.

بينما سعت دراسة (عديات، أحمد، ٢٠٢٠) (26) إلى التعرف على تفاعل المبحوثين مع طرق الوقاية من فيروس كورونا عبر صفحتي قناة المملكة الأردنية وقناة فرانس ٢٤، والتعرف على العلاقة بين متابعة المبحوثين لأساليب الوقاية من فيروس كورونا في الصفحات عينة الدراسة، وتوصلت الدراسة إلى وجود فروق في أشكال التفاعل من بين المستخدمين مع طرق الوقاية من فيروس كورونا تجاه الصفحات عينة الدراسة، حيث توصلت الدراسة إلى أن الوسائط التفاعلية كان لها تأثير كبير في تشكيل اتجاهات سبل الوقاية من فيروس كورونا.

فيما هدفت دراسة (Rajvikram, 2020) (27) إلى التعرف على الاستراتيجيات الاتصالية المستخدمة في مواجهة جائحة فيروس كورونا COVID-19، بالإضافة إلى التعرف على التقنيات التكنولوجية التي تمت الاستعانة بها في التواصل مع الجماهير المتنوعة للوقاية من انتشار فيروس كورونا COVID-19، ومعرفة التحديات التي واجهت تلك المنظمات الطبية في نشر الوعي بين الجماهير فيما يتعلق بالفيروسات الحديثة، والتعرف على دور وسائل الإعلام فيما يتعلق بتوظيفها في الحملات التي تسهم في الحد من انتشار تلك الفيروسات أو الأوبئة، وأشارت نتائج الدراسة إلى أن تضارب الأخبار والمعلومات الصادرة من المنظمات الطبية يعد من بين أهم التحديات التي تواجه المنظمات العالمية في تطبيق استراتيجياتها الاتصالية، الأمر الذي يسبب حالة من الارتباك لدى الجمهور في اتباع الإجراءات والطرق السليمة للوقاية ومنع انتشار الفيروسات، كذلك أشارت نتائج الدراسة إلى أنه من بين الاستراتيجيات التي تعتمد عليها المنظمات فيما يتعلق

بالتعامل مع الفيروسات والأوبئة الحديثة مثل فيروس كورونا COVID-19، استراتيجية التخويف Intimidation، وذلك بهدف عدم تهوين تعامل الجمهور مع تلك الفيروسات، وذلك من خلال نشر الأخبار المتعلقة بالخسائر الفادحة التي أحدثها ذلك الفيروس على مستوى العالم، وحجم الوفيات التي خلفها في خلال أشهر قليلة.

وسعت دراسة (Chen, 2020) ⁽²⁸⁾ إلى الكشف عن كيفية توظيف الاستراتيجيات الاتصالية في التعامل مع فيروس COVID-19 عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي، والتعرف على الاستراتيجيات التي تتبعها الدولة فيما يتعلق بالمعالجة الإعلامية لأزمة فيروس كورونا، بالإضافة إلى التعرف على أهمية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ضمن تلك الاستراتيجيات الاتصالية، وأشارت نتائج الدراسة إلى أنه من بين الاستراتيجيات التي تستخدمها الدول في محاولة دمج المجتمع في مواجهة فيروس كورونا هي محاولة استخدام الوسائل الاتصالية القريبة والمتاحة لدى الجمهور والمتمثلة في مواقع التواصل الاجتماعي لتحقيق هذا الدمج في المجتمع، بينما أكدت الدراسة أهمية دوائر النقاش Discussion loop بين الجماهير وبين الجهات الصحية المعنية، حيث أكدت الدراسة على أهمية مثل تلك الحوارات والنقاشات في زيادة اهتمام الجمهور، وزيادة نسبة الوعي لديهم فيما يتعلق بالأمور التي تؤدي إلى تسريع وتيرة القضاء على الفيروس في أقرب وقت.

واستهدفت دراسة (التوم، ٢٠١٩) ⁽²⁹⁾ تحديد مضمون الشائعة وأنواعها وأسلوبها وأغراضها والمستهدفين منها من خلال الاعتماد على موقع التواصل الاجتماعي "تويتر"، وتوصلت الدراسة إلى أن مضمون الشائعة يأخذ أشكالاً وأنواعاً متعددة، ترتبط غالباً بطبيعة الظروف والمواقف التي تظهر فيها، وتكون موجهة إلى أفراد ورموز مجتمعية، أو جماعات، أو حركات، أو تنظيمات، أو مجتمعات تربطهم عوامل معينة كعامل العرق، أو الدين، أو حتى قضية تمثل رابطاً بينهم، وتتعدد الأغراض من الشائعة ما بين تأجيج المجتمع ضد الدولة، وتأجيج العاطفة الدينية، وزعزعة الأمن، كما أكدت الدراسة أن الشائعات تنوعت ما بين الشائعات الدينية، والشائعات الأمنية، والشائعات العلمية، وتنوع أيضاً أسلوب الشائعة على الترتيب؛ أسلوب الاستفزاز يليه أسلوب التخويف ثم أسلوب الاستغلال، وأخيراً أسلوب السخرية.

فيما سعت دراسة (الهادي، 2017) ⁽³⁰⁾ إلى التعرف على الشائعات المنتشرة على مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في إحداث العنف والصراع السياسي بين الشباب

الجامعي، وقد توصلت إلى أن من أهم أهداف الشائعات على مواقع التواصل نشر العنف والصراع السياسي، يليه تفكك المجتمع، يليه إثارة الفوضى والبلبلة بين أفراد المجتمع، وأخيرًا تدمير النظام القيمي والسلام المجتمعي.

وهدف دراسة (الفرم، ٢٠١٦)⁽³¹⁾ تقييم الدور الاتصالي للمؤسسات الطبية في التوعية تجاه فيروس كورونا، من خلال التعرف على استخدام وتوظيف المدن الطبية بمدينة الرياض ومستشفياتها الحكومية لشبكات التواصل الاجتماعي (يوتيوب، فيسبوك، تويتر) في استراتيجيات التوعية الصحية لمرض كورونا، وتوصلت الدراسة إلى أنه على الرغم من انتشار شبكات التواصل الاجتماعي في المملكة العربية السعودية؛ فإن (٧٣٪) من المدن الطبية بمدينة الرياض ومستشفياتها الحكومية لا تمتلك منصات على شبكات التواصل الاجتماعي (يوتيوب، فيسبوك، تويتر) لاستخدامها في برامج التوعية الصحية، كذلك كشفت الدراسة أن (٦٠٪) من المدن الطبية في الرياض لم تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي المتاحة في التوعية حيال مرض كورونا؛ مما يعني عدم وجود استراتيجية وطنية متماسكة تسهم من خلالها كافة المدن الطبية ومستشفياتها الحكومية في الانخراط في الجهد الوطني الصحي.

كما سعت دراسة (صفوت، 2015)⁽³²⁾ إلى استكشاف دور شبكات التواصل الاجتماعي في ترويج الشائعات وتحديد سبل مواجهتها، وأسباب انتشارها، وتوصلت إلى أن قلة الوعي وافتقاد الشفافية وانعدام الحوار كانوا أكثر الأسباب لانتشار الشائعات على شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة 60٪.

فيما هدفت دراسة (Vosoughi، 2015)⁽³³⁾ إلى التعرف على دور الكشف الآلي في التحقق من الشائعات على موقع التواصل الاجتماعي "تويتر"؛ نظرًا لانتشار المعلومات الخبيثة الخاطئة أو غير المقصودة في وسائل التواصل الاجتماعي، خاصة في المواقف الحساسة مثل حالات الطوارئ في العالم الواقعي، والتي يمكن أن يكون لها آثار ضارة على الأفراد والمجتمع، وقد توصلت الدراسة إلى أن الكشف الآلي قادر على التنبؤ بصدق الشائعات بدقة 75٪، وقد يكون له القدرة على تتبع الشائعات والتنبؤ بنتائجها للمستهلكين في الأخبار، والأسواق المالية، والصحفيين، وخدمات الطوارئ، وبشكل أعم للمساعدة في الحد من تأثير المعلومات الكاذبة على "تويتر".

بينما جاءت دراسة (Lee، 2014)⁽³⁴⁾ للكشف عن الدوافع التي تنتقل من أجلها الشائعات، وافترضت الدراسة أن الشائعات الإعلامية تنتقل للحصول على الامتيازات النفعية، في حين تنتقل الشائعات المثيرة غير القابلة للتصديق من أجل

الإشباع الهادئ، وقد توصلت إلى أن قيمة المعلومات التي تتضمنها الشائعة كان لها تأثير كبير غير مباشر على الدوافع النفسية (أي الدافع لتقصي الحقائق والحافز الذي يقدم المعلومات) للشائعات، وأن الدوافع النفسية لها دور في انتقال الشائعات وانتشارها، وتعدد وسائل نقل الشائعات فهي ليست قاصرة على مصدر واحد.

وهدف دراسة (Mingha, 2012)⁽³⁵⁾ إلى استكشاف ديناميكية انتشار الشائعات على وسائل الإعلام الاجتماعية في السياق الصيني، من خلال الجمع بين الأساليب الكمية والنوعية على أساس الإطار النظري عند القيام بذلك، وقد توصلت إلى أن وسائل الإعلام الاجتماعية تخلق بيئة افتراضية خصبة لمستخدمي الإنترنت لانتشار الشائعات، حيث إنها منصة لتدفق المعلومات، خاصة الأخبار، ويرى أكثر من 70% أن وسائل الإعلام الاجتماعية لها تأثير قوي على انتشار الشائعات في السياق الصيني، وأن الشائعات حتمية في مجال الإنترنت في الصين في الوقت الحاضر.

التعقيب على الدراسات السابقة

أفاد اطلاع الباحث على الدراسات السابقة في صياغة المشكلة البحثية للدراسة الراهنة، وبلورتها وتحديد أبعادها بدقة، وفي اختيار المنهج والأدوات بصورة منهجية سليمة، كما وفرت الدراسات السابقة كمًا من المعلومات النظرية التي تعد مصدرًا ثانويًا مهمًا للمعلومات تم توظيفها في الإطار الفكري للدراسة الراهنة، بالإضافة إلى توظيفها في تفسير النتائج التحليلية للدراسة، حيث لاحظ الباحث اختلاف تناول الدراسات السابقة لدور وسائل الإعلام والمنصات الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي في تعاملها مع الشائعات؛ ما بين دور إيجابي في مواجهة الشائعات وآخر سلبي في نشر الشائعات، وفي هذا الإطار ركزت الدراسات السابقة الخاصة بالشائعات والتصدي لها على أربع أفكار رئيسية:

الفكرة الأولى ركزت فيها الدراسات والأوراق البحثية على دور وسائل الإعلام في نشر الوعي الصحي، ومنها دراسة (نادية حافظ، ٢٠٢٠) ودراسة (عيشة علة، ٢٠٢٠)، بينما دارت الفكرة الثانية عن الدور السلبي لوسائل الإعلام في نشر الشائعات ومنها دراسة (حمود أحمد علي، ٢٠١٨) ودراسة (أنور محمد الرواس، ٢٠١٦) ودراسة (ممدوح السيد، ٢٠١٧)، فيما دارت الفكرة الثالثة عن دور شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية والوقاية من الشائعات، ومنها دراسة (هشام محمد عباس، ٢٠١٤) ودراسة (Qiang Chen، ٢٠٢٠)، ودراسة (Lisa Singh، 2020)، حيث إن معظم الدراسات ركزت على دور وسائل الإعلام والمنصات الإلكترونية في مواجهة

الشائعات وخاصة شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الجماهير، وغلب على الدراسات الطابع التطبيقي، وأن الدراسات التي اهتمت بالتصدي للشائعات عن طريق توظيف تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي كانت قليلة؛ والتي تمثلت في دراسة (محمد محمد، ٢٠٢٠)، ودراسة (Rajvikram Madurai Elavarasan, 2020)، في مقابل الدراسات التي اهتمت بنشر الوعي الصحي مثل دراسة (نادية حافظ، ٢٠٢٠) ودراسة (عيشة علة، ٢٠٢٠م).

مشكلة الدراسة:

في ضوء ما انتهت إليه نتائج الدراسات السابقة من وجود تحديات كبيرة واجهت وسائل الإعلام والحكومات خلال تفشي وباء فيروس كورونا المستجد وما تبعه من انتشار كبير للشائعات، وما أشارت إليه من تأثير التغطية الإعلامية المتحيزة والمضلة لوباء كورونا على أزمة الصحة العامة في مختلف البلدان، خاصة على الصحة النفسية للمواطنين، وتشويه صورة الدولة، وما خلصت إليه من أن انتشار الشائعات والأخبار الزائفة في تناول وباء كورونا؛ قد أدى إلى وجود حالة من القلق والشعور بالانكئاب لدى المواطنين، وما أظهرته نتائج بعض الدراسات الأخرى من أهمية المواقع والمنصات الرسمية الإلكترونية في التصدي للشائعات، وتوفير المعلومات الدقيقة للجمهور فيما يتعلق بتفشي جائحة كورونا، بهدف تنمية الوعي ضد الوباء، تتحدد مشكلة الدراسة في رصد وتحليل وتفسير دور هيئة مكافحة الإشاعات بالمملكة العربية السعودية في التصدي وتعقب الإشاعات والأخبار الزائفة المرتبطة بفيروس كورونا، والآليات والاستراتيجيات التي توظفها للمواجهة، والشبكات التفاعلية التي تستخدمها في التواصل مع الجمهور.

أهمية الدراسة:

- 1- يلبى البحث حاجة ملحة في توعية المجتمع والجمهور بمخاطر الإشاعات والأخبار الزائفة التي تنقل عن طريق وسائل الإعلام والشبكات الاجتماعية، بما يهدد استقرار المجتمع، وإثارة الذعر بين المواطنين، وفقدان الثقة في مراكز الرعاية الصحية الوطنية.
- 2- إثارة الاهتمام العلمي باستراتيجيات التكثيف المعلوماتي لمواجهة الإشاعات عن طريق المنصات المتعددة لإطلاق المعلومات لكل أنظمة التشغيل المحتملة، وصولاً للجمهور المستهدف.
- 3- إلقاء نظرة على الآليات والاستراتيجيات المتطورة والفاعلة في رصد وتعقب ومكافحة الإشاعات بطرق علمية، من خلال المنصات الإلكترونية المؤسسية، ودورها في الكشف عن الحسابات الوهمية على شبكات التواصل الاجتماعي.

4- كما تبرز أهمية الدراسة في أنها تأتي في ظل تنامي خطر وباء (كوفيد19)، واتساع رقعته؛ مما يتطلب ضرورة العمل على وضع مجموعة من الأساليب والآليات التي تعمل على الحد من انتشار وتغلغل الإشاعات، والأخبار الزائفة.

5- تعد من الدراسات القليلة التي تبحث في آليات واستراتيجيات رصد وتعقب الإشاعات والأخبار الزائفة من خلال منصات إلكترونية قائمة على منهجية علمية دقيقة. أهداف الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق هدف رئيس وهو التعرف على كيفية إسهام هيئة مكافحة الإشاعات بالمملكة العربية السعودية في تعقب الإشاعات، والأخبار الزائفة المرتبطة بجائحة فيروس كورونا(كوفيد19) أثناء فترة الإغلاق العام بالمملكة، ويتفرع عن هذا الهدف مجموعة من الأهداف الفرعية، على النحو التالي:

1. التعرف على طبيعة القضايا التي تتناولها الشائعات الأكثر انتشارًا والمتعلقة

ب(كوفيد19) كما عرضها حساب هيئة مكافحة الإشاعات السعودية.

2. التعرف على الفئات المستهدفة من نشر الإشاعات على منصة هيئة مكافحة الإشاعات السعودية.

3. الكشف عن أنواع الشبكات التفاعلية المستخدمة في الرد على الشائعات.

4. إظهار أنماط التفاعل والمشاركة للجمهور السعودي على المنصة، فيما يتعلق بمكافحتها للشائعات، والأخبار الزائفة.

5. التعرف على توظيف العناصر البنائية في محاربة الشائعات والأخبار الزائفة الخاصة بفيروس كورونا على منصة هيئة مكافحة الإشاعات السعودية.

6. التعرف على مصادر الإشاعات المرتبطة بجائحة فيروس كورونا على منصة هيئة مكافحة الإشاعات السعودية خلال فترة الدراسة.

7. التعرف على دوافع مروجي الشائعات المرتبطة بوباء فيروس كورونا.

8. الكشف عن أهداف الشائعات المرتبطة بوباء فيروس كورونا كما عرضها حساب هيئة مكافحة الإشاعات السعودية.

9. التعرف على الآليات والاستراتيجيات المتبعة في التحقق من الشائعات، والأخبار الزائفة من منظور منصة هيئة مكافحة الإشاعات السعودية.

المدخل النظري:

تستند هذه الدراسة إلى نظرية ثراء وسائل الإعلام Media Richness Theory،

حيث تستخدم هذه النظرية لدراسة معايير الاختيار بين الوسائل الإعلامية والتكنولوجية

وفقاً لدرجة ثرائها المعلوماتي، وتوضح نظرية ثراء وسائل الإعلام أن فعالية الاتصال يعتمد على القدر الذي تستخدم به الوسيلة، وتركز النظرية بشكل أكبر على الأشكال التفاعلية للاتصال في اتجاهين بين القائم بالاتصال والجمهور المستقبل للرسالة، وطبقاً لنظرية ثراء وسائل الإعلام؛ فإن الوسائل الإعلامية التي توفر رجوع صدى تكون أكثر ثراء، فكلما قل الغموض كلما كان الاتصال الفعال أكثر حدوداً.

وتتظر النظرية لوسائل إعلامية مثل الصحف والإذاعة، والتلفزيون على أنها فقيرة؛ لأنها لا تسمح برفع صدى سريع ومباشر، كما تفترض النظرية أن وسائل الإعلام لديها القدرة على حل الغموض الذي يواجه الجمهور، وتقديم تفسيرات متنوعة وتسهل عملية الفهم على الجمهور المستقبل للرسالة، فثراء المعلومات هو العملية التي تقوم فيها المعلومات بتخفيض درجة الغموض، وإيجاد مساحة من المعاني المشتركة باستخدام وسيلة اتصالية معينة⁽³⁶⁾ (Jefferson, 2009: 12-20)، لذا، فإن مصطلح ثراء الوسيلة هو الأداة الفعلية التي يمكن من خلالها قياس ثراء المعلومة، وتفرق نظرية ثراء وسائل الإعلام بين الوسائل الأقل والأكثر ثراء من خلال عدد المواقف المتاحة في الوسيلة، ويفترض هذا المدخل أن الاتصال عبر الكمبيوتر هو وسيلة ثرية، فهو مفيد للرسالة البسيطة وغير البسيطة، وهو أكثر دقة بسبب وظائف العرض والجمهور والتفاعلية التي تعد ضرورية، فالمستقبل لكي يفهم المعلومات التي تكون غير واضحة، أو غامضة، أو عاطفية فإنه يجب استخدام وسيلة أكثر ثراءً (Dawn Marie Fichera, 2009: 6-11)⁽³⁷⁾

وقد افترض Daft & Lengel (Ali Nabeeh Aiyed, 2008: 11-12)⁽³⁸⁾ أن وسائل الاتصال تمتلك العديد من القدرات والإمكانات لتوصيل المعلومات والمعارف لمستخدميها؛ وبالتالي تساعد في حل مشكلات الغموض، وتمكين مستخدميها من الوصول لحلول للخلافات في الرأي وتسهيل التفاهم بين الناس، وأن هذه الوسائل تتنوع في ثرائها المعلوماتي على أساس قدرتها في تسهيل هذا المعنى المشترك في فترة زمنية محددة، وأن هناك عوامل أربعة تؤثر في ثراء تلك الوسائل، هي: قدرة الوسيط الإعلامي على نقل المؤثرات المتعددة من نبرات الصوت، والإيماءات، وفورية التغذية المرتدة، وتنوع اللغة، والتركيز الشخصي للوسيلة الإعلامية، وتشير النظرية إلى أن وسائل الإعلام الأكثر ثراءً تمكن المستخدمين من الاتصال بسرعة أكبر وأن يفهموا الرسائل الغامضة والمبهمة بصورة أفضل، وأفاد الباحث من تطبيق هذه النظرية في مجال الدراسة لتفسير مدى ثراء الاتصال التفاعلي عبر شبكات التواصل الاجتماعي (تويتر، فيسبوك، انستجرام، يوتيوب،

سنا ب شات، لينكد إن، واتساب وتليجرام) أثناء جائحة فيروس كورونا المستجد، وتوظيف خصائصه التفاعلية في رصد وتعقب الإشاعات والأخبار الزائفة المرتبطة بالجائحة من قبل هيئة الإشاعات السعودية، ومدى مشاركة المعلومات مع الجمهور المستهدف، وتعليمهم ودعمهم في الأزمة للحد من خطر المعلومات المضللة.

تساؤلات الدراسة:

- 1- ما طبيعة القضايا التي تناولتها الشائعات الأكثر انتشارًا والمتعلقة ب(كوفيد19) كما عرضها حساب هيئة مكافحة الإشاعات السعودية؟
- 2- ما الفئات المستهدفة من نشر الإشاعات على منصة هيئة مكافحة الإشاعات السعودية؟
- 3- ما أنواع الشبكات التفاعلية المستخدمة في الرد على الشائعات؟
- 4- إلى أي مدى أظهر حساب هيئة مكافحة الإشاعات السعودية أنماط التفاعل والمشاركة للجمهور السعودي على المنصة، فيما يتعلق بوباء فيروس كورونا؟
- 5- كيف استخدم حساب هيئة مكافحة الإشاعات السعودية العناصر البنائية في محاربة الشائعات والأخبار الزائفة المتعلقة بفيروس كورونا؟
- 6- ما مصادر الإشاعات المرتبطة بجائحة فيروس كورونا على منصة هيئة مكافحة الإشاعات السعودية خلال فترة الدراسة؟
- 7- ما دوافع مروجي الشائعات المرتبطة بوباء فيروس كورونا كما عرضها حساب هيئة مكافحة الإشاعات السعودية؟
- 8- ما أهداف الشائعات المرتبطة بوباء فيروس كورونا كما عرضها حساب هيئة مكافحة الإشاعات السعودية؟
- 9- ما الآليات والاستراتيجيات المتبعة في التحقق من الشائعات والأخبار الزائفة كما عرضها حساب هيئة مكافحة الإشاعات السعودية؟

الإجراءات المنهجية للدراسة:

نوع الدراسة:

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تستهدف وصف المواقف أو الظواهر والأحداث وجمع الحقائق الدقيقة عنها، بهدف تحديدها تحديدًا دقيقًا، ورسم صورة متكاملة لها تتسم بالواقعية والدقة، بما يساعد على القياس الكمي وخضوع البيانات للتحليل الكيفي؛ مما يساعد على إمكانية التعميم والتنبؤ، وتهدف هذه الدراسة

استخلاص البيانات والدلالات المترتبة على دور المنصات الإلكترونية في مكافحة الإشاعات أثناء جائحة كوفيد19 في المملكة العربية السعودية.
منهج الدراسة:

وظفت الدراسة الراهنة منهج المسح بشقيه الوصفي والتفسيري؛ باعتباره جهداً علمياً منظماً يساعد في الحصول على المعلومات والبيانات الخاصة بالظاهرة التي يتم دراستها، كما يعد هذا المنهج من أبرز المناهج المستخدمة في توصيف وتحليل الشائعات وكيفية مواجهتها.

أداة جمع البيانات:

اعتمد الباحث على استمارة تحليل المضمون لجمع البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة، حيث تكوّنت الأداة من تسعة محاور رئيسة، وهي: (طبيعة قضايا الشائعات- الفئات المستهدفة من الشائعات- أنواع الشبكات التفاعلية- أنماط التفاعل والمشاركة- العناصر البنائية المستخدمة في التصدي للشائعات- مصادر الشائعات- دوافع مروجي الشائعات- أهداف الشائعات- الاستراتيجيات المتبعة في التحقق من الشائعات).

مجتمع وعينة الدراسة:

تمثل مجتمع الدراسة في الحساب الرسمي لهيئة مكافحة الإشاعات السعودية على المنصة وتشمل حساباتها على مواقع التواصل وتشمل (تويتر، فيسبوك، انستجرام، يوتيوب، سناب شات، لينكد إن، واتساب وتليجرام)، وكانت هذه الشبكات مصدرًا مهمًا لرصد وتعقب ومكافحة الإشاعات المرتبطة بكوفيد19، وشملت العينة حصراً شاملاً لجميع الردود على الشائعات التي نشرتها هيئة مكافحة الإشاعات السعودية، والمرتبطة بجائحة فيروس كورونا، خلال الفترة من 1 مارس 2020 وحتى 31 مايو 2020، حيث تم اختيار هذه الفترة نظراً لبداية انتشار فيروس كورونا في المملكة العربية السعودية والعالم، وبدء العمل بالإجراءات الاحترازية والتي يأتي على رأسها فرض الإغلاق التام وتعليق حركة الطيران، وبلغت عينة التحليل (77) منشوراً خلال فترة التحليل، كما يوضح الجدول التالي:

جدول (١) يوضح توزيع المنشورات الخاضعة للتحليل

الشهر	عدد المنشورات
مارس	٤١
أبريل	٢٣
مايو	١٣
المجموع	٧٧

اختبارا الصدق والثبات:

تم إجراء قياس الصدق لأدوات جمع البيانات من خلال أسلوب صدق التحكيم، بحيث تقيس الأداة ما صممت لأجله.

إجراءات الصدق والثبات للدراسة:

أولاً: صدق الاستمارة: يقصد بالصدق اتفاق المحكمين على أن أداة القياس صالحة لتحقيق أهداف الدراسة، ويطلق عليه الصدق الظاهري، ومن ثم قام الباحث بالتحقق من صدق استمارة الاستبانة بتحكيما من عدد من الأساتذة المتخصصين في مجال الإعلام، وأجرى التعديلات اللازمة على الاستمارة بناء على توجيهاتهم لوضع الاستمارة في صورتها النهائية*.

مفاهيم الدراسة:

المنصات الإلكترونية:

هي "بيئة تفاعلية توظف تقنية الويب وتجمع بين مميزات إدارة المحتوى الإلكتروني وبين شبكات التواصل الاجتماعي، وتقدم العديد من الوظائف وتحتوي على العديد من الأدوات التي توظفها في خدمة تقديم المحتوى الإخباري للجمهور.

الشائعات:

هي "خبر أو مجموعة من الأخبار الزائفة التي تنتشر في المجتمع بشكل سريع ويتم تداولها بين العامة ظناً منهم في صحتها، ودائماً ما تكون هذه الأخبار شيقة ومثيرة، وتفتقر الشائعة عادة إلى المصدر الموثوق الذي يحمل أدلة على صحتها، وتهدف هذه الأخبار إلى التأثير على الروح المعنوية والبلبة وزرع بذور الشك، وقد تكون هذه الشائعة ذات طابع عسكري، أو سياسي، أو اقتصادي، أو اجتماعي" (التوم، ٢٠١٦).

مواقع التواصل الاجتماعي:

هي عبارة عن "تجمعات لأشخاص في شكل مجموعات تواصل عبر مواقع إلكترونية ذات طابع اجتماعي على شبكة الإنترنت، تحاول أن تقدم واقعا افتراضيا يجذب الأشخاص من مختلف الأعمار والأجناس ومن كافة أنحاء العالم، وهذه المجموعات تربطها اهتمامات ونشاطات مشتركة برغم اختلاف أعمارهم ووعيهم وتفكيرهم وثقافتهم وأماكن تواجدهم (عبد اللطيف، ٢٠١٢) (39).

فيروس كورونا المستجد:

فيروسات كورونا فضيلة واسعة الانتشار معروفة بأنها تسبب أمراضاً تتراوح من نزلات البرد الشائعة إلى الاعتلالات الأشد وطأة، مثل متلازمة الشرق الأوسط التنفسية (MERS) ومتلازمة الالتهاب الرئوي الحاد الوخيم (السارس)⁽⁴⁰⁾.

مصادر الشائعات:

هي "المصادر التي قامت بنشر الشائعة، وتضمنت المصادر الداخلية الجهات التي تنشر الشائعات وتحمل اسم جهة من داخل المملكة العربية السعودية، بينما تضمنت المصادر الخارجية الجهات التي تنشر الشائعات وتحمل اسم جهة من خارج المملكة العربية السعودية.

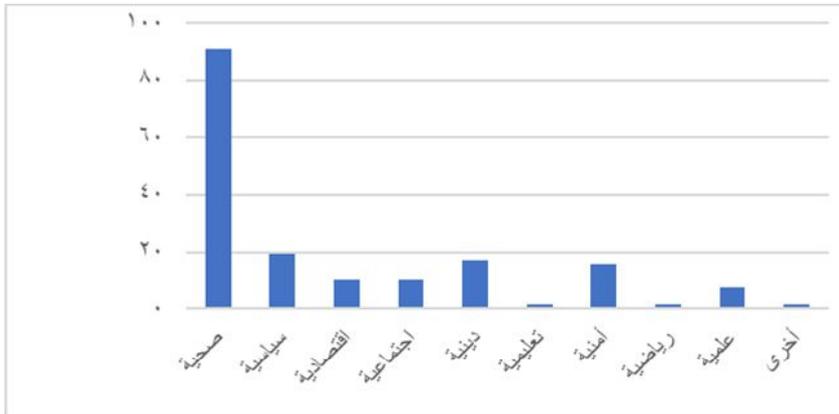
أساليب المعالجة الإحصائية:

بعد الانتهاء من جمع البيانات، تم إدخالها بعد ترميزها ثم القيام بمعالجتها واستخراج البيانات الإحصائية، باستخدام برنامج الـ SPSS حيث تم إجراء الإحصاءات التالية: النسب والتكرارات البسيطة.

نتائج الدراسة:

تتضمن نتائج الدراسة شقين أساسيين، الشق الأول: يتعرض للنتائج العامة للدراسة، بينما يتضمن الشق الثاني: مناقشة نتائج الدراسة، وذلك على النحو التالي:

أولاً: النتائج العامة للدراسة:



شكل (1) يوضح طبيعة القضايا التي تناولتها الشائعات

تظهر بيانات الشكل رقم (1) تنوع طبيعة القضايا التي تناولتها الشائعات التي تم رصدها من خلال هيئة مكافحة الإشاعات بالمملكة العربية السعودية أثناء أزمة جائحة كورونا، حيث جاءت الشائعات الصحية في الترتيب الأول بنسبة 90% من إجمالي

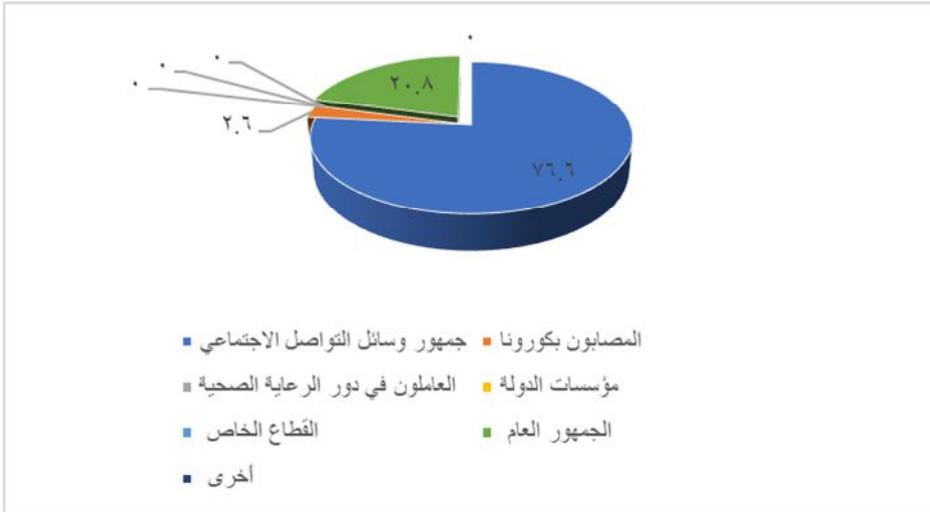
الشائعات، يليها في الترتيب الثاني الشائعات السياسية بنسبة 20% من الإجمالي، ثم الشائعات الدينية بنسبة 17%، يليها الشائعات الأمنية بنسبة 16%، ثم الشائعات الاجتماعية، والاقتصادية بنسبة 10% لكل منهما، ثم الشائعات العلمية بنسبة 8%، بينما سجلت الشائعات التعليمية، والرياضية وفئة أخرى والتي تضمنت القضايا الفنية نسبةً ضعيفة مقارنة بباقي الشائعات والتي تم تناولها خلال الأزمة .

ويشير الشكل السابق إلى التفاوت الكبير في طرح الشائعات التي قامت الهيئة بالرد عليها؛ وذلك تبعاً لأهميتها للجمهور المستهدف كما تراها الهيئة، وهذا ما يفسر تصدر الشائعات ذات المضامين الصحية أجندة عمل الهيئة لإدراكها أن الجمهور هو المستهدف الرئيس سواء أكان على المستوى الفردي أو المؤسسي، وكانت أشكال القضايا الصحية الأكثر بروزاً، والقضايا التي تتعلق بمراكز الرعاية الصحية على مستوى القطاعات الصحية بالمملكة العربية السعودية، ودول أخرى، والمصابين بفيروس كورونا، وضحايا الوباء، والإمدادات الطبية، وبرتوكولات العلاج، كما كان هناك ربط بين القضايا الصحية والشأن الاقتصادي؛ وهذا ما يوضحه وجود أنماط من الشائعات المرتبطة بالجانب الاقتصادي التي تمثلت في ارتفاع الأسعار غير المبرر نتيجة عدم الاستقرار في الأسواق العالمية لكثير من السلع، والمشتقات البترولية.

وجاء الاهتمام بالقضايا السياسية والأمنية متماشياً مع القرارات السياسية التي اتخذتها الدول على مستوى العالم في محاولة لتحقيق الاستقرار الأمني؛ حيث روجت كثير من الشائعات الأخبار الزائفة التي من شأنها نشر الخوف والذعر بين الجماهير، وعلى صعيد الاهتمام بالقضايا الدينية، توضح البيانات أن هناك العديد من المنشورات التي وظفت الجانب الديني في محاولة إحداث تأثيرات عاطفية على الجماهير (كصورة مفبركة توضح صلاة غير المسلمين تضامناً معهم)، وهذا ما اتفق مع دراسة (خالد التوم، 2014) في تصدر القضايا الدينية وما ارتبط بها من إثارة عاطفية على الجماهير، كما كان هناك إسقاط على أن كورونا جاءت كنتيجة لانتشار الديسكوهات والملاهي الليلية في المملكة، وفيما يخص القضايا الأمنية للشائعات أظهرت البيانات العديد من المنشورات المفبركة والمطروحة على لسان وزارة الداخلية؛ مما يستهدف المساس بأمن المواطنين.

وفيما يتعلق بالقضايا الرياضية، كشفت النتائج عن استغلال مروجي الشائعات الصور المفبركة لنشر التضليل الإعلامي، بتصوير التجمعات الرياضية بأنها احتجاجات للجماهير ضد كورونا، وفيما يتعلق بالقضايا العلمية فقد تمثلت في إحداث بعض البلبلة

بنشر منشورات حول اقتراب كوكب من الأرض، وكل ما يخص نتائج الأبحاث العلمية حول اللقاح.

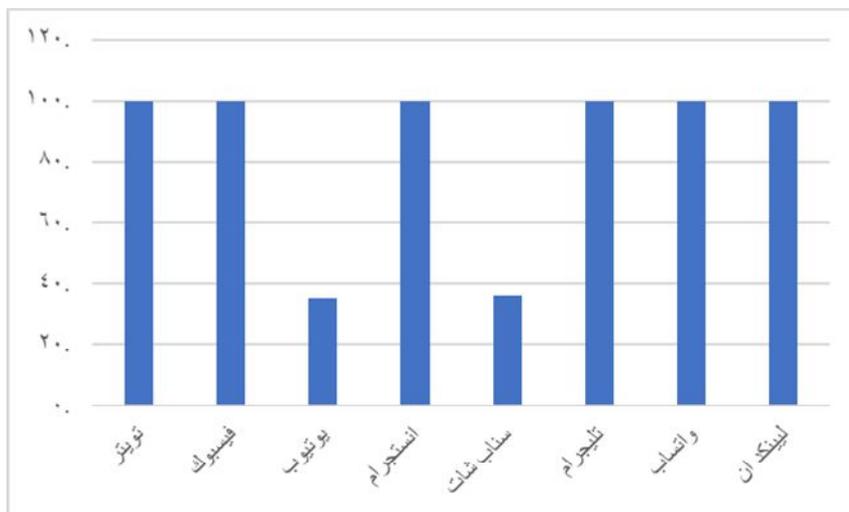


شكل (٢) يوضح الفئات المستهدفة من نشر الشائعات

توضح بيانات الشكل رقم (2)، الفئات المستهدفة من نشر الشائعات، والتي رصدتها هيئة مكافحة الإشاعات السعودية، وجاء في مقدمتها جمهور وسائل التواصل الاجتماعي بنسبة 76.6%، ثم الجمهور العام بنسبة 20.8%، ثم المصابون بفيروس كورونا بنسبة 2.6%، وربما يمكن تفسير ذلك في ضوء أن مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي قد تم توظيفهم بشكل مباشر؛ لبث الخوف والذعر في نفوس المواطنين من خلال المعلومات الكاذبة والمضللة المتعلقة بالوباء، حيث أدى الاهتمام المتزايد للمستخدمين بمشاركة التعليقات والمعلومات غير الموثوقة إلى نمو المعلومات الخاطئة، والتي مثلت واحدة من المشكلات الرئيسية على شبكات التواصل الاجتماعي أثناء الأزمة، فشبكات التواصل الاجتماعي تمثل سلاحًا ذا حدين، فمن جهة تستهدف نشر المعلومات وتوعية الجماهير ومن جهة أخرى فهي تنشر الذعر والخوف بين المواطنين إذا ما تم استغلالها بشكل غير مناسب، وهي مجال واسع لنشر الشائعات.

ومن الشائعات التي تم الرد عليها وتستهدف الجمهور العام شائعة تقديم وزارة الحج السعودية ألف رحلة حج مجانية بمناسبة فك الحظر، وتم الرد عليها من خلال الاستشهاد ببيان رسمي لسفارة المملكة العربية السعودية بالقاهرة تحذر فيه من الإعلانات الوهمية لرحلات الحج والعمرة، كما أنه من الشائعات التي استهدفت جمهور وسائل التواصل الاجتماعي نشر تغريدة منسوبة لوزارة الصحة السعودية عن تسجيل حالات إصابة

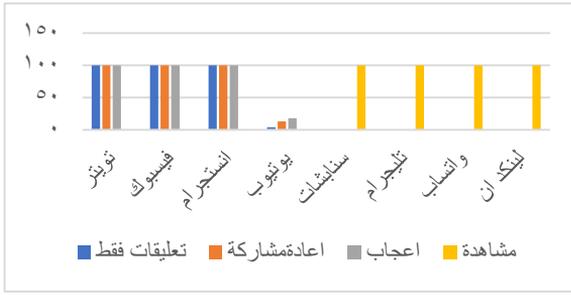
بفيروس كورونا في أحد الأسواق التجارية في الرياض، وتم الرد عليها من خلال نفي وزارة الصحة لها رسميًا.



شكل (٣) يوضح أنواع الشبكات التفاعلية المستخدمة في الرد على الشائعات

يوضح الشكل رقم (٣) أنواع الشبكات التفاعلية المستخدمة من قبل هيئة مكافحة الشائعات السعودية في الرد على الشائعات؛ حيث وظفت الهيئة شبكات التواصل بشكل مكثف، فقد اهتمت بالرد على الشائعات من خلال توظيف أبرز أنواع شبكات التواصل الاجتماعي والتي تمثلت في (تويتر، فيسبوك، إنستجرام، تليجرام وواتساب ولينكد إن) بنسبة بلغت (١٠٠٪)؛ مما يتناسب مع رغبات الجماهير المختلفة، يليهم (السناب شات) بنسبة بلغت (٣٦٪)، يليه (اليوتيوب) بنسبة بلغت (٣٥.١٪).

ومن التحليل السابق نجد اهتمام هيئة مكافحة الإشاعات بتوظيف شبكات التواصل الاجتماعي بمختلف أنواعها؛ وذلك للوصول للجماهير التي تستخدم الشبكات المختلفة، حيث وظفت أبرز الشبكات الاجتماعية والمتمثلة في (تويتر والفيسبوك وإنستجرام والسناب شات) في محاولة لاستقطاب جميع الجماهير والوصول إليهم كل حسب اهتمامه، وهذه النتائج تختلف مع نتائج دراسة (خالد الفرم، ٢٠١٦) التي أكدت على ضعف الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي في المملكة العربية السعودية أثناء جائحة كورونا.



شكل (٤) يوضح أنماط التفاعل والمشاركة للمستخدمين لشبكات التواصل الاجتماعي

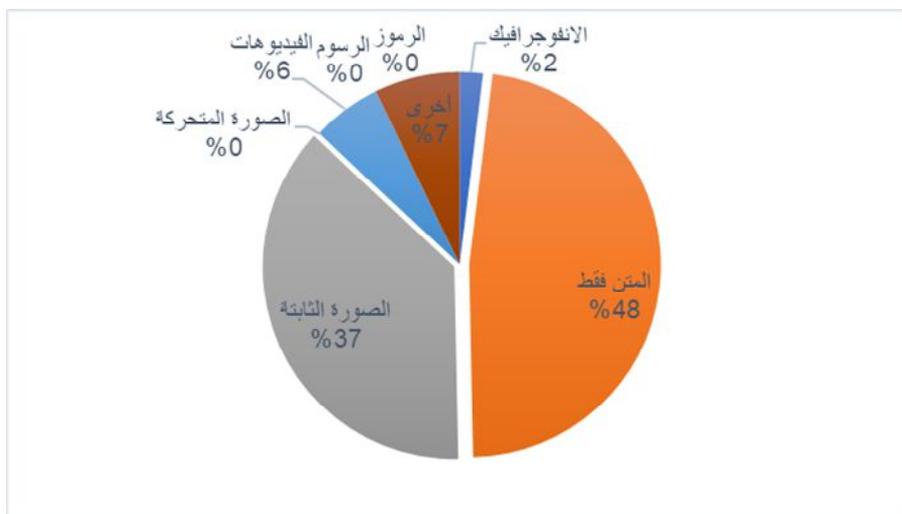
يشير الشكل رقم (٤) إلى أنماط التفاعل والمشاركة للمستخدمين لشبكات التواصل الاجتماعي في ضوء اهتمام هيئة مكافحة الإشاعات السعودية بالرد على الشائعات؛ كنتيجة لتوظيف الهيئة لشبكات التواصل بشكل مكثف في الرد على الشائعات، جاء في المقابل اهتمامًا ملحوظًا من الجماهير بالتفاعل بأنماط مختلفة تنوعت بين إعادة المشاركة والتعليقات والإعجاب والمشاهدة، اتفق تويتر والفيس بوك والإنستجرام في أنماط التفاعل والتي تمثلت في التعليقات وإعادة المشاركة والإعجاب بنسبة بلغت (١٠٠٪)، فيما تشابه سناب شات وتليجرام والواتساب ولينكد إن بنسبة بلغت (١٠٠٪) من أنماط التفاعل، ولكنها اقتصرت على المشاهدة فقط، في حين غابت المشاركات، والتعليقات والإعجاب؛ وذلك نتيجة لطبيعة الخصوصية في هذه الشبكات، والتي لا تمكن الطرف الآخر من معرفة أشكال التفاعل، أما فيما يخص اليوتيوب فلم تهتم الهيئة بالرد على الشائعات من خلال اليوتيوب إلا بشكل ضعيف.

ومن التحليل السابق يتضح اهتمام الهيئة بالشبكات التفاعلية المختلفة؛ مما ترتب عليه تفاعل جمهور وسائل التواصل الاجتماعي مع المنشورات بأشكال مختلفة ما بين تعليقات وإعادة مشاركة وإعجاب، خاصة فيما يخص تويتر والفيسبوك والإنستجرام، حيث يمثل هذا التفاعل حراكًا إعلاميًا يوضح مدى حرص الجماهير في معرفة الحقيقة ومحاولة نشرها، كما تدل على وعيهم تجاه كل ما يخص أمن الوطن في محاولة إعادة نشر الرد على الشائعات وتوعية الجماهير بها.

كما وجد الباحث أنه باختلاف الوسيلة تختلف أنماط التفاعل معها، حيث اختلف التفاعل مع السناب شات ولينكد إن في إطار المشاهدة فقط، وذلك تبعًا لخصوصيتهما

أيضًا فيما يخص التليجرام والواتساب فقد اقتصر على التعليق فقط، حيث إن إعادة المشاركة فيهما يصعب متابعتها.

أما فيما يخص اليوتيوب فإن الهيئة أخفقت في توظيف اليوتيوب، حيث اكتفت بنشر صورة ثابتة من الفيديوهات كرد على الشائعة دون استغلال الإمكانيات التي يتيحها اليوتيوب بنشر الفيديو أو رابط له، فلم تستغل الإمكانيات التي يوفرها اليوتيوب من أدلة حية تستطيع من خلالها تنفيذ الشائعة والرد عليها.

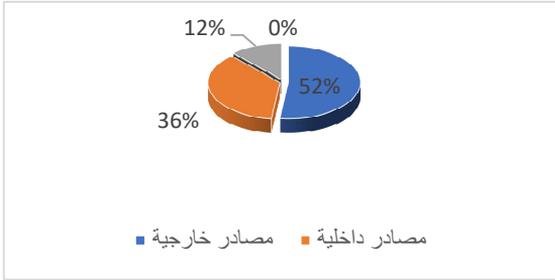


شكل (٥) يوضح توظيف العناصر البنائية في محاربة الشائعات

يوضح الشكل رقم (٥) كيفية توظيف العناصر البنائية في محاربة الشائعات، حيث جاء في المركز الأول توظيف المتن فقط بنسبة بلغت ٤٨٪، يليها الصورة الثابتة بنسبة بلغت ٣٧٪، يليها فئة أخرى بنسبة بلغت (٧٪) والتي تضمنت روابط النصوص الفائقة، يليها في المركز الأخير الإنفو جرافيك بنسبة بلغت (٢٪)، وتشير نتائج التحليل إلى أن الهيئة لم توظف العناصر البنائية التي يتيحها الإنترنت بشكل فعال؛ حيث إنها لم توظف الفيديوهات والإنفو جرافيك والرسوم والصور المتحركة.

ومن التحليل السابق وجد الباحث قصورًا في توظيف الهيئة للعناصر البنائية التفاعلية بشكل عام، حيث غلب النص الثابت والصور الثابتة في مكافحة الشائعات والرد عليها، وهو يعتبر من العناصر البنائية التقليدية الشائعة، وهو ما اتفق مع دراسة (مرتضى الأمين، خالد حمد ٢٠٢٠)، حيث أشارت النتائج إلى عدم فعالية الصورة الثابتة في زيادة وعي المواطنين، في حين أهملت الهيئة استخدام العناصر البنائية الأخرى كالصور المتحركة، أو الروابط الفائقة، أو الإنفو جرافيك والذي يعد من أهم الأدوات المستخدمة

في الرد على الشائعات، كذلك تم استخدام الفيديوهات على استحياء من خلال نشر صور ثابتة للقطات الفيديو على اليوتيوب دون تشغيل الفيديوهات، أو إرفاق روابطها، أو حتى نشرها على موقع الهيئة، أو مواقع التواصل الاجتماعي، كما اختفت الرسوم تمامًا.

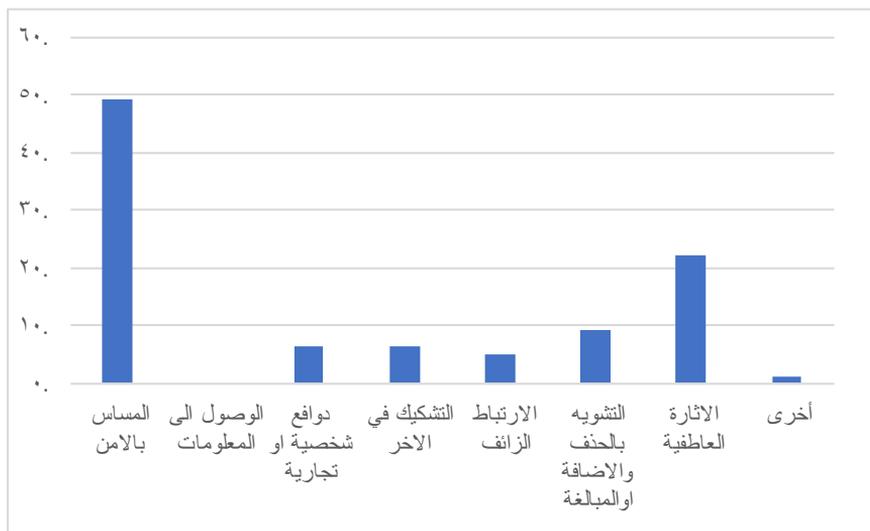


شكل (٦) يوضح مصادر الشائعات

تشير بيانات الشكل رقم (٦) إلى مصادر الشائعات التي رصدتها هيئة مكافحة الإشاعات السعودية، حيث جاءت المصادر الداخلية في المرتبة الأولى بنسبة بلغت (٥١%)، يليها المصادر الخارجية بنسبة بلغت (٣٦%)، يليها مجهولة المصدر بنسبة بلغت (١٢%)، يليها أكثر من مصدر بنسبة بلغت (١%).

ومن التحليل السابق يتبين اهتمام الهيئة بالشائعات التي تخص الشؤون الداخلية؛ مما يعكس اهتمامها بالرد على الشائعات؛ مما يؤثر بالإيجاب على نشر الأمن بين جماهير المملكة، وعلى الجانب الآخر اهتمت أيضًا بالإشاعات التي نشرتها المصادر الخارجية، حيث حظيت هذه الفترة باهتمام الجماهير بالشؤون الخارجية والداخلية على حد سواء؛ وذلك لأن جائحة كورونا أثرت على كل المستويات المحلية والدولية، وفيما يخص المصادر الخارجية اهتمت المنصة بالرد على الشائعات التي تكشف التلاعب وإدراج الصور المفبركة لتضليل الرأي العام، كما اهتمت المنصة بنشر بعض المنشورات باللغة الإنجليزية وكان معظمها عن إيطاليا، وهي من أكثر الدول التي اهتم بها الرأي العام المحلي والدولي وسلط الإعلام الضوء عليها؛ وذلك لأن إيطاليا في هذه الفترة تعد من الدول الأولى التي شهدت أعدادًا متزايدة من الوفيات بسبب الجائحة، وهو ما يعكس ضخامة أزمة كورونا في هذا الوقت خاصة في إيطاليا، مع مراعاة ترجمة الإشاعات والرد عليها باللغة العربية،

وفيما يخص الشائعات مجهولة المصدر اهتمت الهيئة بالرد على هذه الشائعات رغم عدم معرفة مصادرها، وهو ما يؤكد أن هناك أيادي خفية وراء هذه الشائعات والتي تعمل على الوصول لأهدافها بالمصادر المختلفة.



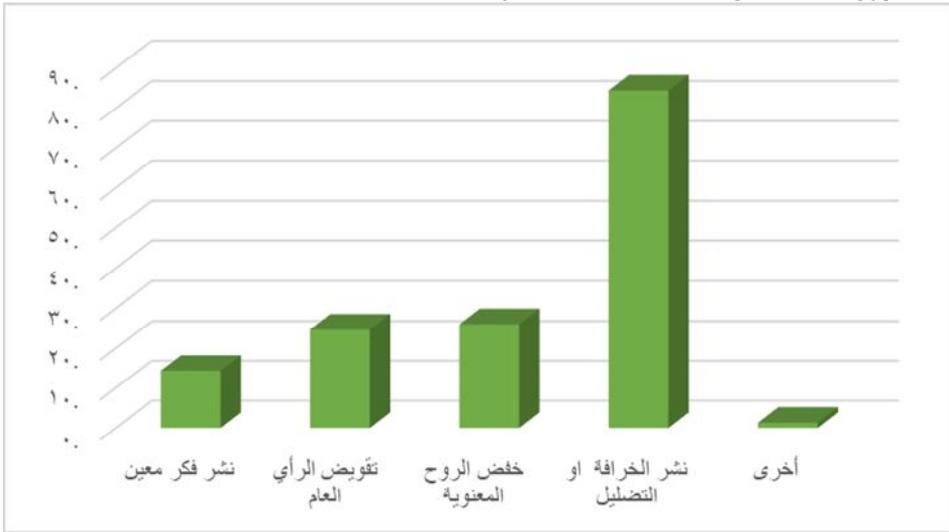
شكل (٧) يوضح دوافع الشائعات

يوضح الشكل رقم (٧) دوافع الشائعات المنشورة والتي اهتمت هيئة مكافحة الإشاعات السعودية بالرد عليها؛ حيث جاء المساس بالأمن في المركز الأول بنسبة بلغت (٤٩.٤٪)، يليها الإثارة العاطفية بنسبة بلغت (٢٢.١٪)، يليها التشويه بالحذف والإضافة بنسبة بلغت (٩.١٪)، يليه الدوافع الشخصية أو التجارية بنسبة بلغت (٦.٥٪)، يليه الارتباط الزائف بنسبة بلغت (٥.٢٪)، يليها فئة أخرى بنسبة بلغت (١.٣٪)، وتضمنت نشر الخوف والذعر، ولم تحظ فئة الحصول على المعلومات بأي نسبة تذكر.

ومن التحليل السابق يتبين اهتمام الهيئة بالرد على الشائعات التي كان الدافع من ورائها المساس بالأمن، حيث إنه يعد أكثر الدوافع لنشر الشائعات؛ مما يترتب عليه إثارة الذعر بين الجماهير ونشر الفوضى، وهو ما اهتمت الهيئة بالتصدي والرد على أية شائعات تمس الأمن العام سواء داخل المملكة أو خارجها، فقد اهتمت المنصة كثيرًا بتسليط الضوء على الفيديوهات والصور المفبركة في بعض الشائعات والتي من شأنها المساس بالأمن العام وانعكاسه على الروح المعنوية في هذا الوقت الحرج، حيث اتفقت نتائج الدراسة مع دراسة (خالد التوم، ٢٠١٤) في الدوافع الشائعات التي تمس الأمن العام، كما أن دوافع الشائعات التي تمس الإثارة العاطفية للجماهير تعد من أكثر العوامل

التي تثير الرأي العام وذلك من خلال ربطها بالجوانب المختلفة، كما رصدت الدراسة العديد من الشائعات التي يكون دافعها الإثارة العاطفية، مثل صورة لمواطن أمريكي ينتحر بسبب كورونا وهي صورة مذبذبة، وقامت الهيئة بالرد عليها، حيث اتفقت أيضًا مع دراسة (خالد التوم، ٢٠١٤) في الاعتماد على الإثارة العاطفية في نشر الشائعات، وعلى الجانب الديني تم رصد العديد من الشائعات التي كان دافعها إثارة مشاعر الجماهير من خلال ربطها بالجانب الديني، كالشائعات التي تردت حول ما يخص إلغاء مناسك الحج والعمرة من قبل أن يتم الإعلان عن ذلك بشكل رسمي؛ مما يترتب عليه خفض الروح المعنوية نتيجة عدم استقرار الأوضاع الصحية والأمنية، ومن الأمثلة الأخرى في استغلال الجانب الديني هو اعتراف الهند بالخطأ في حق المسلمين واعتباره من أسباب تفشي وباء كورونا.

كما وجد الباحث من خلال التحليل فيما يخص الارتباط الزائف كأحد دوافع الشائعات ربط بعض الشائعات بأحداث مزلتة للجماهير؛ كاقتراب كوكب من الأرض كعقاب من الله، واقتراب نهاية العالم وربطها بجائحة كورونا، فيما تبين من خلال التحليل وجود شائعات اعتمدت على التشويه بالحذف والإضافة والمبالغة، كالتلاعب بالكلمات وادراج صور وفيديوهات مذبذبة تخص أحداث أخرى وفي أوقات أخرى وتوظيفها في جائحة كورونا في محاولة لتضليل الجماهير.



شكل (٨) يوضح أهداف الشائعات

يوضح الشكل رقم (٨) أهداف الشائعات التي تم نشرها عبر منصة الهيئة السعودية للإشاعات واهتمت الهيئة بالرد عليها، حيث جاء في المركز الأول نشر الخرافة أو التضليل

بنسبة بلغت (٨٤.٤٪)، يليها خفض الروح المعنوية بنسبة بلغت (٢٦٪)، يليها تقويض الرأي العام بنسبة بلغت (٢٤.٧٪)، يليها نشر فكر معين بنسبة بلغت (١٤.٣٪)، وجاءت فئة أخرى بنسبة بلغت (١.٣٪).

ومن التحليل السابق يتضح أن أكثر أهداف مروجي الشائعات التي رصدتها هيئة الإذاعات السعودية هي: نشر الخرافة والتضليل واستحوذ التضليل على النسبة الأكبر من هذه الفئة، حيث اتفقت النتائج مع دراسة (خالد التوم، ٢٠١٤) ودراسة (Lisa Singh, 2020) في توظيف التضليل كأحد آليات نشر الشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي، بينما استحوذت الشائعات التي تضمنت الخرافة على نسبة ضئيلة جدًا، ومن أمثلة ذلك نشر صورة لخفاش كبير بحجم الإنسان وربطها بجائحة كورونا.



شكل رقم (٩) يوضح استراتيجيات التصدي وتعقب الشائعات

يوضح شكل رقم (٩) استراتيجيات التصدي وتعقب الشائعات والتي اهتمت هيئة الإذاعات السعودية في توظيفها للرد على الشائعات، حيث اعتمدت الهيئة على استراتيجية تكذيب الشائعات بنسبة بلغت (٩٨.٧٪)، يليها استراتيجية تجريم الشائعات بنسبة بلغت (١٠.٤٪)، في حين لم توظف الهيئة استراتيجية مواجهة الشائعات بالشائعات المضادة.

من التحليل السابق نجد اهتمام المنصة في المقام الأول بنشر الحقائق وتكذيب الشائعات، حيث تحاول بالأدلة والبراهين تكذيب الشائعات بتنفيذها ونشر الحقيقة، وتدعم ذلك دائمًا بالاستشهاد بالصورة الحقيقية في مواجهة الصورة المفبركة، أو الفيديو الحقيقي في مقابل الفيديوهات المفبركة؛ حيث كانت أكثر الشائعات تحتوي على معلومات

خاطئة باقتباس أو الاجتزاء من مشهد معين ونسبه لمشهد أو لحدث آخر، كما كانت تعتمد الهيئة على تجريم الشائعة خاصة فيما يخص المساس بالأمن العام. في حين لم تلجأ المنصة إلى أسلوب التجاهل لأنها لم تنتشر الشائعات إلا بهدف الرد عليها والتصدي لها وتفنيدها بالأدلة والشواهد، كما أيضاً لم تلجأ إلى توظيف أسلوب مواجهة الشائعة بالشائعة المضادة؛ لأن هدفها الأساسي كان نشر الحقائق وتكذيب الشائعات.

مناقشة نتائج الدراسة:

سعت هذه الدراسة إلى التعرف على دور هيئة مكافحة الإشاعات بالمملكة العربية السعودية في التصدي وتعقب الإشاعات والأخبار الزائفة المتعلقة بفيروس كورونا، ورصد الاستراتيجيات التي توظفها للحد من هذه الظاهرة، فضلاً عن الأشكال التفاعلية التي تستخدمها في التواصل مع الجمهور، واستندت الدراسة في إطارها النظري على نظرية ثراء وسائل الإعلام، حيث تم تحليل (77) منشورًا للحساب الرسمي للهيئة مرتبط بجائحة فيروس كورونا، وخلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج يمكن عرضها على النحو التالي:

- أظهرت نتائج الدراسة تصدر الشائعات ذات المضامين الصحية الترتيب الأول، يليها القضايا السياسية ثم القضايا الدينية ثم القضايا الأمنية، ويمكن تفسير ذلك في ضوء أهمية الجائحة كأزمة صحية عالمية، نتج عنها انتشار المعلومات المضللة دون عوائق عبر وسائل الإعلام التقليدية وشبكات التواصل الاجتماعي بوتيرة سريعة، فضلاً عن الاهتمام المتزايد من قبل الرأي العام بالجائحة خاصة مستخدمى شبكات التواصل الاجتماعي، ومشاركة التعليقات والمعلومات الخاطئة، وانتشار المعلومات الكاذبة التي تعد أرضاً خصبة لنشر الإشاعات.
- كشفت نتائج الدراسة عن اهتمام الهيئة بتوظيف شبكات التواصل الاجتماعي بمختلف أنواعها؛ وذلك للوصول للجماهير التي تستخدم هذه الشبكات للحد من انتشار الإشاعات، حيث وظفت الهيئة أبرز الشبكات الاجتماعية والمتمثلة في تويتر والفيسبوك وانستجرام والسناب شات، فيما تباينت أنماط تفاعل المستخدمين مع الشبكات المختلفة، ويمكن تفسير ذلك في ضوء إدراك هيئة الإشاعات للدور البارز لشبكات التواصل الاجتماعي في أوقات الأزمات والكوارث؛ نظراً لقدرتها على إعادة مشاركة المعلومات للحد من تفشي الوباء، واستخدامها كأداة لزيادة الوعي، ومحاربة المعلومات الزائفة، كما أنها تمثل حلاً

فعالاً للاتصالات السريعة، ويدعم ذلك ما توصلت إليه نتائج دراسة Khawla F, Ali وآخرون(2020)⁽⁴¹⁾ من أن وسائل التواصل الاجتماعي كانت هي الأكثر استخداماً في الحصول على المعلومات عن جائحة فيروس كورونا لدى دول الخليج العربي (البحرين، الكويت، المملكة العربية السعودية، الإمارات العربية المتحدة).

■ أوضحت نتائج الدراسة أن منصة الهيئة أغفلت توظيف العناصر البنائية التفاعلية بشكل عام، حيث غلب النص الثابت والصور الثابتة في مكافحة الشائعات والرد عليها، وهو يعتبر من العناصر البنائية التقليدية، كما أهملت الهيئة استخدام العناصر البنائية التفاعلية كالصور المتحركة، أو الروابط الفائقة، أو الإنفو جرافيك والذي يعد من أهم الأدوات المستخدمة في الرد على الشائعات، كذلك لم توظف الهيئة لقطات الفيديو على صفحات المنصة في الرد على الشائعات كما اختفت الرسوم تماماً.

■ أظهرت النتائج اهتمام الهيئة بالرد على الشائعات التي هدف مروجوها المساس بالأمن العام، حيث إنه يعد أكثر الدوافع لنشر الشائعات؛ مما يترتب عليه إثارة الذعر بين الجماهير ونشر الفوضى، ولذلك اهتمت الهيئة بالتصدي والرد على الشائعات التي تمس الأمن العام سواء داخل المملكة أو خارجها، فقد اهتمت المنصة بتسليط الضوء على الفيديوهات والصور المفبركة في بعض الشائعات والتي من شأنها المساس بالأمن العام وانعكاسها على الروح المعنوية، وتتفق هذه النتائج مع دراسة سامي الديداموني (2020)⁽⁴²⁾، والتي أشارت إلى التأثير السلبي للشائعات الإلكترونية على الأمن الفكري لدى الشباب من خلال ضعف الانتماء للوطن، وتراجع دافع المشاركة المجتمعية، ونتائج دراسة جهاد السعيدة (2019)⁽⁴³⁾، والتي كشفت عن التأثيرات السلبية الكبيرة التي تحدثها الشائعات على الأمن المجتمعي.

■ بينت نتائج الدراسة أن أكثر أهداف مروجي الشائعات التي رصدتها هيئة مكافحة الإشاعات السعودية هي نشر التضليل على مواقع التواصل الاجتماعي، بينما استحوذت الشائعات التي تضمنت الخرافة على نسبة ضئيلة للغاية، وتأتي هذه النتائج متباعدة مع ما أشارت إليه نتائج دراسة شيماء محمد زيان (2020)⁽⁴⁴⁾، أن من أهم أغراض نشر الشائعات كما رصدتها المواقع الخاصة بوزارة الصحة المصرية، ومنظمة الصحة العالمية أثناء جائحة كورونا كانت

الشائعات المتعلقة بنشر الخرافة والتضليل العلمي، حيث جاءت في الترتيب الأول للأهداف.

تصدر نشر الحقائق وتكذيب الشائعات اهتمام المنصة في التصدي للشائعات، حيث وظفت الأدلة والبراهين في تكذيب الشائعات وتفنيدتها ونشر الحقيقة مستشهدة بالصور الحقيقية في مواجهة الصورة المفبركة، أو صور ثابتة للفيديوهات الحقيقية في مقابل الفيديوهات المفبركة، حيث كانت أكثر الشائعات تحتوي على معلومات خاطئة باقتباس أو الاجتزاء من مشهد معين ونسبه لمشهد أو لحدث آخر، كما قامت الهيئة بتجريم الشائعات خاصة فيما يخص المساس بالأمن العام.

توصيات الدراسة:

في ضوء نتائج هذه الدراسة يمكن عرض التوصيات التالية:

1. إنشاء هيئة قومية ذات طابع علمي مستقل للشائعات، ووضع الآليات المنظمة لعملها، تكون مهمتها إجراء الدراسات والبحوث التي تضمن الحد من انتشار الشائعات بالطرق العلمية الحديثة، بجانب رصد وتحليل الشائعات والحد من خطورة تأثيراتها على الدولة والأفراد.
2. الإفادة من تطبيقات الذكاء الصناعي والتي تعتمد على خوارزميات متطورة لتحليل المعلومات ورصد الأخبار الزائفة بشكل فوري وأوتوماتيكي وأكثر سرعة من طرق الرصد التقليدية.
3. وضع تشريعات وقوانين تتضمن عقوبات واضحة وصارمة لتجريم ترويح الشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي.
4. تطبيق مبدأ الشفافية والوصول الحر للمعلومات، وسرعة مواجهة الشائعات بالبيانات والحقائق الدقيقة، والتأكيد على مبدأ المسؤولية الجماعية في المقاومة.
5. توعية الجماهير بعدم الانسياق وراء الشائعات والرجوع للمصادر الموثوقة للأخبار، في ظل حرص الجهات المسؤولة في نشر الأخبار الصحيحة.

ما تثيره الدراسة من بحوث مستقبلية:

تفتح هذه الدراسة المجال لبحوث أخرى ترتبط بـ:

1. دراسة توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في محاربة الشائعات عبر المنصات المتعددة.
2. دراسة تأثيرات الشائعات على الأمن القومي أثناء الأزمات والكوارث.

3. دراسة دور التربية الإعلامية الناقدة في تكوين جيل من الشباب قادر على التمييز بين الأخبار الزائفة والموثوقة، ويملك أدوات التحقق في العالم الرقمي.

4. إجراء دراسات تحليلية للمراكز والهيئات المنوط بها محاربة الشائعات، ومدى توافر الأدوات العلمية، والتقنيات التي تساعد على الرصد مع ربطها بدراسات مقارنة لمؤسسات شبيهة في البيئة الغربية.

مراجع الدراسة:

- 1-Allcott, H., Gentzkow, M., & Yu, C. (2019). Trends in the diffusion of misinformation on social media *Research & Politics*, 6(2), 1– 8.
- 2 -Vosoughi, S., Roy, D., & Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. *Science*, 359(6380), 1146–1151.
- 3 -Scheufele, D. A., & Krause, N. M. (2019). Science audiences, misinformation, and fake news. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 116(16), 7662–7669.
- 4 -Online at <http://norumors.net>
- 5 -Jieun, S. & Lian J. (2017). political rumoring on Twitter during the 2012 US presidential election: Rumor diffusion and correction, *new media & society*, Vol. 19, p1216.
- 6 - دمنهوري، رشاد صالح & أنور صادق، يسرية. (2012). سيكولوجية الشائعات وانعكاساتها على تنمية المجتمعات: دراسة عن الشائعات كما ظهرت في مصر خلال عام من ثورة 25 يناير، مجلة البحث العلمي في الآداب، كلية البنات، جامعة عين شمس، العدد13، ص115.
- 7 - Jean-Bruno Renard: Denying, R., Diogenes, vol. 54, 2007, p. 54.
- 8 - Diana, D, (2012) Rumor is not a crisis; it is a challenge to improve, BA, Tilburg University, Humanities Faculty, ,p.96.
- 9 - مصطفى، السيد أحمد. (٢٠٠٤). الشائعات والجريمة في عصر المعلومات، مجلة الأمن والقانون، أكاديمية شرطة دبي، الإمارات، العدد٢، ص10.
- 10 - السائح، النعمي. (٢٠١٥). الشائعات وطرق مواجهتها، مجلة الجامعي، النقابة العامة لأعضاء هيئة التدريس، ليبيا، العدد ٢١، ص80.
- 11- Qiang chen. (2020). Unpacking the black box: How to promote citizen engagement through the covid-19 crisis, *Computer in human behavior*.
- 12- بسيوني، إبراهيم علي. (٢٠٢٠). الأطر الإخبارية لجائحة كورونا في الصحافة العربية: دراسة تحليلية، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، العدد ٥٥، الجزء الرابع، ص٢١٦٨.
- 13 - عبد الحافظ، نادية. (٢٠٢٠). اتجاهات الجمهور المصري نحو معالجة وسائل الإعلام الجديد لجائحة فيروس كورونا المستجد، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، العدد ٥٤، الجزء الرابع، ص٢٠٩٣.

- 14- علة، عيشة. (٢٠٢٠). دور وسائل الإعلام الجديد في تنمية الوعي الصحي ومكافحة الأزمات الصحية العالمية في ضوء انتشار فيروس كورونا (كوفيد- ١٩): دراسة ميدانية، مجلة الدراسات الإعلامية، المركز العربي الديمقراطي للدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية، العدد الحادي عشر، برلين، ألمانيا، ص.ص ٤٩٦-٥١٥.
- 15- الأمين، مرتضى & خالد حمد. (٢٠٢٠). وسائل التواصل الاجتماعي وتعزيز الوعي الصحي للوقاية من فيروس كورونا: صفحة الفيسبوك بالموقع الرسمي لوزارة الصحة السودانية أنموذجًا، مجلة الدراسات الإعلامية، المركز العربي الديمقراطي للدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية، العدد الحادي عشر، برلين، ألمانيا، مايو ٢٠٢٠ ص ٥٥٢-٥٧٠.
- 16- الهواري، شيماء & محمد، محمد. (٢٠٢٠). توظيف تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في مكافحة فيروس كورونا، مجلة الدراسات الإعلامية، المركز العربي الديمقراطي للدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية، العدد الحادي عشر، برلين، ألمانيا، ص.ص ٦-٦٠.
- 17 -Wang, Y, (2017). A data collection system for rumor detection, Ph.D. University of Delaware, ProQuest Dissertations Publishing, University of Delaware, Department of Electrical and Computer Engineering, on line at <http://udspace.udel.edu/handle/19716/23144>.
- 18 - علي، حمود أحمد. (٢٠١٦). الشائعات وأنواعها وأثارها المجتمعية ودور وسائل الإعلام في مواجهتها: دراسة وصفية تحليلية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الدراسات العليا، جامعة القرآن الكريم والعلوم الإسلامية.
- 19 - الرواس، أنور بن محمد. (٢٠١٦). وسائل التواصل الاجتماعي وعلاقتها بانتشار الشائعات في المجتمع العماني: دراسة استطلاعية للأنماط وعوامل الانتشار، حوليات آداب عين شمس، كلية الآداب، جامعة عين شمس، مجلد 4.
- 20 - السديري، تركي عبد العزيز. (٢٠١٤). توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية الأمنية ضد خطر الشائعات، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العدالة الجنائية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية.
- 21 - كرناف، راند بن حزام. (٢٠١٤). تصور استراتيجي لمكافحة الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي في المملكة العربية السعودية: تويتر أنموذجًا، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العدالة الجنائية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية.
- 22 - عباس، هشام محمد. (٢٠١٤). انعكاسات الممارسة الإعلامية السالبة على تكوين الشائعات: دراسة على القائم بالاتصال في مجال الصحافة، المجلة السودانية، مركز الرؤية لدراسات الرأي العام، السودان، ع ٤.
- 23 - Shi, Y. (2010)., Examining the Chinese Approach to Crisis Management: Cover-Ups, Saving Face, and Taking the “Upper Level Line” A study of rumors spreading in crises, MA, Lanzhou University .
- 24 -Yin, B.,(2009.). Research on the communication and spread of internet rumor, MA, (Liaoning University, People's Republic of China, ProQuest Dissertations Publishing, Journal of Medical Internet Research; **Toronto** Vol. 22, Iss. 11.
- 25 -Lisa ,S.,(2020) Afirst look at covid-19, Information and misinformation sharing on Twitter: apaper presented to University of Minnesota .

- 26- عديبات، جاد & أحمد، محمد. (٢٠٢٠). تفاعل الشباب الجامعي مع طرق الوقاية من فيروس كورونا عبر الفيسبوك: دراسة ميدانية لمستخدمي صفحتي قناة المملكة الأردنية وقناة فرانس ٢٤، مجلة الدراسات الإعلامية، المركز العربي الديمقراطي للدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية، العدد الحادي عشر، برلين، ألمانيا، ص.ص ٥٧٢-٥٨٦.
- 27 -Rajvikran, M.,(2020).Restructured Society and environment: Areview on potential technological strategies to control the covid -19 pandemic ,science of the total Environment.
- 28 -Qiang chen, Op.Cit.
- 29- التوم، محمد بن عائض. (٢٠١٩). الشائعات في وسائل التواصل الاجتماعي: تويتر أنموذجًا، مجلة الشمال للعلوم الإنسانية، جامعة الحدود الشمالية، المجلد ٤، العدد الأول، ص.ص ١٣٧-١٥٦.
- 30 - عبد الهادي، ممدوح السيد. (٢٠١٧). الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في إحداث العنف والصراع السياسي بين الشباب الجامعي، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، الجمعية المصرية للعلاقات العامة، مصر، ع 16.
- 31 - الفرغ، خالد بن فيصل. (٢٠١٦). استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية لمرض كورونا، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، جامعة الملك سعود، العدد ١٤، ص.ص ١٦٤، ١٧٥.
- 32 - صفوت، سهير. (٢٠١٥). دور شبكات التواصل الاجتماعي في ترويج الشائعات وسبل مواجهتها: دراسة ميدانية على عينة من جمهور مواقع التواصل الاجتماعي في مصر، مجلة كلية التربية، جامعة عين شمس، مصر، مجلد 21، ع 3، مارس.
- 33 -Vosoughi, S.(2015). Automatic Detection and Verification of Rumors on Twitter , Ph.D. Massachusetts Institute of Technology, ProQuest Dissertations Publishing.
- 34 -Hyegy, L.,(2014). UTILITARIAN AND HEDONIC MOTIVES OF RUMOR TRANSMISSION, Ph.D. Michigan State University p.p.4.
- 35 - Minghan B,(2012). Exploring the Dynamics of Rumors on Social Media in the Chinese Context, MA, Uppsala University.
- 36- Tyrone J. (2009). Assessing the impact of media richness and leadership behaviors on team-based outcomes, unpublished dissertation doctoral, the Pennsylvania state university , , pp-12-20.
- 37 -Dawn M.(2009). Media richness, uncertainty reduction, and anticipated future interaction on social media sites, unpublished master's thesis, Villanova University, , pp-6-11.
- 38 -Ali. A.(2008). Communication, culture, and media choice in the global environment, unpublished dissertation doctoral, Capella University, , pp-11-12.
- *وقد تم عرض الاستمارة على الأساتذة المحكمين التالية أسماؤهم، وقد تم ترتيبهم حسب الدرجة العلمية:
- أ. د فوزي عبد الغني أستاذ الصحافة وعميد معهد الإسكندرية العالي للإعلام.
- أ. د رفعت البدري أستاذ الصحافة الرقمية، كلية الآداب جامعة المنوفية.
- أ. د حسن الصيفي أستاذ الإعلام جامعة الملك فيصل.

أ. م. د عيسى عبد الباقي أستاذ الإعلام المشارك بقسم الاتصال بجامعة طيبة، وكلية الإعلام جامعة بني سويف.
أ. م. د محمود رمضان أستاذ الإعلام المشارك بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، وكلية الإعلام جامعة بني سويف.

د. عيسى القايدي أستاذ الإعلام المساعد ورئيس قسم الاتصال والإعلام جامعة طيبة.

د. يسرا صبيح أستاذ الإعلام المساعد بقسم الاتصال والإعلام جامعة طيبة.

39- عبد اللطيف، أسامة جبريل. (٢٠١٢). استراتيجية إثرائية مقترحة قائمة على البنائية الاجتماعية من خلال

مواقع التواصل الاجتماعي لتنمية الدافعية للإنجاز، مجلة التربية العلمية، العدد ١٤ أكتوبر.

40- موقع منظمة الصحة العالمية: on line At:

<https://www.who.int/ar/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019>

41 -Khawla F. (2020). Perceptions, Knowledge, and Behaviors Related to COVID-19 Among Social Media Users: Cross-Sectional Study, Journal of medical internet research, vol,22, issue, 9, pp.1-9.

42- الديداموني، سامي محمد. (2020). العلاقة بين الشائعات الإلكترونية واستقرار الأمن الفكري للشباب من منظور العلاج العقلاني الانفعالي السلوكي في خدمة الفرد، مجلة دراسات في الخدمة الاجتماعية، العدد 50، مجلد ٢، ص.ص 355-396.

43 - السعابدة، جهاد على. (2019). الشائعات في وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيراتها على الأمن المجتمعي من وجهة نظر طلبة كلية الأميرة رحمة الجامعية، مجلة العلوم الإنسانية لجامعة أم البواقي، المجلد6، العدد٢، 323ص.ص-348.

44 زيان، شيماء محمد. (2020). استراتيجيات مواجهة الشائعات حول أزمة كورونا وانعكاساتها على المواقع الإلكترونية الرسمية: دراسة تطبيقية على موقعي وزارة الصحة ومنظمة الصحة العالمية، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، العدد التاسع والعشرون، الجزء الثاني، ص.ص 697-733.

References

- Allcott, H., Gentzkow, M., & Yu, C. (2019). Trends in the diffusion of misinformation on social media *Research & Politics*, 6(2), 1– 8.
- Vosoughi, S., Roy, D., & Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. *Science*, 359(6380), 1146–1151.
- Scheufele, D. A., & Krause, N. M. (2019). Science audiences, misinformation, and fake news. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 116(16), 7662–7669.
- Online at <http://norumors.net>
- Jieun, S. & Lian J. (2017). political rumoring on Twitter during the 2012 US presidential election: Rumor diffusion and correction, *new media & society*, Vol. 19, p1216.
- Damanhour, R., Sadiq, Y. (2012). saykulujiat alshaayieat waineikasatiha ealaa tanmiat almujtamaeati: dirasatan ean alshaayieat kama zaharat fi misr khilal eam min thawrat 25 yanayir, majalat albahth aleilmii fi aladab, kuliyyat albanati, jamieat eayn shams, 13, 115
- Jean-Bruno Renard :Denying, R., Diogenes, vol. 54, 2007, p. 54.
- Diana, D, (2012) Rumor is not a crisis; it is a challenge to improve, BA, Tilburg University, Humanities Faculty, .p.96.
- Mustafa, A. (2004). alshaayieat waljarimat fi easr almaelumati, majalat al'amn walqanuni, 'akadimiati shurtat Dubai, al'iimariati, 2, 10.
- Alsaayih, A. (2015). alshaayieat waturuq muajahutaha, majalat aljamieii, alniqabat aleamat li'aeda' hayyat altadris, Libya, 21, 80.
- Qiang chen. (2020). Unpacking the black box: How to promote citizen engagement through the covid-19 crisis, *Computer in human behavior*.
- Bassiouni, I. (2020). al'utur al'iikhbariat lijayihat kuruna fi alsahafat alearabiati: dirasat tahliliatun, majalat albuḥuth al'ielamiati, jamieat al'azhar, 55(4), 2168.
- Abd Alhafizi, N. (2020). aitijahat aljumuḥur almisrii nahw muealajat wasayil al'ielam aljadid lijayihat fayrus kuruna almustajda, majalat albuḥuth al'ielamiati, jamieat Al'azhar, 54(4), 2093.
- Ella, A. (2020). Dawr wasayil al'ielam aljadid fi tanmiat alwaey alsihiyi wamukafahat al'azamat alsihiyat alealamiati fi daw' aintishar fayrus kuruna (kufid- 19): dirasat maydaniati, majalat aldirasat al'ielamiati, almarkaz alearabia aldiymuqratiya lildirasat alastiratiḡiati walsiyasiati walaiqtisadiati, Berlin, 'Almanya, 11, 496-515.
- Alamin, M., & Khalid, H. (2020). wasayil altawasul alaijtimaeii wataeziz alwaey alsihiyi lilwiqayat min fayrus kuruna: safhat alfisbuk bialmawḡie alrasmii liwizarat

- alsihat alsuwdaniat anmwdhjana, majalat aldirasat al'ielamiati, almarkaz alearabia aldiymuqratia lildirasat alastiratijiati walsiyasiat walaiqtisadiati, Berlin, 'Almanya, 11, 552-570.
- Alhawari, S., Muhamed, M. (2020). tawzif tiknulujia aldhaka' alaistinaeii fi mukafahat fayrus kuruna, majalat aldirasat al'ielamiati, almarkaz alearabia aldiymuqratia lildirasat alastiratijiati walsiyasiat walaiqtisadiati, Berlin, 'Almanya, 11, sa.sa6-60.
- Wang, Y, (2017). A data collection system for rumor detection, Ph.D. University of Delaware, ProQuest Dissertations Publishing, University of Delaware, Department of Electrical and Computer Engineering, on line at <http://udspace.udel.edu/handle/19716/23144>.
- Aly, H. (2016). alshaayieat wa'anwaeuha wa'atharaha almujtamaeiat wadawr wasayil al'ielam fi muajahatiha: dirasatan wasfiatan tahliliati, risalat majistir ghayr manshurtin, kuliyaat aldirasat aleulya, jamieat alquran alkarim waleulum al'iislamiati.
- Alrawasi, A. (2016). wasayil altawasul alaijtimaeii waalaqatuha biaintishar alshaayieat fi almujtamae aleumani: dirasat aistitlaeiat lil'annat waewamil alaintishari, hawliaat adab eayn shams, kuliyaat Aladab, jamieat eayn shams, 4.
- Alsidi, T. (2014). tawzif shabakat altawasul alaijtimaeii fi altaweiat al'amniati dida khatar alshaayieati, risalat majistir ghayr manshurtin, kuliyaat aleadalat aljinaiyyati, jamieat nayif alearabiati lileulum al'amniati.
- Karnaf, R. (2014). tasawur astiratijiun limukafahat alshaayieat fi mawaqie altawasul alaijtimaeii fi almamlakat alearabiati alsaediati: twitir anmwdhjana, risalat majistir ghayr manshurtin, kuliyaat aleadalat aljinaiyyati, jamieat Nayif Alearabiati lileulum Al'amniati.
- Abbas, H. (2014). aineikasat almumarasat al'ielamiati alsaalibat ealaa takwin alshaayieati: dirasat ealaa alqayim bialaitisal fi majal alsahafati, almajalat alsuwdaniati, markaz alruwyat lidirasat alraay alealaamami, Alsuwdan, 4.
- Shi, Y .(2010)., Examining the Chinese Approach to Crisis Management: Cover-Ups, Saving Face, and Taking the “Upper Level Line” A study of rumors spreading in crises, MA, Lanzhou University .
- Yin, B.,(2009.). Research on the communication and spread of internet rumor, MA, (Liaoning University, People's Republic of China, ProQuest Dissertations Publishing, Journal of Medical Internet Research; **Toronto** Vol. 22, Iss. 11.
- Lisa ,S.,(2020) Afirst look at covid-19, Information and misinformation sharing on Twitter: apaper presented to University of Minnesota .
- Adiyat, J., & Ahmed, M. (2020). tafaeul alshabab aljamieii mae turuq alwiqayat min fayrus kuruna eabr alfisbuk: dirasatan maydaniatan limustakhdimi safhatay qanaat

almamlakat al'urduniyat waqanaat frans 24, majalat aldirasat al'ielamiati, almarkaz alarabia aldiymuqratia lildirasat alastiratijiat walsiyasiat walaiqtisadiati, Berlin, 'Almanya, 11, 572-586.

- Rajvikran, M.,(2020).Restructured Society and environment: Areview on potential technological strategies to control the covid -19 pandemic ,science of the total Environment.
- Altom, M. (2019). alshaayieat fi wasayil altawasul alaijtimaeii: twitr anmwdhjana, majalat alshamal lileulum al'iinsaniati, jamieat alhudud alshamaliati, 1(4), 137-156.
- Abd Alhadi, M. (2017). alshaayieat fi mawaqie altawasul alaijtimaeii wadawriha fi 'iihdath aleunf walsirae alsiyasii bayn alshabab aljamiei, majalat buhuth alealaqat aleamat alsharq al'awsata, aljameiat almisriat lilealaqat aleamati, Masr, 16.
- Alfarm, K. (2016). aistikhdam wasayil altawasul alaijtimaeii fi altaweiat alsihiyat limarad kuruna, almajalat alarabiat libuhuth al'ielam walaitisali, jamieat almalik Saeud, 14, 175,164.
- Safwat, S. (2015). Dawr shabakat altawasul alaijtimaeii fi tarwij alshaayieat wasubul muajahataha: dirasat maydaniat ealaa eayinat min jumhur mawaqie altawasul alaijtimaeii fi masri, majalat kuliyat altarbiati, jamieat eayn shams, Masr, 3(21).
- Vosoughi, S.(2015). Automatic Detection and Verification of Rumors on Twitter , Ph.D. Massachusetts Institute of Technology, ProQuest Dissertations Publishing.
- Hyegyu, L.,(2014). UTILITARIAN AND HEDONIC MOTIVES OF RUMOR TRANSMISSION, Ph.D. Michigan State University p.p.4.
- Minghan B,(2012) .Exploring the Dynamics of Rumors on Social Media in the Chinese Context, MA, Uppsala University.
- Tyrone J. (2009). Assessing the impact of media richness and leadership behaviors on team-based outcomes, unpublished dissertation doctoral, the Pennsylvania state university , , pp-12-20.
- Dawn M.(2009). Media richness, uncertainty reduction, and anticipated future interaction on social media sites, unpublished master's thesis, Villanova University, , pp-6-11.
- Ali. A.(2008). Communication, culture, and media choice in the global environment, unpublished dissertation doctoral, Capella University, , pp-11-12.
- Abd Allatifi, O. (2012). astiratijiat 'iithrayiyat muqtarihat qayimat ealaa albinayiyat alaijtimaeiat min khilal mawaqie altawasul alaijtimaeii litanmiat aldaafieiat lil'injazi, majalat altarbiat Aleilmiaati, 14.
- on line At: <https://www.who.int/ar/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019>

- Khawla F. (2020). Perceptions, Knowledge, and Behaviors Related to COVID-19 Among Social Media Users: Cross-Sectional Study, Journal of medical internet research, vol,22, issue, 9, pp.1-9.
- Aldiydamuni, S. (2020). alealaqat bayn alshaayieat al'iliktruniat waistiqrar al'amn alfikrii lilshabab min manzur aleilaj aleaqlanii alainfiealii alsulukii fi khidmat alfarda, majalat dirasat fi alkhidmat alaijtimaeiati, 50(2), 355- 396.
- Al-Sa`ida, J. (2019). alshaayieat fi wasayil altawasul alaijtimaeii watathiratiha ealaa al'amn almujtamaeii min wijhat nazar talbat kuliyyat al'amirat rahmat aljamieciati, majalat aleulum al'iinsaniat lijamieat 'umm Albawaqi, 2(6), 323s.s-348.
- Zayan, S. (2020). astiratijiaat muajahat alshaayieat hawl 'azmat kuruna waineikasatiha ealaa almawaqie al'iliktruniat alrasmiati: dirasat tatbiqiat ealaa mawqieay wizarat alsihat wamunazamat alsihat alealamiati, majalat buhuth alealaqat aleamat alsharq Al'awsat, 29(2), 697- 733.

Journal of Mass Communication Research «J M C R»

A scientific journal issued by Al-Azhar University, Faculty of Mass Communication

Chairman: Prof.Ghanem Alsaaed

Dean of the Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Editor-in-chief:Prof. Reda Abdelwaged Amin

Vice Dean, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Assistants Editor in Chief:

Prof. Arafa Amer

- Professor of Radio,Television, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Prof.Fahd Al-Askar

- Vice-President of Imam Muhammad bin Saud University for Graduate Studies and Scientific Research (Kingdom of Saudi Arabia)

Prof.Abdullah Al-Kindi

- Professor of Journalism at Sultan Qaboos University (Sultanate of Oman)

Prof.Jalaluddin Sheikh Ziyada

- Dean of the Faculty of Mass Communication, Islamic University of Omdurman (Sudan)

Editorial Secretaries:

Dr. Ibrahim Bassyouni: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Dr. Mustafa Abdel-Hay: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Dr. Ramy Gamal: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Arabic Language Editor : Omar Ghonem: Assistant Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Designed by: Mohammed Kamel - Assistant Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

- Al-Azhar University- Faculty of Mass Communication.

- Telephone Number: 0225108256

Correspondences

- Our website: <http://jsb.journals.ekb.eg>

- E-mail: mediajournal2020@azhar.edu.eg

● Issue 57 April 2021 - part 3

● Deposit - registration number at Darelkotob almasrya /6555

● International Standard Book Number "Electronic Edition" 2682- 292X

● International Standard Book Number «Paper Edition»9297- 1110

Rules of Publishing

● Our Journal Publishes Researches, Studies, Book Reviews, Reports, and Translations according to these rules:

- Publication is subject to approval by two specialized referees.
- The Journal accepts only original work; it shouldn't be previously published before in a refereed scientific journal or a scientific conference.
- The length of submitted papers shouldn't be less than 5000 words and shouldn't exceed 10000 words. In the case of excess the researcher should pay the cost of publishing.
- Research Title whether main or major, shouldn't exceed 20 words.
- Submitted papers should be accompanied by two abstracts in Arabic and English. Abstract shouldn't exceed 250 words.
- Authors should provide our journal with 3 copies of their papers together with the computer diskette. The Name of the author and the title of his paper should be written on a separate page. Footnotes and references should be numbered and included in the end of the text.
- Manuscripts which are accepted for publication are not returned to authors. It is a condition of publication in the journal the authors assign copyrights to the journal. It is prohibited to republish any material included in the journal without prior written permission from the editor.
- Papers are published according to the priority of their acceptance.
- Manuscripts which are not accepted for publication are returned to authors.