M.S.A.R
مجلة دراسات وبحوث إعلامية
Journal of Media Studies and Research
مجلة علمية محكمة تصدر عن كلية الاعلام بالجامعة العراقية
ISSN: 2308 - 0728

IRAQI YOUTH HAVE BEEN EXPOSED TO RUMORS ON SOCIAL MEDIA DURING THE CORONA PANDEMIC CRISIS

A field study for Iraqi youth in the capital, Baghdad

Dr. Osama Fadel Mohammed

E-Mail :
iraqusma@gmail.com

Phone Number :
0780334406

Iraqi University / College of Information / Department of Journalism

Keywords:

- Young .
- Rumors .
- Social media sites .
- Corona.

ARTICLE INFO

Article history:

Received : 2 / 4 /2023
Accepted : 22 / 5 /2023
Available Online : 15 / 6 /2023

ABSTRACT

The study aimed to identify the extent of exposure of Iraqi youth to rumors through social sites during the Corona epidemic, as well as to know the ability of Iraqi youth to differentiate between rumors and correct news related to the Coronavirus through social sites. a sample of Iraqi youth consisting of (150) was used. people distributed in different regions in Baghdad, the researcher relied on the survey for descriptive studies, to find their opinions about rumors spread on social sites. The most prominent is the ability of the sample to distinguish between reliable news and rumors, the first place was won by the category (I can to some extent)(38.66%), the second place was won by the category (I can to a great extent), (36%). regarding the behavior of the members when they hear rumors on social sites, the category (I discuss it with doctors and specialists) (35.33%).

© 2021 M.S.A.R, College of Media | The Iraqia University

Journal of Media Studies and Research (M.S.A.R) - Journal of Media Studies and Research (M.S.A.R) - Journal of Media Studies and Research (M.S.A.R)

تعرّض الشباب العراقي للشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي في أزمة جائحة كورونا

دراسة ميدانية للشباب العراقي في العاصمة بغداد

م.د أسامة فاضل محمد

الإيميل :

iraqusma@gmail.com

رقم الهاتف :
٠٧٨٠٣٣٤٤٠٦

عنوان عمل الباحث:
الجامعة العراقية كلية الاعلام/قسم الصحافة

الكلمات المفتاحية:

- الشباب .
- الشائعات .
- مواقع التواصل الاجتماعي.
- كورونا.

معلومات البحث

تاريخ البحث :

الاستلام : ٢ / ٤ / ٢٠٢٣
القبول : ٢٢ / ٥ / ٢٠٢٣
التوفر على الانترنت : ١٥ /٦/ ٢٠٢٣

المستخلص

هدفت الدراسة هو التعرف على حجم تعرض الشباب العراقي للشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي في ظل وباء كورونا وكذلك معرفة إمكانية الشباب العراقي في التفريق ما بين الشائعات والاخبار الصحيحة المرتبطة بفايروس كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي. وقد استخدم خلال البحث عينة من الشباب العراقي قوامها (١٥٠) شخصا موزعين على مناطق مختلفة من العاصمة بغداد ،واعتمد الباحث على المنهج المسحي للدراسات الوصفية ،لمعرفة آرائهم ومواقفهم حول الشائعات المنتشرة بالمواقع الاجتماعية .و لجأ الباحث الى تصميم استبانة الجمهور ؛وعرضها الى المحكمين من ذوي الخبرة والاختصاص. وقد خرجت الدراسة بعدد من النتائج، ومن أبرزها قدرة (العينة) على التمييز بين الأخبار الموثوق فيها والشائعات، حيث نالت المرتبة الأولى فئة (استطيع الى حد ما) وبنسبة(٣٨،٦٦%) ،اما المرتبة الثانية فنالت فئة (استطيع الى حد كبير) وبنسبة بلغت (٣٦،٦٦%) . فضلا عن ان التصرف الذي يقوم به أفراد العينة خلال سماعهم للشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي ،حيث حلت فئة)اناقشه مع الأطباء والاختصاصيين(بالمرتبة الاولى وبنسبة بلغت (٣٥،٣٣%).

© 2021 مسار، الجامعة العراقية | كلية الاعلام ،

Journal of Media Studies and Research (M.S.A.R) - Journal of Media Studies and Research (M.S.A.R) - Journal of Media Studies and Research (M.S.A.R)

المقدمة : مر العالم بظروف استثنائية، جراء انتشار وباء كورونا في العالم، انتشارا غير مسبوق.

وتسبّبت هذه الازمة بحدوث هلع بين الناس ورافق كل ذلك انتشارا مطرد للشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي؛ من خلال قيام الناس بالترويج وإعادة نشر المعلومات دون التأكد من صحتها، هدفها البحث عن علاجات أو طرق للخلاص من الوباء. حيث استغل المستخدمون مرونة استخدام المواقع الاجتماعية (Social media) في تبادل المعلومات والتغريدات. ما يجعلها بيئة خصبة لانتشار الشائعات والأخبار غير الدقيقة. وأدت الى حدوث انعكاسات كبيرة على الحياة السياسية والاجتماعية والاقتصادية والصحية .لا شك المواقع الاجتماعية بالتواصل والتقارب بين الناس في ذروة انتشار الوباء، بعد أن كانت الحواجز كبيرة من التقارب بين البشر، بفعل الازمة العالمية التي

كبدها(Covid-19)، ناهيك عن الوَفَيات والاصابات التي قُدرت بالملايين. وأصبحت مواقع الاجتماعية (Social media) تحوي على معلومات ونصائح واستشارات طبية خرجت من اشخاص لا علاقة لهم بالشأن الطبي، وأصبح الناس لا يفرقون ما بين المعلومة الصحيحة التي تخرج من رحم المؤسسات الصحية، المستندة على الحقائق العلمية، أو المعلومات غير الصحيحة التي لا تستند الى المصادر الصحيحة سواء جهة أو منظمة صحية رسمية .

وتكمن مشكلة البحث في الإجابة على التساؤل الرئيسي (**ما مدى تعرض الشباب العراقي للشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي في أزمة (Covid 19)** .

المبحث الأول :منهجية البحث

أولا: مشكلة البحث وتساؤلاته

ان المشكلة هي تساؤل أو بعض التساؤلات الغامضة التي تدور في ذهن الباحث حول موضوع البحث أو الدراسة التي اختارها، وهي تساؤلات تحتاج الى تفسير يسعى الباحث الى إيجاد إجابات شافية ووافية لها [١].

أن السمة الأساسية للبحوث العلمية هي أنها ترتبط بمشكلة، فبدون مشكلة بحثية معينة لا يوجد بحث علمي لأن البحث العلمي لا ينشأ من فراغ [٢] .

زادت الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي في أزمة (Covid 19)، وأضحى المستخدمون يتناقلون الأخبار والمعلومات غير الصحيحة، بصورة مقلقة، حتى أصبح المستخدم لا يفرق بين المضمون الصحيح وغير الصحيح .وتضاعف خوف الناس من بينهم الشباب، وهم الفئة الأكثر نشاطا مقارنة ببقية الفئات؛ لكونها تمس حياتهم ما يجعل المسؤولية مضاعفة لإنهاء الظاهرة.

وبناء على ذلك تتحدد مشكلة الدراسة بمعرفة مدى تعرض الشباب للشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي في ظل (Covid 19) ودرجة ثقتهم بما تقدمه المواقع الاجتماعية من معلومات حول الوباء، وتبلورت المشكلة بالتساؤل الرئيس الآتي (**ما مدى تعرض الشباب العراقي للشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي في أزمة (Covid 19)** .

وينبثق من ذلك التساؤل، تساؤلات فرعية مختلفة ومنها :-

١-ما أكثر المواقع التي يتابعها الشباب في مواقع التواصل الاجتماعي خلال أزمة جائحة كورونا؟.

٢-ما حجم ثقة الشباب العراقي بما ينشر في مواقع التواصل الاجتماعي في ظل أزمة كورونا؟ .

٣-ما امكانية الشباب العراقي في التمييز بين الشائعات وبين الاخبار الصحيحة في مواقع التواصل الاجتماعي في ظل وباء كورونا؟ .

٤-ما التصرف الذي يقوم به (أفراد العينة) عند تلقي الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي؟.

٥-ما الآثار الناجمة لدى تلقي الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي في فترة كورونا؟.

6-ما مدى رضا (أفراد العينة) عن الاستراتيجيات التي تحد من الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي؟.

٧-ما الأوقات المفضلة التي يتعرض لها أفراد العينة في مواقع التواصل الاجتماعي خلال أزمة كورونا؟.

---

(١) سعد سلمان المشهداني، مناهج البحث الإعلامي، (العين: دار الكتاب الجامعي، ٢٠١٧م)، ص٣٠ .

(٢) سمير محمد حسين، بحوث الاعلام -الأسس والمبادئ، (القاهرة: عالم الكتب، ١٩٧٩م)،ص ٣٧ .

ثانيا :أهمية البحث

١-أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في نقل المعلومات والأخبار بالمحيط المحلي والدولي، ما يجعلها ذات مسؤولية للحفاظ على مصداقيتها، ومن خلال معالجة الظواهر السلبية، ومنها الشائعات أثناء وباء كورونا لأنها قد تقلل من مهنيتها .

٢-تقع أهمية البحث بأنه إضافة مهمة للمكتبة العربية العراقية، وللباحثين ؛ لكونه يعالج مشكلة مهمة لها علاقة بحياة البشر، وعانى الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي، وهي مشكلة الشائعات في أزمة كورونا ورصد الظاهرة إعلاميا .

ثالثا: أهداف البحث

يهدف البحث الى التعرف على حجم تعرض الشباب العراقي للشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي في ظل وباء كورونا، ويفرز الهدف مجموعة من الأهداف الفرعية :-

١-التعرف على أكثر المواقع التي يتابعها الشباب في مواقع التواصل الاجتماعي.

٢-التعرف على إمكانية الشباب العراقي في التمييز بين الشائعات والاخبار الصحيحة المرتبطة بفايروس كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

٣-معرفة المضامين التي يهتم بها الشباب حول أزمة جائحة كورونا في مواقع التواصل الاجتماعي.

٤-تحديد الفروق لدى الشباب في تناولهم للشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي في ظل وباء كورونا.

٥-تحديد مدى ثقة الشباب تجاه ما ينشر مواقع التواصل الاجتماعي في ظل وباء كورونا.

٦-معرفة مدى الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن أزمة جائحة كورونا.

٧-رصد أبرز الاستراتيجيات المستخدمة في مواقع التواصل الاجتماعي لمكافحة الشائعات خلال أزمة كورونا.

رابعا: منهج البحث :يعد البحث ضمن البحوث الوصفية التي تقوم على وصف ظاهرة من الظواهر للوصول الى أسباب الظاهرة، والعوامل التي تتحكم فيها واستخلاص النتائج لتعميمها من أجل جمع البيانات وتنظيمها وتحليلها [١].

واعتمد الباحث على المنهج المسحي، كونه أكثر المناهج المستخدمة وطبيعة بحثنا الحالي، من أجل وصف ظاهرة من الظواهر للوصول الى أسبابها والعوامل التي تتحكم فيها واستخلاص النتائج والتعميمات وذلك من أجل تجميع البيانات وتنظيمها وتحليلها، وكذلك ينسجم مع طبيعة مشكلة البحث وأهدافه، ويعرف المنهج المسحي "بأنه دراسة شاملة مستعرضة لعدد كبير من الحالات نسبيا في وقت معين [٢] .

خامسا : مجتمع الدراسة وعينته

يتحدد مجتمع البحث بمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي من فئة الشباب العراقي، والذين يعدون من أهم الفئات العمرية في العراق ؛ باعتبارهم من الفئات العاملة الأكثر نشاطا في مختلف القطاعات. وتم اعتماد العينة العمدية لمن يستخدم المواقع الاجتماعية، وقد اجرى المقياس على عينة قوامها (١٥٠) شخصا من الشباب، في مناطق مختلفة من العاصمة بغداد.

---

(١) محمد الصاوي محمد مبارك، البحث العلمي وأسسه وطريقة كتابته، (القاهرة: المكتبة الأكاديمية، ١٩٩٢م)، ص٣٠ .

(٢) عبد الباسط محمد حسن، أصول البحث الاجتماعي، (القاهرة: المكتبة الأنجلو مصرية، ١٩٧١م)، ص١٠٩.

سادسًا: حدود البحث ومجالاته

أ-الحدود الزمانية : (١/١/ الى غاية ٢٠٢٠/١/٣١م).

ب-الحدود المكانية: عينة من الشباب في العاصمة بغداد .

ت-الحدود البشرية: فئة الشباب، الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي .

سابعًا :أدوات البحث

١-الاستبانة (صحيفة الاستقصاء) :هي عبارة عن مجموعة من الخطوات المنتظمة التي تبدأ بتحديد البيانات المطلوبة وتنتهي باستقبال استمارات الاستقصاء عن المبحوثين؛ بعد استيفاء هذه البيانات فيها ويعتبر متقننا لأن تنظيم اجراءاته وادواته يتم بطريقة منتظمة؛ توفر الكثير من الوقت والجهود والنفقات المبذولة فيه، وتوفر على الباحث التدخل ثانية في مرحلة التطبيق. ويحتاج الاستبيان مهارة شديدة في صياغة الأسئلة التي تستهدف معرفة الآراء والأفكار والاتجاهات التي يصعب الوصول اليها من دون التواصل المباشر بين الباحث والمبحوث. ومن الضروري أن يبين الباحث في الاستمارة التعريف بنفسه أولا وبالجهة التي تكفل البحث التي تدعمه وتحديد الهدف من الاستقصاء وبالإشارة الى سرية الأسماء وكذلك سرعة البيانات[١] .

٢-**المقابلة** :وهي محادثة بين شخصين يبدأها الشخص الذي يجري المقابلة لأهداف معينة. وتهدف للحصول على معلومات وثيقة الصلة بالبحث. حيث أن المقابلة هي عملية مقصودة تهدف الى إقامة الحوار الفعال بين الباحث والمبحوث أو أكثر للحصول على بيانات مباشرة ذات صلة بمشكلة البحث [٢].

٣-**الملاحظة**: وهي المشاهدة والمراقبة لسلوك ما أو ظاهرة معينة في ظل ظروف وعوامل بيئية معينة بغرض الحصول على معلومات دقيقة لتشخيص هذا السلوك أو هذه الظاهرة، وكذلك تعتبر الانتباه المقصود والموجه نحو سلوك فردي أو جماعي معين بقصد متابعته ورصد تغيراته ليتمكن الباحث من وصف السلوك فقط، أو وصفه وتحليله أو وصفه وتقويمه.

ثامنًا: الصدق والثبات

١-الصدق:يعد الصدق من الشروط الضرورية والمهمة في بناء الاختبارات والمقاييس، في الجانب الميداني. ويدل على مدى قياس الفقرات للظاهرة المراد قياسها، بمعنى أنه الوصف الفعلي، لما يريد الباحث أن يقيسه أو يصفه، وقد تم قياس الصدق ظاهريا عبر عرض فقرات كل من استمارة التحليل والاستبانة على مجموعة من الخبراء للحكم على صلاحيتها. وقد تحقق صدق الاستبانة ظاهريا، عبر عرض الفقرات على مجموعة من المتخصصين في الاعلام [*] المذكورين في أدناه. وحصلت

---

(١) سعد سلمان المشهداني، مرجع سابق، ص٥٥.

(٢) رجاء محمود أبو علام، مناهج البحث في العلوم النفسية والتربوية، (القاهرة: دار النشر للجامعات، ٢٠٠٦م)، ص٤١٥ .

[*] أسماء السادة الخبراء المحكمين حسب اللقب العلمي والتخصص :

١- أ.د. فاضل محمد البدراني، قسم الصحافة، كلية الاعلام الجامعة العراقية.

٢ -أ.د. يسرى خليل، قسم الصحافة، كلية الاعلام الجامعة العراقية

٣-أ.د.عايدة إبراهيم السخاوي، قسم الاعلام، فرع الصحافة، جامعة المنصورة .

٤-أ.د. بتول العاني، قسم الصحافة، كلية الاعلام، الجامعة العراقية

٥- أ.م.د. اياد هلال، قسم الإذاعة والتلفزيون، كلية الاعلام الجامعة العراقية.

٦- أ.م.د. حردان هادي، قسم الإذاعة والتلفزيون، كلية الاعلام، الجامعة العراقية .

٧-أ.م.عثمان محمد، قسم الصحافة، كلية الاعلام، الجامعة العراقية .

الاستبانة لموضوع الشائعات على اتفاق الخبراء؛ بعد أجراء بعض التعديلات عليها عبر الملاحظات التي وردت منهم .

٢-الثبات : تم اختبار الثبات في صورته المبدئية من خلال التعرف على ثباته، وذلك بعرضه في صورته الأولية ً على(٢٠ فردا) من مجتمع الدراسة، وذلك للتأكد من بساطة الصياغة ووضوح اللغة، وللتأكد أيضا من صلاحية الاستبيان من الناحية الميدانية. وتم اجراء اختبار الثبات للتأكد من إمكانية الاعتماد على نتائج الدراسة في تعميم النتائج، حيث استخدم معامل الثبات "ألفا كرونباخ" وأثبتت النتائج انها معاملات ذات دلالة جيدة لتحقيق أهداف الدراسة. ويمكن الاعتماد عليها في تعميم النتائج على مجتمع الدراسة. حيث بلغت قيمة ألفا 0.90%، على الأسئلة كافة ؛ الأمر الذي يدل على ثبات الاستجابات وإمكانية الاعتماد على النتائج وتعميمها، على مجتمع الدراسة ككل.

تاسعا: دراسات سابقة

(أ) المحور الأول: الدراسات التي تناولت مواقع التواصل الاجتماعي :-

(١)دراسة عبير الصرايرة (٢٠٢١) [١]**: هدفت** الدراسة إلى معرفة دور وسائل التواصل الاجتماعي في بناء العلاقات خارج مؤسسة الزواج واثرهما في ارتفاع نسب الطلاق في المجتمع الاردني، وقد تم اختيار عينة الدراسة المكونة من (٢٩٨٨) رب وربة أسر أردنية. **وتوصلت** الدراسة أن دور وسائل التواصل الاجتماعي في ارتفاع نسب الطلاق كانت مرتفعة، وأن هنالك علاقات اجتماعية تبنيها وسائل التواصل الاجتماعي خارج مؤسسة الزواج بدرجة مرتفعة، وأن الاثار الاجتماعية للعلاقات المؤدية للطلاق على مواقع التواصل الاجتماعي خارج مؤسسة الزواج كانت مرتفعة.

(٢) دراسة علي داود جوامير (٢٠٢٠)[٢]**:هدفت** الدراسة إلى معرفة أثر استعمال مواقع التواصل الاجتماعي في التحصيل الدراسي لطلبة كلية القانون في الجامعات العراقية من وجهة نظر الطلبة، ويكون مجتمع البحث من(١٤١) طالباً وطالبة من كليات القانون في جامعات (بغداد، البصرة، كركوك)، وقد اتبع الباحث المنهج الوصفي في بحثه، حيث توصّل الباحث الى ان مواقع التواصل الاجتماعي لها تأثير كبير على التحصيل الدراسي لطلبة كلية القانون، ويؤدي إلى انشغالهم وابتعادهم عن الدراسة وعدم توظيفهم لهذه المواقع بنحو سليم، ومن ثم فان الطلبة وعلى أثر المواقع يقضون وقتاً اطول على الانترنيت ويخصصون وقتا اقل للدراسة، وان الساعات التي يقضونها على الانترنيت تكون على حساب مستواهم الدراسي.

(٣) دراسة ساريولان, وآخرون (٢٠٢٠) [٣]**:هدفت** الدراسة لمعرفة تأثير كثافة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والثقة بالنفس، وإدارة الوقت على المماطلة في اعداد الرسالة لدى طلاب كلية

([١]) عبير الصرايرة، دور وسائل التواصل الاجتماعي في بناء العلاقات خارج مؤسسة الزواج واثرهما في ارتفاع نسب الطلاق في المجتمع الاردني، مجلة حوليات آداب عين شمس، كلية الآداب -جامعة عين شمس، المجلد ٤٩، العدد ٤، ٢٠٢١ م.

([٢]) علي دواد جوامير، أثر استعمال مواقع التواصل الاجتماعي في التحصيل الدراسي لطلبة كلية القانون في الجامعات العراقية، مجلة حوليات آداب عين شمس، كلية الآداب جامعة عين شمس، العدد ٣، المجلة ٤٨، ٢٠٢٠م.

([3]) Sariwulan, Tuty; Wibowo, Agus; and Utami, Siti Dahlianti. (2020). The Impact (of The Intensity of Social Media Use, Self Confidence, and Time Management on Procrastination of Thesis Preparation in S1 Students of Faculty of Economics, State University of Jakarta. International Conference on Humanities, Education, and Social Sciences. Volume 2020, pp. 863–876.

الاقتصاد بجامعة كلية الاقتصاد بجامعة ولاية جاكارتا في اندونيسيا، وقد استخدمت الدراسة المنهج الوصفي، واستخدمت الاستبانة كأداة للدراسة بعد التأكد من صدقها وثباتها، وقد تكونت العينة من (١٣٠)طالبا وطالبة من كلية الاقتصاد بجامعة جاكارتا وعلى صعيد النتائج، أكدت ان هنالك تأثيرا سلبيا لكثافة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على المماطلة في اعداد الرسالة، من خلال إدارة الوقت، ووجود تأثير سلبي ومهم للثقة في النفس على المماطلة في اعداد الرسالة من خلال إدارة الوقت، ووجود تأثير لكثافة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي والثقة في النفس وإدارة الوقت على المماطلة في اعدادها.

(ب)المحور الثاني :دراسات تناولت الشائعات في وسائل الاعلام

(1) دراسة سمر عز الدين جلال (٢٠٢١)[١]:هدفت الدراسة لمعرفة التعرض لشائعات كورونا على مواقع التواصل الاجتماعي لدى عينة من الشباب المصري، وهي دراسة مسحية جرى تطبيقها باستخدام منهج المسح، حيث طبقت العينة على (٢٣٨) من الشباب من سنة ١٨ الى ٤٥ عاما، وتوصلت الدراسة الى أن (٩١%) من عينة الدراسة يهتمون الى حد كبير بمتابعة جائحة كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي خاصة موقع الفيسبوك، وأن (٦٢%)من العينة يثقفون الى حد كبير فيما ينشر على مواقع التواصل الاجتماعي، كما أن (٧٤%) من العينة تعرضوا للشائعات في المواقع الاجتماعية حول جائحة كورونا.

(2) دراسة محمد وليد فتح الله (٢٠٢٠)[٢] : **هدفت** الدراسة الى رصد وتحليل تفسير معالجة الصحافة المصرية للشائعات وانعكاساتها على صورة مؤسسات الدولة لدى الرأي العام، وأجرى الباحث دراسة تحليلية على عينة من الصحف والمواقع المصرية هي صحيفة (الاهرام، صحيفة المصري اليوم، بوابة الأهرام، بوابة اليوم السابع .وسلطت نتائجها الضوء الى بروز الشائعات الاقتصادية في المعالجات الصحفية، وتصدر مؤسسات الدولة عامة قائمة المؤسسات المستهدفة بالشائعات.

عاشرا: نوع البحث

تقع الدراسة في اطار الدراسات الوصفية ذات المنهج المسحي، التي تهتم برصد الظاهرة وتفسيرها وتحليل أبعادها بما يسهم في الوصول الى المدلولات ومؤشرات لها مستقبل .وتتمثل هذه الظاهرة في التعرف على حجم تعرض الشباب للشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي في أزمة (Covid 19).

واعتمدت الدراسة على منهج المسح لغرض الحصول على البيانات والمعلومات التي تستهدف ظاهرة علمية. حيث يضم عددا من المفردات المكونة لمجتمع البحث ولمدة فترة زمنية كافية بهدف تكوين قاعدة أساسية من البيانات والمعلومات في مجال تخصص معين ومعالجتها [٣]. لعينة من الشباب العراقي وتحديدا من العاصمة بغداد، الذين يتعرضون لمواقع التواصل الاجتماعي وهو ما

([١])سمر عز الدين جلال، تعرض الشباب للشائعات حول فايروس كورونا في مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بمستوى القلق لديهم، مجلة البحوث الإعلامية-جامعة الأزهر -كلية الاعلام- القاهرة، العدد٥٧، ٢٠٢١م.

([٢]) محمد وليد فتح الله معالجة الصحافة المصرية للشائعات وانعكاساتها على صورة مؤسسات الدولة لدى الرأي العام، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاعلام-جامعة الازهر، قسم الصحافة، ٢٠٢٠م.

([٣]) بسام عبد الرحمن مشاقبة، البحث الإعلامي وتحليل الخطاب، (عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١٠م)، ٦٠-٦١ ص.

يساعد في الوصول الى التعرف على علاقة الشائعات حول فايروس كورونا في مواقع التواصل الاجتماعي.

أحد عشر :مجالات البحث

١-المجال المكاني يتمثل في مواقع التواصل الاجتماعي .

٢-المجال الزمني: ٢٠٢٠/١/١ / ٢٠٢٠/١/٣١م .

٣-**المجال البشري** :الشباب العراقي والذين يستخدم مواقع التواصل الاجتماعي، وقد استخدم الباحث عينة مسحوبة، بقرابة، (١٥٠) شخصا موزعين بشكل متساوٍ، على مناطق العاصمة بغداد.

وهي الأدوات التي يستخدمها الباحث في قياس المتغيرات أو جمع البيانات عنها بشكل منهجي ويتوفر فيه الاتساق والثبات، وصدق القياس والصلاحية للاستخدام من أجل الهدف الذي أُعدت له. ويختار منها الباحث أو يقوم بتصميمها طبقاً لأهداف البحث وخصائص القاعدة المعرفية التي يستقي منها البيانات والمتغيرات التي يهدف الى قياسها [١].

أثنا عشر :إجراءات البحث وأدواته

هي الأدوات والوسائل التي يستخدمها الباحث في جمع البيانات وعادة ما تتحكم طبيعة البحث. والهدف منه في الأدوات التي يستخدمها الباحث، لتحقيق أهداف البحث الذي بين أيدينا، وتنوع معلوماته وقياس المتغيرات فيه فقد استخدم الباحث، والأدوات الأتية، (الملاحظة، المقابلة، الاستبانة) .

المبحث الثاني: تعرض الشباب للشائعات عبر المنصات الاجتماعية خلال أزمة كورونا

أولا: ماهية الشائعات

حققت الشائعات وظائف عديدة في مختلف العصور. وبالرغم من كون واقعها عملية اتصالية، ومظهراً من مظاهر التواصل الإنساني الذي يرتبط بواقع الحياة. وينشأ عن التواصل مع الآخرين، الا انها من منظور آخر نمط من أنماط السلوك الإنساني، ومظهر طبيعي يحدث في أي مجتمع وفي أي زمن .

وتشكل الشائعات مصدراً مهماً من مصادر التعرف على الرأي العام. وتسهم بالتنبؤ في خصائصه الحقيقية ومشكلاته. وتعمل الشائعات على تأجيج الرأي العام وبلبلته، لا سيما في أوقات الازمات والحروب. لا شك أن الشائعات أداة مهمة من أدوات الدعاية التي تزيّف الحقائق، ومن ثم لا سبيل الى محاربتها الا بالإعلام الرصين والتسلح بالمعلومات الصحيحة التي تزيل الغموض وتوضح الحقائق [٢]

وتتركز الشائعات في أوقات الازمات والحروب والأوقات الاستثنائية، فهي قد تتضمن أماني وتطلعات الناس في حياتهم اليومية أو المجتمعية، فضلا عن أمور لحماية الناس خلال الازمات وأوقات الحروب والأزمات الاقتصادية أو الصحية. فحياة الانسان وحاجته للبقاء تتشكل الأولية له، خاصة عندما يتهددها الخطر. وقد وجد لدى الآشوريين أداة مهمة تشير الى بأسهم وفتكهم بالعدو، فقد مثلت احدى الواح النقوش النافرة مذبحة يظهر فيها طير كاسر يحمل احشاء جندي مقتول من أعدائهم [٣].

([١]) محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، (القاهرة: عالم الكتب، ٢٠٠٠م)، ١٧ص .

([٢]) الجحني علي بن فايز، ماهية الشائعة، (الرياض: مركز الدراسات والبحوث، ٢٠٠١ م)،ص ٥٦ .

([٣]) زهران ماجد عبد السلام، علم النفس الاجتماعي، (القاهرة: علم الكتب، ٢٠٠٣ م)،ص ١٦٥ .

وأصبحت الشائعات قدرا سياسيا واجتماعيا لا مفر منه، فأغلب الناس قد يتعرضون للشائعة، فضلا عن انها، صارت جزءاً أساساً من حياة الناس على الصُعد السياسية والاقتصادية والطبية والاجتماعية. وصارت الشائعة فناً من فنون الصراع الاجتماعي والمهني، علاوة على توظيفها بغرض تحطيم المعنويات واصطياد الحقائق، والتغطية على الواقع، والقضاء على مصداقية الخصم، وايقاعه في دائرة التفكير المضطرب، وتشويه صورته، ورسم الهالة حول الذات، وفي كثير من الأحيان يتم توظيفها بهدف الوقيعة، وتعطيل نجاح الآخرين وتشتيت انتباههم [١] .

والشائعات بحسب الباحث هي خبر أو مجموعة أخبار زائفة تنتشر في المجتمع بشكل سريع وتتداول بين العامة ضنا منهم على صحتها .

ثانيا: أهداف الشائعات

لا شك أن الشائعات سلاح فتاك ومن أسلحة الحرب النفسية الخطيرة. وتلعب دورا كبيرا بالتأثير على الروح المعنوية، من خلال سعي مروجيها الى تحقيق العديد من الأهداف المتنوعة على بعضها البعض؛ وبناء على ذلك يمكن بلورة أهداف الشائعات بالآتي :-

١-**أهداف معنوية :**ان الأهداف المعنوية للشائعات متعددة، فاذا كانت الحرب النفسية تعد في هذه الأيام حجر الزاوية بالنسبة لسياسة العدو العدوانية، أدركنا مدى فاعلية وخطورة الشائعات، وهي من أخطر الحروب النفسية في التأثير على الروح المعنوية للأفراد والجماهير في السلم والحرب، وذلك بإيجاد جو من البلبلة والشك وزعزعة الثقة بالنفس، وبث الروح الانهزامية والتفرقة والتشكيك بكل شيء.

٢-**أهداف سياسية :**وقد تشمل الرموز السياسية في الدول، والمواقف السياسية تجاه القضايا المختلفة، وذلك عن طريق التشكيك بالمواقف والخطط التي يضعها النظام السياسي، ويعتمد هذا النوع من الشائعات على أسلوب التهويل والتضخيم والتشويش والتشكيك، وأخطرها ما يطلق أثناء الحرب والاضطرابات الداخلية، التي تلعب هذه الشائعات دورا بارزا في اثارتها واشغال النظام السياسي بها لكي ينصرف عن مهمته الأساسية في البناء الداخلي في المستويات والمجالات كافة وكذلك البناء الخارجي [٢].

٣-**أهداف اجتماعية:** الغرض من الشائعات الاجتماعية اثارة الفتن تعميق الخلافات القائمة وبعض هذه الشائعات الغرض منها النيل من سمعة وشرف من توجّه اليه بشكل مباشر أو غير مباشر للمساس بمركزه الاجتماعي أو الشخصي أو التعرض لمكانته، كما يحصل في الانتخابات النيابية [٣]

.

٤-**أهداف اقتصادية :**يعد الاقتصاد من جوانب الحياة المهمة، الذي يُحظى، باهتمام بالغ بين فئات المجتمع كافة، والأغراض الاقتصادية التي تترتب على انتشار الشائعة تأخذ أشكالا عديدة، تختلف

([١]) محمد عبد الرؤوف محمد، القانون والشائعات، المؤتمر العلمي السادس، جامعة طنطا- كلية الحقوق ، القاهرة، ٢٠١٩م، ص ١٣.

([٢]) محمد عبد الرؤوف، مرجع سابق، ص٢٢ .

([٣]) إبراهيم بن مبارك الجوير، الشائعات ووظيفة المؤسسات الاجتماعية في مواجهتها، (الرياض: الرياض، ١٩٩٥م)، ١٩ ص .

باختلاف طبيعة المجال الاقتصادي الذي يراد لها أن تؤثر فيه سلبا أو إيجابا، فيمكن ان تستهدف الشائعة نشاطا معينا من أنشطة الاقتصاد الجزئي فيكون اثرها على المتعاملين في هذا النشاط، ويمكن ان تستهدف الشائعة أحد متغيرات الاقتصاد الكلي التي تؤثر في الاقتصاد القومي[١] .

ثالثا: استراتيجية مكافحة الشائعات في فضاء الاعلام الرقمي

أن آليات مكافحة الشائعات قديمة، وتم استخدامها بصورة متواترة وخلال الأزمات والحروب. فقد استخدم هذه الاستراتيجيات النازيون خلال الحرب العالمية الثانية، لمكافحتها من خلال قتل الشائعة بشائعة أكبر منها حجما. فعندما انتشرت الشائعات عن قيام هتلر بإعدام معظم قادة النازية عام (١٩٤٣) لاتهامهم بالمؤامرة ضده؛ قام جوبلرز وزير دعاية هتلر، باستخدام شائعة أشد فضاعة منها، من خلال الايعاز لأجهزة الاعلام باستخدام شائعة حول مقتل هتلر نفسه. فضرب الشائعة بشائعة كبيرة، ألفها وروجها وكذبها بأسلوبه الخاص [٢]. تُعد الشائعة الالكترونية إحدى نتائج الثورة الرقمية التي خلّفها التطور المستمر لتكنولوجيا الاتصال والمعلومات في الآونة الأخيرة، حيث تم استغلالها وانتشارها بواسطة مواقع التواصل الاجتماعي من قبل العديد من الأشخاص والجهات، للفتك بأمن الدول وزعزعة استقرارها، وصار لزاما على ذلك الاتجاه إلى ضرورة كبح جماح نشر وترويج الشائعات، وهو ما أقره كل من المشرع الجزائري والمشرع المصري[٣]. لا شك أن الشائعات قد تتضمن كلاما أو صورة أو مقطع فيديو أو مادة مسجلة، أو مُختلقاً كاذباً بأكمله أو يحمل نسبة من الصحة، ويتميز بالأهمية والغموض والجاذبية، ينتقل أو يروج له بين الناس عن طريق المشافهة أو الكتابة أو عن طريق إحدى وسائل الاتصال والاعلام التقليدية والالكترونية. ويعد الاعلام من أبرز الأدوات الذي يؤدي الى مكافحة الشائعات وكبح جماحها؛ عبر تقديم المعلومات الصحيحة، أو الاعتماد على المصادر الرسمية. فقد وظف القائمون على المواقع الاجتماعية خدمة الذكاء الاصطناعي، بعد أن أصبح المتلقي في حِيرة من أمره ؛ فأما يصدق ما يتعرض لها من أخبار تتعلق بأزمة كورونا، أو لا يصدقها. فعمدت المواقع على توظيف خوارزميات الذكاء الاصطناعي، لرصد وتحليل المعلومات المزيفة، والعمل على حذفها، وعكف موقع، فيسبوك، تويتر، وإنستغرام، يوتيوب، على توظيف تلك التقنية وقام الأول، بتوظيف خوارزميات لرصد المعلومات، خلال ذروة انتشار فايروس كورونا عام ٢٠٢٠م، عبر انشاء مركز معلومات لنشر المعلومات الصحيحة، فضلا عن تقديم الاحصائيات الدقيقة، حول نسبة الإصابات، والوفيات. ورفدت تقنيات الذكاء الاصطناعي المستخدمين بالمعلومات للوقاية من وباء كورونا؛ لمنع الشائعات غير الصحيحة.اذ قامت شركة جوجل (Googel) في عام ٢٠١٦م بتمويل ٢٠ مشروعًا أوروبيًّا يعمل على التحقق من المعلومات[٤]. ولم تكتفِ المواقع الاجتماعية بتلك الستراتيجيات، أنما أوجدت (مراكز التحكم بالشائعات)، وهي مراصد مزودة بالتقنيات لمتابعة مضامين المواقع الاجتماعية المعلومة الصحيحة

(١)عبد الرحيم محمد المذوري، الاشاعة واثارها في المجتمع -دراسة وصفية وتحليلية، (المدينة المنورة :مكتبة دار ابن الجوزي، ٢٠١٠م)، ص٧٩ .
(٢) فتحي حسن، الرأي العام الالكتروني، (القاهرة : دار النشر للجامعات، ٢٠١٢م)، ص٥٨.
(٣) نبيلة الرازقي، حماية تجريم نشر وترويج الشائعات الالكترونية عبر مواقع التواصل الاجتماعي -دراسة من منظور القانون الجزائري والمصري، المجلة الاكاديمية للبحث القانوني، العدد ١، المجلد ١٢، ٢٠٢١م، ص ٣٧٥.
(٤) سمر عز الدين جلال، تعرض الشباب للشائعات حول فيروس كورونا في مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بمستوى القلق لديهم -دراسة ميدانية، مجلة البحوث الإعلامية-جامعة الأزهر -كلية الاعلام، العدد ٥٧، أبريل ٢٠٢١م، ص ١٨٧٧.

والمغلوطة، وهذا ما شجّع العديد من الباحثين لهذه الآليات الذين أكدوا على أنها ستسهم بدحض الشائعات، منهم الباحث (أونوك) من جامعة ورك البريطانية في دراسته حول انتشار الشائعات على وسائل التواصل الاجتماعي.

رابعا:انعكاسات الشائعات الالكترونية على المجتمع

ان التأثير الذي تقوم به الشائعات هو تضليل الرأي العام بمعلومات مغلوطة؛ عبر طمس الحقيقة، لتحقيق غايات مقصودة أو غير مقصودة، وايهام المجتمع بالشائعات وآخرها الشائعات التي انتشرت بصورة كبيرة خلال أزمة كورونا. انعكست هذه الشائعات على المجتمع في مختلف المجالات السياسية والاجتماعية والاقتصادية والرياضية. لا شك أن الشائعات ألقت بظلالها على المجتمع، خلال فترة انتشار كورونا في العالم. حيث عاش الناس خلال ظهوره فترة عصيبة بالنظر إلى التداعيات الصحية والاقتصادية والاجتماعية والنفسية التي خلَّفها انتشاره في مختلف دول العالم. وتفاقمت حدة هذه التداعيات نتيجة انتشار الأخبار المفبركة. فقد كانت لهذه الأخبار تداعيات واضحة على جهود الدول في القضاء على الوباء وقللت من جهودها، ومن أبرزها المخاوف المجتمعية من أخذ اللقاح، التي أثرت بصورة كبيرة بنسب الأشخاص الذين يرفضون أخذ اللقاح، بمزاعم أنها "مؤامرة كونية، كما ظهرت بعض الشائعات على أنها "تسبب العقم لدى النساء" أو "تحتوي على روبوتات صغيرة" أو "تتضمن مواد جينية تغيّر الحمض النووي للإنسان" أو "مستخلصة من خلايا أجنة مجهضة. أن انعكاسات الشائعات مختلفة، ولا مجال لحصرها، فقد انتشرت بعض الشائعات والتي تنسب بصورة غير صحيحة الى منظمات طبية، ومفادها أن بعض العلاجات والمستحضرات الطبية، يجب أن يتناولها الانسان ؛ لكونها تسهم بالتقليل من الفيروس، من دون ان تستند الى مصادر طبية صحيحة. والأكثر خطورة هو انتشار مقاطع الفيديو أو صورة، فتوهم المتلقي على أنها أقرب للحقيقة، فيقوم بتصديقها، وإعادة نشرها في المواقع الاجتماعية. وبطبيعة الحال فأنها ستؤدي الى تشتيت جهود الجهات والمنظمات الصحية، للحد من انتشار وباء كورونا.مع تزايد الانتقادات حول انتشار الشائعات في المواقع الاجتماعية، فأن الصيحات انطلقت من الحكومات والمؤسسات الاكاديمية، منتقدة دور المواقع الاجتماعية التي أصبحت مكاناً خِصباً لنشر الشائعات والأخبار الملفّقة، فأن القائمين على المواقع أذعنوا لهذه الانتقادات، ووضعوا العديد من الاجراءات للتقليل من الشائعات أو إزالتها من المنصة. فعلى سبيل المثال فإن موقع "تويتر" قام بإزالة العديد من التغريدات ذات المضامين غير الصحيحة ؛ كما حدث مع تغريدة الرئيس البرازيلي التي حُذفت التي تقلل من أهمية العزل الصحي في فترة انتشار وباء كورونا.

خامسا :مفهوم مواقت التواصل الاجتماعي:

يشير مصطلح مواقع التواصل الاجتماعي إلى تلك المواقع على شبكة الإنترنت والتي ظهرت مع ما يعرف بالجيل الثاني للويب (سوشيال ميديا) حيث تتيح التواصل بين مستخدميها في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم، للتعرف على الأخبار والمعلومات عن عالمهم المحلي والخارجي وتكوين الصداقات، وتبادل المعلومات والخبرات بشكل سلس وسريع[1]، واستطاعت هذه المواقع بفترة وجيزة بفضل مميزاتها أن تتفوق على وسائل الإعلام التقليدية الأخرى؛ إذ استطاع الفرد بواسطتها

(1) رضا النجار، جمال الدين ناجي، تكنولوجيا المعلومات والاتصال، الفرص الجديدة المتاحة لوسائل الإعلام بالمغرب العربي، قمة مجتمع المعلومات - اليونسكو، تونس، نوفمبر ٢٠٠٥م، ص ١١٨.

أن يصنع المحتوى الإعلامي، ويتبنى آراءه ومواقفه واتجاهاته بشكل سهل وأكثر من ذي قبل، ناهيك عن السلوكيات التي صاحبت المتلقي خلال استخدام المواقع، سواء كانت إيجابية أم سلبية [١].

وتلعب الشبكات الاجتماعية على الإنترنت دورًا مركزيًا في دعم مفاهيم وآليات الإعلام الإلكتروني بالوقت الحالي، حيث تؤمّن تلك الأدوات للمواطن والمؤسسات على حد سواء إمكانيات هائلة في التواصل والاتصال بين الأفراد ومجموعات الأفراد، وأن مجتمع المواقع الاجتماعية بطبيعته متشعب، وأن عنصر الوقت قد تغير تمامًا في وقتنا الحاضر، حيث ظهر ما يسمى بـ"الوقت الشبكي" الذي من خلاله نمارس أكثر من عمل في وقت واحد، أي إن نظرية الزمن التقليدية قد تغيرت [٢].

وعلى صعيد **تعريفات** المواقع الاجتماعية فتم تعريفها على انها المحتوى الإعلامي الذي يتميز بالطابع الشخصي، والمتناقل بين طرفين، أحدهما مرسل والآخر مستقبل، عبر الشبكة الاجتماعية، مع حرية الرسالة للمرسل وحرية التجاوب معها في المستقبل .

وعرفت المواقع الاجتماعية على انها الطرق الجديدة في الاتصال في البيئة الرقمية بما يسمح للمجموعات الأصغر من الناس بإمكانية الالتقاء والتجمع على الانترنيت وتبادل المنافع والمعلومات، سيما وانها تمكن الأفراد والمجموعات من سماع صوتهم وصوت مجتمعاتهم الى العالم أجمع [٣].

سادسا: خصائص مواقع التواصل الاجتماعي

١- **التفاعلية :(Interactive)**حيث يتبادل القائم بالاتصال والمتلقي الأدوار في عملية الإرسال والمتلقي، ويطلق على القائمين بالاتصال لفظ المشاركين أو المستخدمين بدلاً من المصادر، وتكون ممارسة الاتصال مع المتلقي ثنائية الاتجاه وتبادلية [٤].

٢- **المجموعات:(Groups)** تتيح الكثير من المواقع الاجتماعية خاصية إنشاء مجموعة اهتمام، حيث يمكن إنشاء مجموعة بمسمى معين وأهداف محددة، ويوفر الموقع الاجتماعي لمالك المجموعة والمنضمين إليها من ساحة أشبه ما تكون بمنتدى حوار مصغر والبوم صور مصغر، كما تتيح خاصية تنسيق الاجتماعات عن طريق ما يعرف «events»، أو الأحداث ودعوة أعضاء تلك المجموعة له وتحديد عدد الحاضرين والغائبين، وتعد تلك الخاصية النواة الأولى للاحتجاجات والثورات ما يسمى بـ"الربيع العربي" لعدد من البلدان العربية[٥].

٣-**الانفتاح (openness):** معظم وسائل الاعلام عبر مواقع التواصل الاجتماعي تقدم خدمات مفتوحة لردود الفعل والمشاركة أو الانشاء والتعديل على الصفحات، حيث تشجع التصويت والتعليقات وتبادل المعلومات، بل نادرا ما توجد حواجز أمام الوصول والاستفادة من المحتوى[٦].

٤-**العالمية: (international)** حيث تلغي مواقع التواصل الاجتماعي الحواجز الجغرافية وتنعدم فيها الحدود الدولية، ويستطيع الفرد في الشرق التواصل مع الفرد بالغرب دون قيد.

---

(١) يوسف عبد على حسين، حنين حاتم عبد الله، الإعلام الإلكتروني، (عمان: دار دجلة، ٢٠١٦م)، ص٨.
(٢) رضا النجار، مرجع سابق ص١٥٤.
(٣) بشرى جميل الراوي، دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير، مجلة الباحث الإعلامي، العدد١٨، ٢٠١٢ م، ص١٩٤.
(٤) حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط٦، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٦م)، ص١٠٧.
(٥) ليلى احمد جرار، الفيسبوك والشباب العربي، (عمان: مكتبة الفلاح، 2012م)، ص ٤٢.
(٦)خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، (عمان: دار النفائس، ٢٠١٢م)، ص٢٦.

٥-التوفر والاقتصادية :(Availability and economy) تميزت مواقع التواصل الاجتماعي بمجانية الاشتراك والتسجيل وبشكل بسيط وغير معقد ما يجعلها اقتصادية الجهد والوقت والمال كما ان امتلاك حيز على تلك المواقع، ليس حكرا على أصحاب رؤوس الأموال، أو حكرا على جماعة دون أخرى بل يحق لأي فرد امتلاك حيز في تلك المواقع مجانا.

المبحث الثالث : تعرّض الشباب العراقي للشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي في أزمة جائحة كورونا

المحور الأول :العوامل الديمغرافية (البيانات الشخصية)

جدول (١) يوضح توزيع أفراد العينة بحسب النوع

ت	النوع	التكرار	النسبة	المرتبة
١	ذكر	٨٨	**%٥٨.٦٦**	الأولى
٢	أنثى	٦٢	**%٤١.٣٣**	الثانية
ــ	المجموع	١٥٠	**%١٠٠**	ـــــ

١-النوع:بلغ المجموع الكلي لعينة البحث (١٥٠)، حيث بلغ عدد الذكور نحو(٨٨) وبنسبة مئوية حلت (٥٨%)، أما عدد الاناث بلغت (٦٢) وبنسبة مئوية حلت (٤١%) كما موضح بالجدول (١).

جدول (٢) يوضح التحصيل الدراسي لعينة الدراسة

ت	التحصيل الدراسي	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	بكالوريوس	٤٨	%٣٢	الأولى
٢	اعدادي	٣٧	%٢٤.٦٦	الثانية
٣	دراسات عليا	٣٥	%٢٣.٣٣	الثالثة
٤	متوسطة	١٧	%١١.٣٣	الرابعة
٥	ابتدائي	١٣	%٨.٦٦	الخامسة
ــ	المجموع	١٥٠	%١٠٠	ـــــ

٢_التحصيل الدراسي يوضح الجدول (٢) التحصيل الدراسي لأفراد العينة، حيث تبين التحصيل الأعلى لأفراد العينة هو (بكالوريوس) وبنسبة بلغت (٣٢%) وفي المرتبة الثانية (اعدادي) وبنسبة بلغت (٢٤.٦٦ %) وفي المرتبة الثالثة حصلت (دراسات عليا) بنسبة بلغت (٢٣.٣٣ %) وفي المرتبة الرابعة حلت فئة (متوسطة) وبنسبة بلغت (٣٣ .١١%) وبالمرتبة الأخيرة حلت فئة ابتدائي وبنسبة بلغت (٨.٦٦%)

جدول (٣) يوضح الحالة الاجتماعية لعينة الدراسة

ت	الحالة الاجتماعية	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	أعزب	٧٧	%٥١.٣٣	الأولى
٢	متزوج	٥٧	%٣٨	الثانية
٣	منفصل	١٢	%٨	الثالثة
٤	أرمل	٤	%٢.٦٦	الرابعة
ــ	المجموع	١٥٠	%١٠٠	ـــــ

٣-**الحالة الاجتماعية** :يوضح جدول (٣) الحالة الاجتماعية للمبحوثين، حيث حلت بالمرتبة الأولى فئة (أعزب) وبنسبة بلغت (٥١.٣٣%) وبالمرتبة الثانية متزوج وبنسبة بلغت (٣٨%)، أما الفئة الثالثة حلت فئة (منفصل) وبنسبة بلغت (٨%)، أما بالمرتبة الأخيرة حلت فئة ارمل وبنسبة بلغت(٢.٦٦%) .

جدول (٤) يوضح أعمار أفراد عينة الدراسة

ت	العمر	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	٢٤-٣٠ سنة	٧٢	%٤٨	الأولى
٢	١٨-٢٤ سنة	٤٤	%٢٩.٣٣	الثانية
٣	٣٠ سنة فأكثر	٣٤	%٢٢.٦٦	الثالثة
ــ	المجموع	١٥٠	%١٠٠	ـــــ

٤-العمر: يوضح الجدول (٤) عمر المبحوثين، حيث حلت فئة (٢٤- ٣٠ سنة) بالمرتبة الأولى بأعمار العينة، وبنسبة بلغت (٤٨%) أما بالمرتبة الثانية فحلت فئة (١٨-٢٤ سنة) وبنسبة بلغت(٢٩.٣٣%) (أما الفئة الأخيرة فحلت (٣٠ سنة فأكثر) وبنسبة بلغت(٢٢.٦٦%) .

جدول (٥) يوضح الحالة الوظيفية لأفراد العينة

ت	الحالة الوظيفية	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	طالب	٦٥	%٤٣.٣٣	الاولى
٢	أعمال حرة	٥٤	%٣٦	الثانية
٣	بدون عمل	٢٢	%١٤.٦٦	الثالثة
٣	قطاع حكومي	٩	%٦	الرابعة
ــ	المجموع	١٥٠	%١٠٠	ـــــ

٥-جدول (٥) يوضح الحالة الوظيفية لأفراد العينة، حيث حلت فئة طالب بالمرتبة الأولى وبنسبة مئوية بلغت (٤٣.٣٣%)، وبالمرتبة الثانية حلت فئة (أعمال حرة) بالمرتبة الثانية وبنسبة مئوية بلغت(٣٦%) وبالمرتبة الثالثة حلت فئة (بدون عمل) وبنسبة مئوية بلغت (١٤.٦٦%)، وبالمرتبة الأخيرة حلت فئة قطاع حكومي، وبنسبة مئوية بلغت (٦%) .وهي نتيجة تؤكد أن قطاع الشباب هم الأقل توظيفا في القطاعات والمؤسسات الحكومية، وكذلك تؤكد أن الدولة لم تستغل خبراتهم النوعية لتحسين جودة قطاعاتها .

جدول (٦) يوضح أنماط تعرض افراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي

ت	أنماط تعرض العينة	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	ثلاث ساعات فأكثر	٨٧	%٥٨	الاولى
٢	ساعة الى ثلاث ساعات	٤٧	%٣١.٣٣	الثانية
٣	أقل من ساعة يوميا	١٦	%١٠.٦٦	الثالثة
ــ	المجموع	١٥٠	%١٠٠	ــــــ

6-جدول (٦) يوضح عادات وأنماط التعرض (أفراد العينة) عند تعرضهم لمواقع التواصل الاجتماعي، فقد حلت بالمرتبة الأولى فئة (ثلاث ساعات فأكثر) وبنسبة (٥٨%) وبالمرتبة الثانية فحلت (ساعة الى ثلاث ساعات) وبنسبة بلغت(٣١.٣٣) وبالمرتبة الأخيرة حلت (أقل ساعة يوميا) وبنسبة بلغت (١٠.٦٦) وهي نتيجة تبين كثافة الاستخدام لمواقع التواصل الاجتماعي في متابعة الأخبار ومشاركتها مع الآخرين، والتواصل بين الناس .

جدول (٧) يوضح وقت تعرض أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي

ت	وقت تعرض أفراد العينة	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	مساءً	٧٣	%٤٨.٦٦	الأولى
٢	بعد منتصف الليل	٤٦	%٣٠.٦٦	الثانية
٣	ظهرا	١٩	%١٢.٦٦	الثالثة
٤	صباحا	١٢	%٨	الرابعة
ــ	المجموع	١٥٠	%١٠٠	ــــــ

7-جدول (٧) يوضح وقت تعرض أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي :حيث حلت (فئة مساءً) بالمرتبة الأولى وبنسبة بلغت (٤٨%) وبالمرتبة الثانية حلت فئة (بعد منتصف الليل) وبنسبة بلغت(٣٠.٦٦) وبالمرتبة الثالثة حلت (ظهرا) وبنسبة (١٢.٦٦%) وحلة فئة (صباحا) بالمرتبة الأخيرة وبنسبة بلغت (٨%) وهي نتيجة توضح أن الوقت المفضل لتعرض أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي هي بالمساء ؛ لأنه وقت انتهاء الاعمال والأعباء اليومية، وكذلك لمتابعة الأخبار بالمحيط المحلي والخارجي .

جدول (٨) يوضح الأشخاص الذين يتواصلون معهم أفراد العينة

ت	الذين يتواصل معهم أفراد العينة	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	الأقارب والأصدقاء	٦٣	%٤٢	الأولى
٢	أي شخص يثير موضوع النقاش	٥٥	%٣٦.٦٦	الثانية
٣	ممن يشاركوني الاهتمام	٢٣	%١٥ .٣٣	الثالثة
٤	أفراد العائلة	٥	% ٣.٣٣	الرابعة
٥	زملاء العمل والدراسة	٤	%٢.٦٦	الخامسة
ــ	الـــــــــــــــجموع	١٥٠	%١٠٠	ـــــ

٨-يوضح جدول (٨) الذين يتواصل معهم أفراد العينة بمواقع التواصل الاجتماعي، حيث حلت فئة (الأقارب والأصدقاء) بالمرتبة الأولى وبنسبة بلغت ٤٢%، وحلت فئة (أي شخص يثير موضوع النقاش) بالمرتبة الثانية وبنسبة بلغت (٣٦.٦٦)، اما فئة (ممن يشاركوني الاهتمام) بالمرتبة الثالثة وبنسبة (١٥.٣٣) أما بالمرتبة الرابعة فحلت فئة (أفراد العائلة) وبنسبة بلغت ٣.٣٣) أما بالمرتبة الأخيرة فقد حلت فئة (زملاء العمل والدراسة)) وبتكرار بلغ ٤ وبنسبة مئوية بغت(٢.٦٦%) .

جدول (٩) يوضح المواقع التي يتابعها الشباب العراقي

ت	المواقع التي تتابعها العينة	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	فيسبوك	٦١	%40.66	الأولى
٢	يوتيوب	٥٨	%38.66	الثانية
٣	تيويتر	١٨	%١٢	الثالثة
٤	انستغرام	٩	%٦	الرابعة
٥	سناب جات	٤	%٢.٦٦	الخامسة
ـــ	الـــــــــــــــــجموع	١٥٠	%١٠٠	ـــــ

٩-جدول ٩ يوضح المواقع التي يتابعها الشباب العراقي في مواقع التواصل الاجتماعي، حيث حلت فئة (فيسبوك) بالمرتبة الأولى، وبنسبة بلغت (٤٠، ٦٦%)، وفي المرتبة الثانية فقد حلت فئة (يوتيوب) وبنسبة بلغت(٣٨، ٦٦%) وفي المرتبة الثالثة فقد بلغت فئة (تويتر) وبنسبة بلغت(١٢%) وحلت بالمرتبة الرابعة (انستغرام) وبنسبة بلغت(٦%)، أما بالمرتبة الأخيرة فقد حلت (سناب جات) وبنسبة بلغت(٢، ٦٦%) .وهي نتيجة طبيعية تؤكد تفوق الفيسبوك؛ لأنه أكثر المواقع متابعة واستخداما من قبل الشباب العراقي، نظرا لمميزاته الفريدة مقارنة ببقية المواقع .

جدول (١٠) يوضح حجم ثقة العينة بما ينشر بالمواقع الاجتماعية

ت	حجم ثقة العينة في المواقع الاجتماعية	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	متوسطة	٦٧	%٤٤.٦٦	الأولى
٢	كبيرة	٥٨	%٣٨.٦٦	الثانية
٣	صغيرة	٢٥	%١٦.٦٦	الثالثة
ـــ	الـــــــــــــــــجموع	١٥٠	%١٠٠	ـــــ

١٠-جدول ١٠ يوضح حجم ثقة أفراد العينة بما ينشر في مواقع التواصل الاجتماعي، حيث حلت بالمرتبة الأولى فئة (متوسطة)، وبنسبة بلغت(٤٤، ٦٦%)، وفي المرتبة الثانية حلت فئة (كبيرة) وبنسبة بلغت(٣٨، ٦٦%) وبالمرتبة الأخيرة حلت (صغيرة)، وبنسبة (١٦%، ٦٦) .وهي نتيجة طبيعية تؤكد أن ثقة (أفراد العينة) غير كبيرة بالمواقع الاجتماعية نتيجة انتشار الشائعات في مختلف مواقعها .

جدول (١١) يوضح أسباب التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي

ت	أسباب تعرض العينة للمواقع الاجتماعية	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	متابعة الأخبار أو إعادة مشاركتها	٤٨	%٣٢	الأولى
٢	تقضية الوقت	٤١	%٢٧.٣٣	الثانية
٣	التسلية والترفيه	٣١	%20.66	الثالثة
٤	تكوين العلاقات والصداقات	٢٢	%١٤.٦٦	الرابعة
٥	التواصل مع أصدقائي القدامى	٨	%٥.٣٣	الخامسة
ـــ	الـــــــــــــــــجموع	١٥٠	%١٠٠	ـــــ

١١-جدول (١١) يوضح أسباب تعرض أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي، حيث حلت بالمرتبة الأولى فئة (متابعة الأخبار أو إعادة مشاركتها)، وبنسبة بلغت(٣٢%)، وبالمرتبة الثانية حلت (تقضية الوقت)، وبنسبة بلغت(٢٧، ٣٣%)، وبالمرتبة الثالثة بلغت (التسلية والترفيه)، وبنسبة بلغت(٢٠، ٦٦%)، وبالمرتبة الرابعة نالت(تكوين العلاقات والصداقات)، وبنسبة مئوية بلغت(١٤، ٦٦%)، وبالمرتبة الخامسة حصلت (التواصل مع أصدقائي القدامى)، وبنسبة بلغت(٥، ٣٣%) .وهي نتيجة قريبة من بعضها البعض، في الأسباب التي دعت للتعرض للمواقع الاجتماعية، فضلا عن ان متابعة الأخبار ومن ثم إعادة مشاركتها هي من الأسباب التي تسهم بارتفاع الشائعات في المواقع الاجتماعية.

جدول (١٢) يوضح التعرض للشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي

ت	هل تعرضت للشائعات بأزمة كورونا بالمواقع الاجتماعية	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	نعم	٦٩	%٤٦	الأولى
٢	احيانا	٤٥	%٣٠	الثانية
٣	لا	٣٦	%٢٤	الثالثة
ـ	المجموع	١٥٠	%١٠٠	ـــــ

١٢-جدول (١٢) يوضح تعرض أفراد العينة للشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي، فقد حلت فئة (نعم) بالمرتبة الأولى وبنسبة مئوية بلغت (٤٦%) وبالمرتبة الثانية بلغت فئة (أحيانا) بالمرتبة الثانية وبنسبة مئوية بلغت (٣٠%) وبالمرتبة الثالثة، حلت فئة (لا) بالمرتبة الثالثة وبنسبة مئوية بلغت (٢٤%) .وتوضح النتيجة أن التعرض للشائعات كانت مرتفعا، وتعكس انتشارها في مختلف المواقع الاجتماعية بنسبة كبيرة .

جدول (١٣) يوضح قدرة العينة على التمييز بين الاخبار الموثوق بها والشائعات

ت	التمييز بين الأخبار الموثوق بها والشائعات في	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	استطيع الى حد ما	٥٨	%٣٨.٦٦	الأولى
٢	استطيع الى حد كبير	٥٥	%٣٦.٦٦	الثانية
٣	لا استطيع التفرقة اطلاقا	٣٧	%٢٤.٦٦	الثالثة
ـــ	الـــــــــــــــــجموع	١٥٠	%١٠٠	ـــــ

١٣-جدول (١٣) يوضح مدى قدرة (العينة) في التمييز بين الأخبار الموثوق فيها والشائعات حول أزمة جائحة كورونا، حيث نالت بالمرتبة الأولى فئة (استطيع الى حد ما) وبنسبة(٣٨، ٦٦%)، اما بالمرتبة الثانية فنالت فئة (استطيع الى حد كبير)، وبنسبة بلغت (%٣٦، ٦٦)، اما فئة (لا استطيع التفرقة اطلاقا) وبتكرار وبنسبة بلغت(٢٤%). حيث توضح النتيجة الى وجود وعي وثقافة رقمية من قبل الشباب العراقي في التمييز بين الخبر الموثوق به والشائعات.

جدول (١٤) يوضح الاعتماد على مواقع الاجتماعي كمصدر للمعلومات

ت	مدى الاعتماد على المواقع الاجتماعية كمصدر للمعلومات في كورونا	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	الى حد كبير	٦٠	%٤٠	الأولى
٢	الى حد ما	٥٣	%٣٥.٣٣	الثانية
٣	لا اعتمد عليها اطلاقا	٣٧	%٢٤.٦٦	الثالثة
ـــ	الـــــــــــــــــجموع	١٥٠	%١٠٠	ـــــ

١٤ -جدول (١٤) يوضح مدى الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن أزمة جائحة كورونا، حيث نالت فئة (الى حد كبير)المرتبة الأولى، وبنسبة مئوية بلغت (٤٠%)، وبالمرتبة الثانية نالت فئة (الى حد ما)، وبنسبة مئوية بلغ (٣٥، ٣٣%)، وبالمرتبة الأخيرة بالمرتبة الأخيرة نالت فئة (لا اعتمد عليها اطلاقا)، وبتكرار بلغ ٣٧، وبالنسبة مئوية بلغ (٢٤، ٦٦%) .وتوضح النتيجة أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في اعتمادها من قبل أفراد العينة كمصدر للمعلومات في كورونا .

جدول (١٥) يوضح الثقة بالمعلومات في مواقع التواصل الاجتماعي بكورونا

ت	مدى الثقة بالمعلومات في المواقع الاجتماعية بكورونا	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	اثق الى حد ما	٧٧	%٥١.٣٣	الأولى
٢	اثق الى حد كبير	٤١	%٢٧.٣٣	الثانية
٣	لا اثق اطلاقا	٣٢	٢١.٣٣	الثالثة
ــ	الـــــــــــــــــجموع	١٥٠	%١٠٠	ـــــــ

١٥-جدول (١٥) يوضح مدى ثقة العينة بالمعلومات المقدمة في المواقع الاجتماعية، حيث حلت فئة (اثق الى حد ما) بالمرتبة الأولى وبنسبة مئوية بلغت (%٥١، ٣٣)، وبالمرتبة الثانية حلت فئة (اثق الى حد كبير) وبنسبة مئوية بلغت(٢٧، ٣٣)، وبالمرتبة الثالثة حلت فئة (لا اثق اطلاقا) وبنسبة مئوية بلغت (٢١، ٣٣%) .وهي نسبة تؤكد ان افراد العينة ثقتهم غير قليلة بالمعلومات المقدمة في المواقع الاجتماعية، لكونها ذات أهمية بالنسبة لأفراد العينة .

جدول (١٦)يوضح المضامين التي تهتم بها العينة في المواقع الاجتماعية

ت	المضامين التي تهتم بها العينة في المواقع الاجتماعية خلال كورونا	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	فئة احصائيات الاصابة من كورونا	٥٤	%٣٦	الأولى
٢	تصريحات وزارة الصحة	٣١	%٢٠.٦٦	الثانية
٣	طرق الوقاية والعلاج	٢٧	%١٨	الثالثة
٤	نصائح طبية	٢١	%١٤	الرابعة
٥	اعلان لمطهرات وكمامات	١٧	%١١.٣٣	الخامسة
ــ	الـــــــــــــــــجموع	١٥٠	%١٠٠	ـــــــ

١٦- جدول (١٦) يوضح المضامين التي تهتم بها العينة في المواقع الاجتماعية خلال كورونا، حيث حلت فئة (احصائيات الإصابة من كورونا) بالمرتبة الأولى وبنسبة مئوية بلغت(٣٦%) وبالمرتبة الثانية حلت فئة (تصريحات وزارة الصحة) بالمرتبة الثانية وبنسبة (٢٠، ٦٦%)، وبالمرتبة الثالثة حلت فئة (طرق الوقاية والعلاج) وبنسبة مئوية بلغت (١٨%) .وبالمرتبة الرابعة حلت فئة (نصائح طبية) وبنسبة مئوية بلغت (١٤%) وبالمرتبة الأخيرة حلت فئة (اعلان لمطهرات وكمامات) وبنسبة بلغت (١١، ٣٣%) .وهي نسبة تبين ان أكثر المضامين التي تشغل الشباب (افراد العينة) وتشغل اهتماماتهم ومخاوفهم هي احصائيات الوفيات والاصابات ؛ لأنها تمس حياة الناس .

جدول (١٧) يبين التصرف الذي تقوم به العينة خلال سماعهم الشائعات

ت	التصرف الذي تقوم به العينة لدى سماعها الشائعات في كورونا	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	اناقشه مع الأطباء والاختصاصيين	٥٣	%٣٥.٣٣	الأولى
٢	التأكد من مصادرها الرسمية	٣٩	%٢٦	الثانية
٣	أهملها ولم اجهد نفسي بها	٣٧	%٢٤ .٦٦	الثالثة
٤	اناقش ما سمعته في مع أسرتي	٢١	%١٤	الرابعة
ــ	الـــــــــــــــــــجموع	١٥٠	%١٠٠	ــــــــ

١٧-جدول (١٧) يوضح التصرف الذي يقوم به أفراد العينة خلال سماعهم للشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي، حيث حلت فئة (اناقشه مع الأطباء والاختصاصيين)، بالمرتبة الأولى، وبنسبة مئوية بلغت (٣٥، ٣٣%)، وبالمرتبة الثانية بلغت فئة (التأكد منها من مصادرها الرسمية) وبنسبة مئوية بلغ (٢٦%)، وبالمرتبة الثالثة بلغت فئة (أهملها ولم اجهد نفسي بها)، وبنسبة مئوية بلغت(٢٤، ٦٦%)، وبالمرتبة الأخيرة بلغت فئة (اناقش ما سمعته في مع أسرتي) وبنسبة مئوية بلغت (٢١%) .وهي نتيجة طبيعية، فخلال ذروة وباء كورونا، انتشرت الشائعات والمعلومات غير الصحيحة في مختلف مواقع التواصل الاجتماعي، فيلجأ (أفراد العينة) الى مناقشتها مع الأطباء والاختصاصيين وذلك للتأكد من حقيقتها أو صحتها .

جدول (١٨) يوضح رضا العينة بالمعالجات التي قامت بها المواقع الاجتماعية بكورونا

ت	مدى رضا العينة بالمعالجات التي قامت بها المواقع الاجتماعية بكورونا	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	متوسط	٦٥	%٤٣.٣٣	الأولى
٢	ضعيف	٥٨	% ٣٨.٦٦	الثانية
٣	كبير	٢٧	%١٨	الثالثة
ــ	الـــــــــــــــــــجموع	١٥٠	%١٠٠	ــــــــ

١٨-جدول (١٨) يوضح مدى رضا (أفراد العينة) حول المعالجات التي قامت بها المواقع الاجتماعية خلال أزمة كورونا للحد من الشائعات، حيث حلت فئة (متوسط) بالمرتبة الاولى، وبنسبة مئوية بلغت(٤٣، ٣٣%)، وبالمرتبة الثانية بلغت فئة (ضعيف) وبنسبة بلغj (٣٨، ٦٦%)، وبالمرتبة الثالثة بلغت فئة (كبير)، وبنسبة مئوية (١٨%) .وهي نتيجة تؤكد أن هنالك رضا متوسطا ومقبولا من أفراد العينة بالمعالجات التي بدأ بتنفيذها القائمون على المواقع الاجتماعية، محاولة للسيطرة على مضامين الشائعات التي تنتشر في مواقع التواصل الاجتماعي.

جدول (١٩) يوضح الاثار الناجمة خلال تلقي الشائعات بالمواقع الاجتماعية

ت	الاثار الناجمة خلال تلقي الشائعات بالمواقع الاجتماعية بكورونا	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	أصبت بالخوف جراء ما سمعت	٥٦	%٣٧ .٣٣	الأولى
٢	تجعلني لا اصدق ما ينشر بالمواقع الاجتماعية	٤١	%٢٧.٣٣	الثانية
٣	تأثر على حالتي النفسية	٣٨	%٢٥.٣٣	الثالثة
٤	لا أتأثر بها اطلاقا	١٥	%١٠	الرابعة
ـــ	الـــــــــــــــــجموع	١٥٠	%١٠٠	ـــــ

١٩-جدول (١٩) يوضح الآثار الناجمة خلال تلقي الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي في أزمة كورونا، وحلت بالمرتبة الاولى فئة (أُصبت بالخوف جراء ما سمعت) وبنسبة (٣٧، ٣٣%)، وبالمرتبة الثانية حلت فئة (تجعلني لا اصدق بما ينشر في مواقع التواصل الاجتماعي ويصيبني بالانزعاج منها)، وبنسبة بلغ (٢٧، ٣٣%) وبالمرتبة الثالثة بلغت فئة (تأثر على حالتي النفسية) بالمرتبة الثالثة، وبنسبة مئوية بلغت (٢٥، ٣٣%) ، وبالمرتبة الأخيرة بلغت (لا أتأثر بها اطلاقا)، وبنسبة مئوية بلغت (١٠%) . وهي نتيجة توضح الاثار والمخاوف التي يصاب بها أفراد العينة، عند سماع الشائعات، لا سيما انها تؤثر على نفسياتهم ومن ثم، سيؤدي الى مضاعفة خطورة وباء كورونا داخل المجتمع.

❖ النتائج العامة للبحث

١- بلغ عدد المجموع الكلي لعينة البحث (١٥٠)، حيث بلغ عدد الذكور نحو (٨٨)، أما عدد الاناث بلغت (٦٢) .

٢- التحصيل الأعلى لأفراد العينة هو (بكالوريوس) وبنسبة بلغت (٣٢%) وفي المرتبة الثانية (اعدادي) وبنسبة بلغت (٢٤.٦٦ %) وفي المرتبة الثالثة حصلت (دراسات عليا) بنسبة بلغت (٢٣.٣٣ %) .

٣- الحالة الاجتماعية للمبحوثين، بالمرتبة الأولى (أعزب) وبنسبة بلغت (٥١.٣٣%) وبالمرتبة الثانية متزوج وبنسبة بلغت (٣٨%)، أما الفئة الثالثة حلت فئة (منفصل) وبنسبة بلغت (٨%).

٤- العمر للمبحوثين، حلت فئة (٢٤-٣٠) بالمرتبة الأولى، وبنسبة بلغت (٤٨%) أما بالمرتبة الثانية فحلت فئة (١٨-٢٤) وبنسبة بلغت(٢٩.٣٣%) (أما الفئة الأخيرة فحلت (٣٠ سنة فأكثر) وبنسبة بلغت(٢٢.٦٦%) .

٥- الحالة الوظيفية، بالمرتبة الأولى فئة (طالب) وبنسبة(٤٣.٣٣%)، أما بالمرتبة الثانية فقد بلغت فئة (أعمال حرة) وبنسبة (٣٦%)، أما بالمرتبة الثالثة حلت فئة (بدون عمل)، وبنسبة (١٤.٦٦%).

٦- عادات وأنماط التعرض (أفراد العينة) بمواقع التواصل الاجتماعي، حلت بالمرتبة الأولى فئة (ثلاث ساعات فأكثر) وبنسبة (٥٨%) وبالمرتبة الثانية فحلت (ساعة الى ثلاث ساعات) وبنسبة بلغت(٣١.٣٣) .

٧- وقت تعرض أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي، حلت (فئة مساءً) بالمرتبة الأولى وبنسبة بلغت (٤٨%) وبالمرتبة الثانية حلت فئة (بعد منتصف الليل) وبنسبة بلغت(٣٠.٦٦) وبالمرتبة الثالثة حلت (ظهرا) وبنسبة (١٢.٦٦%) .

٨- المواقع التي يتابعها الشباب العراقي في مواقع التواصل الاجتماعي، حيث حلت فئة (فيسبوك) بالمرتبة الأولى، وبنسبة بلغت (٤٠، ٦٦%)، وفي المرتبة الثانية فقد حلت فئة (يوتيوب) وبنسبة بلغت(٣٨، ٦٦%) .

٩- الذين يتواصل معهم العينة بمواقع التواصل الاجتماعي، حلت فئة (الأقارب والأصدقاء) بالمرتبة الأولى وبنسبة بلغت ٤٢%، وحلت فئة (أي شخص يثير موضوع النقاش) بالمرتبة الثانية وبنسبة بلغت (٣٦.٦٦)، اما فئة (ممن يشاركوني الاهتمام) بالمرتبة الثالثة وبنسبة (١٥.٣٣) أما بالمرتبة الرابعة فحلت فئة (أفراد العائلة) وبنسبة بلغت ٣.٣٣) أما بالمرتبة الأخيرة فقد حلت فئة (زملاء العمل والدراسة)) وبتكرار بلغ ٤ وبنسبة مئوية بغت(٢.٦٦%)

١٠-حجم ثقة أفراد العينة بما ينشر في مواقع التواصل الاجتماعي، حلت بالمرتبة الأولى فئة (متوسطة)،، وبنسبة بلغت(٤٤، ٦٦%)، وفي المرتبة الثانية حلت فئة (كبيرة) وبنسبة بلغت(٣٨، ٦٦%) وبالمرتبة الأخيرة حلت (صغيرة)، وبنسبة(١٦%، ٦٦).

١١-أسباب تعرض أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي، حيث حلت بالمرتبة الأولى فئة (متابعة الأخبار أو إعادة مشاركتها)، وبنسبة بلغت(٣٢%)، وبالمرتبة الثانية حلت (تقضية الوقت)، وبنسبة بلغت(٢٧، ٣٣%)، وبالمرتبة الثالثة بلغت (التسلية والترفيه)، وبنسبة بلغت(٢٠، ٦٦%)، وبالمرتبة الرابعة نالت(تكوين العلاقات والصداقات)، وبنسبة مئوية بلغت(١٤، ٦٦%)، وبالمرتبة الخامسة حصلت (التواصل مع أصدقائي القدامى)، وبنسبة بلغت(٥، ٣٣%) .

١٢-يوضح في حال التعرض للشائعات بمواقع التواصل الاجتماعي، حيث حلت فئة (نعم)، بالمرتبة الأولى وبنسبة(٤٦%)، وبالمرتبة الثانية حلت (أحيانا)، وبنسبة(٣٠%)، وبالمرتبة الثالثة فئة (لا)، وبنسبة(٢٤%).

١٣-مدى قدرة (العينة) في التمييز بين الأخبار الموثوق فيها والشائعات حول أزمة جائحة كورونا، حيث نالت بالمرتبة الأولى فئة (استطيع الى حد ما) وبنسبة(٣٨، ٦٦%)، اما بالمرتبة الثانية فنالت فئة (استطيع الى حد كبير)، وبنسبة بلغت (٣٦%، ٦٦)، اما فئة (لا استطيع التمييز اطلاقا) وبتكرار وبنسبة بلغت(٢٤%).

١٤-مدى الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن أزمة جائحة كورونا، حيث نالت فئة (الى حد كبير)بالمرتبة الأولى وبتكرار بلغ ٦٠، وبنسبة مئوية بلغ (٤٠%)، وبالمرتبة الثانية نالت فئة (الى حد ما) وبتكرار بلغ ٥٣، وبنسبة مئوية بلغ (٣٥، ٣٣)، وبالمرتبة الأخيرة بالمرتبة الأخيرة نالت فئة (لا اعتمد عليها اطلاقا)، وبتكرار بلغ ٣٧، وبالنسبة مئوية بلغ (٢٤، ٦٦%) .

١٥-مدى ثقة (أفراد العينة) بالبيانات والمعلومات المقدمة في مواقع التواصل الاجتماعي حول أزمة جائحة كورونا، حيث نالت بالمرتبة الاولى فئة (أثق الى حد ما) وبتكرار بلغ ٧٧ وبنسبة مئوية بلغت(٥١، ٣٣)، وبالمرتبة الثانية حلت فئة (اثق الى حد كبير)، وبتكرار بلغ ٤١، (٢٧، ٣٣).

١٦-أكثر المضامين التي يتهتم بها (أفراد العينة)في المواقع الاجتماعية خلال كورونا، حيث حلت (فئة احصائيات الاصابة من كورونا) بالمرتبة الأولى وبتكرار ٥٤، وبنسبة مئوية بلغت (٣٦%)، وبالمرتبة الثانية بلغت فئة (تصريحات وزارة الصحة) وبتكرار بلغت ٣١، وبنسبة مئوية بلغت (٢٠، ٦٦%).

١٧-التصرف الذي يقوم به أفراد العينة خلال سماعهم للشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي، حيث حلت فئة (اناقشه مع الأطباء والاختصاصيين)، بالمرتبة الاولى، وبنسبة مئوية بلغت (٣٥، ٣٣%)، وبالمرتبة الثانية بلغت فئة (التأكد منها من مصادرها الرسمية)، وبنسبة مئوية بلغ (٢٦%).

١٨-مدى رضا (أفراد العينة) حول المعالجات التي قامت بها المواقع الاجتماعية خلال أزمة كورونا للحد من الشائعات، حيث حلت فئة (متوسط) بالمرتبة الاولى، وبنسبة مئوية بلغت(٤٣، ٣٣%)، وبالمرتبة الثانية بلغت فئة (ضعيف) بالمرتبة الثانية، وبنسبة مئوية بلغ (٣٨، ٦٦%).

١٩-الآثار الناجمة خلال تلقي الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي في أزمة كورونا، وحلت بالمرتبة الاولى فئة (اصبت بالخوف جراء ما سمعت) وبنسية مئوية (٣٧، ٣٣%)، وبالمرتبة الثانية فئة (تجعلني لا اصدق بما ينشر في مواقع التواصل الاجتماعي ويصيبني بالانزعاج منها)، وبنسبة مئوية بلغ (٢٧، ٣٣%).

❖ التوصيات

١-العمل على تطوير مواقع التواصل الاجتماعي، من قبل القائمين عليها؛ لتكون أكثر التزاما بالقواعد والاخلاقيات، عبر التنسيق وأخذ آراء الجهات والمنظمات الرسمية، لتحقيق الحد الأعلى من الرصانة .

٢-ضرورة تدقيق مواقع التواصل الاجتماعي للمعلومات التي تنشرها من خلال الجهات الرسمية، ووضع استراتيجية إعلامية وقائية تستخدم وسائل الاعلام كافة من أجل توعية افراد المجتمع بمفهوم الشائعات.

٣-لا بد من وجود حملات إعلامية لتهدئة الجمهور ودعم صحتهم النفسية، للحد من ارتفاع مستويات القلق التي قد تصيب الجمهور اثناء الأزمات الصحية .

❖ المراجع باللغة العربية :

١) إبراهيم بن مبارك الجوير، الشائعات ووظيفة المؤسسات الاجتماعية في مواجهتها، (الرياض: الرياض، ١٩٩٥م).

٢) بسام عبد الرحمن مشاقبة، البحث الإعلامي وتحليل الخطاب، (عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١٠ م).

٣) بشرى جميل الراوي، دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير، مجلة الباحث الإعلامي، العدد١٨، ٢٠١٢ م.

٤) الجحني علي بن فايز، ماهية الشائعة، (الرياض: مركز الدراسات والبحوث، ٢٠٠١ م).

٥) حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط٦، (الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ٢٠٠٦م).

٦) خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية،)عمان: دار النفائس، ٢٠١٢م).
٧) رجاء محمود أبو علام، مناهج البحث في العلوم النفسية والتربوية، (القاهرة: دار النشر للجامعات، ٢٠٠٦م).
٨) رضا النجار، جمال الدين ناجي، تكنولوجيا المعلومات والاتصال، الفرص الجديدة المتاحة لوسائل الإعلام بالمغرب العربي، قمة مجتمع المعلومات - اليونسكو، تونس، نوفمبر ٢٠٠٥م.
٩) زهران ماجد عبد السلام، علم النفس الاجتماعي، (القاهرة: علم الكتب، ٢٠٠٣ م).
١٠) سعد سلمان المشهداني، مناهج البحث الإعلامي، (العين: دار الكتاب الجامعي، ٢٠١٧م).
١١) سمر عز الدين جلال، تعرض الشباب للشائعات حول فيروس كورونا في مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بمستوى القلق لديهم -دراسة ميدانية، مجلة البحوث الإعلامية- جامعة الأزهر -كلية الاعلام، العدد ٥٧، أبريل ٢٠٢١م.
١٢) سمير محمد حسين، بحوث الاعلام -الأسس والمبادئ، (القاهرة: عالم الكتب، ١٩٧٩ م).
١٣) عبد الباسط محمد حسن، أصول البحث الاجتماعي، (القاهرة: المكتبة الأنجلو مصرية، ١٩٧١م).
١٤) عبد الرحيم محمد المذوري، الاشاعة واثارها في المجتمع -دراسة وصفية وتحليلية، (المدينة المنورة :مكتبة دار ابن الجوزي، ٢٠١٠م).
١٥) عبير الصرايرة، دور وسائل التواصل الاجتماعي في بناء العلاقات خارج مؤسسة الزواج واثرهما في ارتفاع نسب الطلاق في المجتمع الاردني، مجلة حوليات آداب عين شمس، كلية الآداب -جامعة عين شمس، المجلد ٤٩، العدد ٤، ٢٠٢١ م.
١٦) علي دواد جوامير، أثر استعمال مواقع التواصل الاجتماعي في التحصيل الدراسي لطلبة كلية القانون في الجامعات العراقية، مجلة حوليات آداب عين شمس، كلية الآداب جامعة عين شمس، العدد ٣، المجلة ٤٨، ٢٠٢٠م.
١٧) فتحي حسن، الرأي العام الالكتروني، (القاهرة : دار النشر للجامعات، ٢٠١٢م).
١٨) ليلى احمد جرار، الفيسبوك والشباب العربي، (عمان: مكتبة الفلاح، ٢٠١٢م).
١٩) محمد الصاوي محمد مبارك، البحث العلمي وأسسه وطريقة كتابته، (القاهرة: المكتبة الأكاديمية، ١٩٩٢م).
٢٠) محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، (القاهرة: عالم الكتب، ٢٠٠٠ م).
٢١) محمد عبد الرؤوف محمد، القانون والشائعات، المؤتمر العلمي السادس، جامعة طنطا- كلية الحقوق -القاهرة، ٢٠١٩م.
٢٢) محمد وليد فتح الله معالجة الصحافة المصرية للشائعات وانعكاساتها على صورة مؤسسات الدولة لدى الرأي العام، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاعلام-جامعة الازهر، قسم الصحافة، ٢٠٢٠ م.

٢٣) نبيلة الرازقي، حماية تجريم نشر وترويج الشائعات الالكترونية عبر مواقع التواصل الاجتماعي -دراسة من منظور القانون الجزائري والمصري، المجلة الاكاديمية للبحث القانوني، العدد ١، المجلد ١٢، ٢٠٢١م.

٢٤) يوسف عبد على حسين، حنين حاتم عبد الله، الإعلام الإلكتروني، (عمان: دار دجلة، 2016م)

❖ المراجع باللغة الإنكليزية

1) Abd al-Basit Muhammad Hassan, The Fundamentals of Social Research, (Cairo: The Anglo-Egyptian Library, 1971).
2) Abd al-Rahim Muhammad al-Mathuri, Rumor and its effects on society - a descriptive and analytical study, (Al-Madinah Al-Munawwarah: Dar Ibn Al-Jawzi Library, 2010).
3) Abeer Al-Sarayrah, The role of social media in building relationships outside the institution of marriage and their impact on the high divorce rates in Jordanian society, Annals of Ain Shams Arts Journal, Faculty of Arts - Ain Shams University, Volume 49, Issue 4, 2021 .
4) Ali Dawad Jawamir, The Impact of the Use of Social Networking Sites on the Academic Achievement of Students of the Faculty of Law in Iraqi Universities, Annals of Ain Shams Arts Journal, Faculty of Arts, Ain Shams University, Issue 3, Journal 48, 2020.
5) Al-Juhani Ali bin Fayez, What is a Rumor (Riyadh: Center for Studies and Research, 2001).
6) Bassam Abd al-Rahman Mashaqiyyah, Media Research and Discourse Analysis, (Amman: Dar Osama for Publishing and Distribution, 2010).
7) Bushra Jamil Al-Rawi, The Role of Social Networking Sites in Change, Media Researcher Magazine, Issue 18, 2012 AD.
8) Fathi Hassan, Electronic Public Opinion, (Cairo: Universities Publishing House, 2012).
9) Hassan Emad Makkawi, Laila Hussein Al-Sayed, Communication and its Contemporary Theories, 6th Edition, (The Egyptian Lebanese House, Cairo, 2006).
10) Ibrahim bin Mubarak Al-Juwair, Rumors and the Function of Social Institutions in Confronting Them, (Riyadh: Riyadh, 1995).
11) Khaled Ghassan Youssef Al-Miqdadi, The Revolution of Social Networks, (Amman: Dar Al-Nafais, 2012).
12) Laila Ahmed Jarrar, Facebook and Arab Youth, (Amman: Al-Falah Library, 2012).
13) Mohamed Abdel Raouf Mohamed, Law and Rumors, Sixth Scientific Conference, Tanta University - Faculty of Law - Cairo, 2019.
14) Muhammad Abdel Hamid, Scientific Research in Media Studies, (Cairo: World of Books, 2000).

15) Muhammad Al-Sawy Muhammad Mubarak, Scientific Research, Its Foundations and Method of Writing, (Cairo: Academic Library, 1992).
16) Muhammad Walid Fathallah, the Egyptian press's handling of rumors and their repercussions on the image of state institutions in public opinion, an unpublished master's thesis, Faculty of Information - Al-Azhar University, Department of Journalism, 2020.
17) Nabila Al-Razqi, Protecting the criminalization of spreading and promoting electronic rumors through social media - a study from the perspective of Algerian and Egyptian law, Academic Journal for Legal Research, Issue 1, Volume 12, 2021 .
18) Raja Mahmoud Abu Allam, Research Methods in Psychological and Educational Sciences, (Cairo: Publishing House for Universities, 2006).
19) Reda Al-Najjar, Jamal Al-Din Naji, Information and Communication Technology, New Opportunities for the Media in the Maghreb, Information Society Summit - UNESCO, Tunisia, November 2005.
20) Saad Salman Al-Mashhadani, Media Research Methods, (Al-Ain Saad Salman Al-Mashhadani, Media Research Methods, (Al-Ain: University Book House, 2017).
21) Samar Ezz El-Din Jalal, Young people's exposure to rumors about the Corona virus on social media and its relationship to their level of anxiety - a field study, Journal of Media Research - Al-Azhar University - Faculty of Information, Issue 57, April 2021 .
22) Samir Muhammad Hussein, Media Research - Foundations and Principles, (Cairo: World of Books, 1979).
23) Sariwulan, Tuty; Wibowo, Agus; and Utami, Siti Dahlianti. (2020). The Impact) of The Intensity of Social Media Use, Self Confidence, and Time Management on Procrastination of Thesis Preparation in S1 Students of Faculty of Economics, State University of Jakarta. International Conference on Humanities, Education, and Social Sciences. Volume 2020.
24) Youssef Abd Ali Hussein, Haneen Hatem Abdallah, Electronic Media, (Amman: Dar Dijla, 2016).
25) Zahran Majid Abdel Salam, Social Psychology, (Cairo: The Science of Books, 2003).