استخدام الشباب اليمني للإنترنت وعلاقته بمستوى وعيهم بالشائعات الإلكترونية حول الأحداث الجارية دراسة مسحية

نوال عبد الله الحزورة•، مهدي محمد حيدر••

مقدمة

تعد الشائعات من أخطر الظواهر الاجتماعية وأشدها فتكًا بالواقعين الاجتماعي والسياسي؛ ولعل السبب الرئيس الذي يقف وراء خطورتها على البناء الاجتماعي فقدانها للمصداقية؛ مما يؤدي إلى اتخاذ قرارات وإجراءات خاطئة تصيب القدرات الفردية والوطنية وتعطل اتخاذ القرار السليم (حجاب ٢٠٠٥: ١٨٩).

وفي ظل الإمكانيات التي أتاحتها ثورة المعلومات وتكنولوجيا الاتصال، وتداول المعلومات عبر الإنترنت ومواقع التواصل الالكتروني لدى المليارات من المستخدمين؛ مما جعلها تعد الوسيلة العصرية الأهم لنقل الشائعات (Koidl & Tara 2017:3). بدليل أن معدلات انتشار الشائعات تتناسب طرديا مع التقدم في تكنولوجيا الاتصال وانتشار وسائل التواصل الاجتماعي بين أفراد المجتمع حيث يلجأ مستخدمو هذه الوسائل في التخفي أو من خلال هويات غير حقيقية في نشر بعض الأخبار الكاذبة التي تجد رواجا لدى الكثيرين، والخطير أن الشائعات تنتشر هذه الأيام بسهولة ليس لتنامي مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي فحسب، وإنما لأن الأحداث والتطورات المتصاعدة التي شهدتها المنطقة من حولنا تجعل من الأكاذيب بيئة خصبة للنمو والتكاثر، خاصة تلك التي تستهدف رجال السياسة والإعلام والشائعات حول الأمراض والأوبئة وغيرها من القضايا التي لا تنفصل عن المجتمع. (دعاك ٢٠١٧: ١٦). فسهولة إنتاج ونشر وإعادة نشر المعلومات ومشاركة التحديثات بأيسر السبل، وأقلها كلفة وفي فترة زمنية وجيزة من الأسباب المسهمة في سرعة انتشار الشائعة عبر الإنترنت، كما أنها تسهم في جعل قدرة التحكّم في المحتوى الإلكتروني ضئيلة جدا، ويُضاف إلى ذلك صعوبة مراقبة المحتوى الذي يتمّ نشره من قبل المواطنين الصحفيين أو المصادر المجهولة أو الوهمية عكس واقع الحال في الصحافة التقليدية.

• أستاذ مساعد بقسم الإذاعة والتليفزيون، كلية الإعلام، جامعة صنعاء.

•• أستاذ مساعد بقسم العلاقات العامة والإعلان، كلية الإعلام، جامعة صنعاء.

كما يلاحظ في الآونة الأخيرة أن الشائعات الإلكترونية لم تعد مجرد أخبار كاذبة أو معلومات مزيفة يلقيها شخص ما، بل أصبحت أكثر من ذلك؛ حيث تقف خلفها مؤسسات متخصصة ووسائل إعلام احترفت التلاعب بالمعلومات وتقديمها بهدف تحقيق أهداف استراتيجية (الكرناف ٢٠١٤) ويظهر ذلك جليا في أوقات الأزمات والضغوط الاجتماعية والصراعات والحروب، كما هي الحال في الأزمات المتلاحقة في اليمن منذ قيام ثورة الشباب في فبراير منذ العام ٢٠١١م، وزادت حدة الأزمة بعد دخول جماعة الحوثي إلى صنعاء وقيام حرب شنها التحالف العربي بقيادة المملكة العربية السعودية على اليمن في العام ٢٠١٥م والتي لا تزال مستمرة حتي اليوم. وخلال أكثر من أربع سنوات من الصراع قامت وسائل الإعلام وقنوات الاتصال الشخصي والجمعي والمواقع الإلكترونية الداخلية والخارجية بضخ كم هائل من الشائعات في الساحة اليمنية؛ حيث تحاول أطراف الصراع في اليمن استغلال سلاح الشائعات لكسب معركتها وكسب تأييد الجماهير لمواقفها تارة بنشر أخبار انتصارات مزعومة وهزائم تلحق الطرف المعادي، أو بث رسائل تشويه صورة بعض الشخصيات أو الأحزاب أو الجهات والمؤسسات، وتارة بنشر أخبار ومنشورات عن غارات أو تهديدات مرتقبة تبث الرعب لدى المواطنين، أو تمس الجوانب الاقتصادية وانهيار العملة اليمنية أو ما يتعلق بقضية انقطاع المرتبات، وأخرى تستهدف جوانب قيمية وأخلاقية تستهدف تأليب الجماهير ضد طرف من الأطراف، مثل ماحدث في حادثة فتاة الخوخة بالحديدة أو سجناء الإمارات في عدن من المدنيين والعسكريين، وكذلك الشائعات المرتبطة بالأوبئة الصحية كالكوليرا وإنفلونزا الخنازير وكورونا المنتشرة حاليا.

ويقع العشرات من النشطاء والصحف الإلكترونية، وغيرها من وسائل الإعلام ضحايا لذلك الكم الهائل من الشائعات ويتلقفونها بسرعة البرق ويقومون بمشاركتها من دون التأكد من صحتها، بل تستكمل دورة انتشارها في وسائل الإعلام الأخرى والمجالس وأماكن التجمعات الاجتماعية، وما زاد من خطورة تأثير هذه المضامين– كما يجمع الخبراء والمحللون– أنها أسهمت بشكل كبير في توسيع الأزمات داخل البلاد على المستويين المجتمعي والسياسي، وساعدت في تعميق الشرخ الاجتماعي وتفتيت النسيج الوطني، وأعادت إلى السطح من جديد بناء هويات طائفية وعرقية.

مشكلة الدراسة

بات من الواضح أن الشائعات تعد أحد أهم المتغيرات التى تغذت على تكنولوجيا الاتصال الحديثة وأثرت في كافة النظم الاجتماعية، كما شكلت الكثير من الظواهر الاجتماعية المستحدثة؛ ومن ثم أدت دورا مهما في الحياة السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية؛ لذا تعد دراستها أمرا حيويا ومهما خاصة في الأوضاع التي تعاني منها المجتمعات ضغوطا اجتماعية أو سياسية أو صراعات وأزمات كما هو حاصل في المجتمع اليمني الذي تندر فيه الدراسات العلمية حول ظاهرة الشائعات، سواءً في حالات السلم والاستقرار أو حالات التوتر والأزمات والصراع.

ففي اليمن، ووفق آخر تقرير صادر عن وزارة المواصلات وتقنية العلومات اليمنية، وصل عدد مستخدمي الإنترنت في اليمن حوالي سبعة ملايين ومائتي ألف مستخدم (سبأنت ٢٠١٩)، كما تزايد استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والمواقع الإخبارية بحثا عن المعلومات والأخبار عن مجريات الأحداث المتسارعة والصراع الدائر في اليمن في ظل غياب فعلي لجهات إعلامية موضوعية تقدم المعلومات الصادقة والحقيقية، وهذا ما جعل المواطن اليمني ضحية سهلة للشائعات الإلكترونية، وخاصة مع نسبة الأمية العالية وانعدام الوعي الثقافي والتفكير النقدي لدى شريحة كبيرة من الجماهير. ويعد الشباب الشريحة الأهم التي تستهدفها الشائعات الإلكترونية لتزييف وعيها واستغلالها بوصفها الشريحة الاجتماعية الأوسع سكانيا والأكثر حيوية وتأثيرا، هذا من جانب، ومن جانب آخر كونها الشريحة الأكثر ارتيادا واستخداما ونشاطا في الوسائل الإلكترونية، وهذا ما يجعل لدراسة علاقة الشباب اليمني بالشائعات الإلكترونية أهمية كبيرة في ظل ظروف استثنائية تعيشها البلاد من حرب وصراعات وأزمات متلاحقة وحصار.

ومن هنا تتبلور مشكلة الدراسة في: الكشف عن استخدام الشباب اليمني للإنترنت وتطبيقاته المختلفة وعلاقته بمستوى وعيهم بالشائعات الإلكترونية حول مجريات الأحداث والصراع في اليمن، وتأثير بعض المتغيرات الهامة على هذه العلاقة.

أهمية الدراسة

تأتي أهمية إجراء الدراسة من جانبين علمي وتطبيقي، وتتمثل في الآتي:

١. قلة الدراسات الإعلامية في المكتبة اليمنية حول ظاهرة الشائعات بشكل عام والشائعات الإلكترونية المنتشرة في مواقع التواصل الاجتماعي بشكل خاص، على الرغم من اتساع نطاقها بسبب تطور تكنولوجيا الاتصال وانتشار استخدام الإنترنت بمختلف مواقعها لدى الجمهور اليمني، وخاصة بين أوساط الشباب كما تشير الكثير من الدراسات.
٢. قلة الدراسات العربية (على حد ما توفر للباحثين)، التي تناولت ظاهرة الشائعات الإلكترونية في ظل الأزمات والصراعات والحروب بصورة مباشرة، على الرغم من ما يعيشه الوطن العربي من أزمات وصراعات كما هي الحال في سوريا وليبيا والعراق واليمن؛ لذا تهتم هذه الدراسة بدراسة موضوع الشائعات في الحرب والصراع الذي يعيشه اليمن منذ أكثر من أربع سنوات؛ حيث استخدمت أطراف الصراع في اليمن الشائعات بوصفها إحدى أدواتها الاستراتيجية في الحرب التي تشنها ضد الأطراف الأخرى.
٣. تأتي الأهمية التطبيقية للدراسة بوصفها ضمن الإسهامات العلمية التي تحاول الوصول إلى نتائج تساعد في وضع رؤية أو سياسة إعلامية لترشيد استخدام الشباب للإنترنت والشائعات، كما يمكن لصناع القرار الاستفادة من نتائجها عند وضع مناهج للتربية الإعلامية في المدارس والجامعات.

٤. حاولت الدراسة الحالية التركيز والربط بين ثلاثية مهمة في دراسة ظاهرة الشائعات، وهي (الشائعة، الأزمات، الوعي)؛ وذلك من خلال دراسة مستوى الوعي الاجتماعي بظاهرة الشائعات التي تنتشر في أوقات الأزمات والحروب بوصف الوعي قضية جوهرية فى استراتيجيات المقاومة ومواجهة الشائعات التي تستهدف أساسا تزييف وعي الجماهير. وقد ركزت الدراسة على قياس الوعي بظاهرة الشائعات في مستويات ثلاثة:

- المستوى الأول: إدراك وفهم الشائعة وتمييزها عن الأخبار والمضامين الإعلامية على شبكة الإنترنت.
- المستوى الثاني: الاتجاه نحو الشائعة (القبول أو التجاهل).
- المستوى الثالث: التفاعل مع الشائعة والتأثر بها.

أهداف الدراسة

تركز الدراسة على التعرف على استخدام الشباب اليمني للإنترنت، ومستوى وعيهم بالشائعات المنشورة عبرها، واتجاهاتهم نحوها، ويتفرع من ذلك الأهداف التفصيلية الآتية:

١. معرفة معدل استخدام الشباب اليمني للإنترنت بوصفها مصدرا لمعرفة مجريات الأحداث والصراع في اليمن.
٢. الكشف عن مستوى وعي الشباب بالشائعات حول مجريات الأحداث في اليمن.
٣. تقييم مستوى التفكير النقدي للشائعات لدى الشباب اليمني.
٤. رصد حجم تفاعل الشباب اليمني مع الشائعات الإلكترونية حول مجريات الأحداث في اليمن.
٥. قياس العلاقة بين درجة استخدام الشباب للإنترنت ومستوى وعيهم بالشائعات الإلكترونية حول مجريات الأحداث في اليمن.
٦. قياس العلاقة بين مستوى التفكير النقدي لدى الشباب ومستوى وعيهم بالشائعات.
٧. دراسة تأثير التفكير النقدي على العلاقة بين درجة الاعتماد على الإنترنت بوصفها مصدرا للمعرفة حول الأحداث في اليمن ومستوى وعي الشباب بالشائعات.

الخلفية النظرية للدراسة

ليست الشائعات بالظاهرة الجديدة؛ إذ نشأت مع ظهور المجتمعات البشرية، وقد بدأ الاهتمام بدراستها من قبل العلماء والباحثين منذ وقت مبكر، وقد تركزت الدراسات على علم النفس وعلم الاجتماع وعلوم الاتصال، خاصة بعد أن أصبح للشائعات أبعاد جديدة في عصر تكنولوجيا الاتصال والمعلومات.

ويعتمد انتشار الشائعات على شرطين أساسيين هما:

١. الأهمية Importance وتعني: أهمية الحدث أو الموضوع للمستمع أو المتلقي.

٢. الغموض Ambiguity ويعني: نقص المعلومات الصادقة حول الموضوع وعدم كفايتها، أو وجود شكوك من معلومات خاطئة، وعدم القدرة على فهم مجريات الأمور وتضارب الأنباء (حجاب ٢٠٠٥: ١٩).

وقد مرت دراسات الشائعات بعدة مراحل زمنية: دراسات الشائعات في الخمسينيات، التي اهتمت بدور الشائعات في الحرب النفسية خلال الحروب العالمية، كما شهدت هذه المرحلة اهتماما كبيرا ببحوث التنمية والتأثيرات الاجتماعية للشائعات، ودراسات عقد الستينات والسبعنيات، والتي شهدت إنتاجا بحثيا رائدا في دراسة سلوك الشائعات، والمرحلة الأخيرة منذ التسعينيات وحتى الآن ومع تطور تكنولوجيا الاتصال والنشر الالكتروني بدأت اتجاهات جديدة وواسعة في دراسات الشائعات من منظور تكنولوجي بعد ظهور ما يسمي بالشائعات الإلكترونية التي اتخذت لها وسيطا وبيئة جديدة في السوشيال ميديا، واستخدامات الإنترنت المتعددة التي أفرزت أبعادا جديدة في دراسة الشائعات وفرتها لها مميزات الاتصال متعدد الوسائط عبر الإنترنت، والتي شهدت هي الأخرى– ولا تزال– اتجاهات خاصة بها في دراسة سلوك الشائعات لفهمها، في محاولة للوصول لنماذج نظرية للكشف عنها وقياس تأثيراتها والسيطرة على انتشارها، بالإضافة للاهتمام بخصائص الجمهور المتلقي للشائعات وسلوكياته تجاهها، وكذلك خصائص مصدر ومروجي الشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي (Koidl & Tara 2017:3).

وفي دراستهما للشائعات توصل كل من Allport & Postman (1964) إلى قانون أساسي للشائعات يعتمد على معياري الأهمية والغموض يوضح مدى قوة الشائعة وشدتها:

قوة الشائعة = الأهمية X الغموض.

كما أضاف التحليل الاجتماعي للشائعات عددا من المتغيرات الوسيطة التي تؤثر في شدة الشائعات سلبا أو إيجابا من دون أن تفضي إلى انتقاء الشائعة أو اندثارها، مثل: توقيت النشر، نمط الوسيلة الإعلامية، قابلية الرأي العام للتصديق، الجماعات المرجعية، وخبرة المجتمع بثقافة الشائعات (حسن ٢٠١٠). ويرى العالم الروسي "بايسو" أن هناك ثلاث مراحل تمر فيها الشائعة حتى تسري وتنتشر بين عدد كبير من الناس، وهذه المراحل هي:

١. الإدراك الانتقائي للحدث.
٢. التنقيح بالحذف والإضافة.
٣. الاستيعاب النهائي، والانطلاق والانتشار بين الجماهير، وذلك بعد أن تكون مستساغة سهلة الاستيعاب متماشية مع المعتقدات والأفكار والقيم السائدة في المجتمع (أكحيل ٢٠١٥: ٣١).

وتأتي خطورة الشائعات والاتصالات الجماعية في أوقات الأزمات الاجتماعية؛ نتيجة أنها ترتبط بأحداث طارئة ومهمة وغير مخطط لها تترتب عليها آثار واسعة النطاق تشمل أحيانا قطاعات المجتمع

كافة؛ لذا فإنه في حالات القلق الاجتماعي تنشط الاتصالات الجماعية المرتجلة غير الرسمية، وتفرز كما كبيرا من المعلومات والأخبار غير الموثوقة، في إطار شُحّ المعلومات الرسمية؛ حيث يكون المواطنون أكثر استجابة لسد الفجوة المعلوماتية التي يحتاج إليها الناس، وخاصة الفئات المتضررة من تلك الأزمات في الوقت المناسب (Bharosa et al. 2008:556-565).

وتظهر الشائعات في مرحلة مبكرة للأزمات الاجتماعية؛ حيث تبرز بوصفها معلومات مرتجلة للسيطرة على حالة التوتر الاجتماعي التي تصيب الأفراد خاصة في غياب المعلومات الدقيقة (Shibutani 1966:1128-1246). وينظر Festinger (1957) إلي الشائعات بوصفها شكلا من أشكال اتصالات الدعم الجماعي في ظروف الأزمات. وعلى الرغم من اختلاف الحقلين، يرى بعض الباحثين أن هناك تقاربا بين بحوث الشائعات والأزمات، حيث عد Shibutani (1966) الشائعات شكلا من أشكال الاتصالات التي تظهر خلال الأزمات والأحداث الطارئة، وأن كليهما ينظر إلى اتصالات الأزمات بوصفها نشاطا جماعيا ارتجاليا يقوم به الأفراد بشكل استثنائي في الأحداث الطارئة ذات الأهمية المرتفعة التي تتسم بدرجة غموض عالية، والتي تنشط فيها الشائعات كالكوارث؛ لذا خلص كثير من الباحثين مثل Rosnow & Fine (1976) إلى أن أوقات الصراعات والحروب تمثل البيئة الأمثل لانتشار الشائعات. ونتيجة لهذه العلاقة الارتباطية اقترح Wang & Yixia (2020) نموذجا نظريا للشائعات في سياق اتصالات الأزمات الاجتماعية Rumor Theory and Social Crise يتلخص في أن انتشار الشائعات في أوقات الأزمات مرتبط بمستوى الغموض ونقص المعلومات حول الأحداث، ثم طوَّره الباحثون بعد ذلك إلى نظرية، واقترحوا لها عددا من الفروض والمتغيرات؛ فبالاضافة لمتغير الغموض اهتم Anthony (1973) بمتغير مستوى القلق Anxiety بوصفه متغيرا أساسيا في نظرية الشائعات، ومؤشرا لقياس درجة أهمية الحدث أو موضوع الشائعة بالنسبة للمتلقين؛ حيث يصعب أن توضح بشكل دقيق درجة أهمية الموضوع بالنسبة إليهم؛ لذا افترضت النظرية أنه:

- كلما زاد قلق الأشخاص نحو حدث ما (البعد العاطفي)، زادت احتمالية انتشار الشائعات.
- كلما زاد مستوى الغموض في الحدث (البعد الفكري) زادت احتمالية نشر الشائعات؛ حيث فرق الباحثون هنا بين غموض الأحداث نتيجة عدم توفر معلومات كافية، وغموض مصدر الشائعة.
- كلما زاد ارتباط الأفراد وصلتهم بموضوع الشائعة أو كانت ذات تأثير شخصي عليهم، زادت احتمالية انتشار الشائعات وتفاعلهم معها.

وعلى الرغم من أن التكنولوجيا الحديثة وأجهزة الهاتف المحمول مكنت الجميع من المشاركة في توفير المعلومات والأخبار، وأنتجت ما سمي بإعلام المواطن أو صحافة المواطن؛ فإنها ساعدت على انتشار معلومات غير كافية حول موضوعات وأحداث مهمة أو أخبار غير دقيقة تفتقد المصداقية، وهذا ما ساعد على انتشار الشائعات على منصات التواصل الاجتماعي بشكل واسع.

وقد أصبح من الملاحظ خلال نطاق واسع من الأزمات والكوارث الطبيعية والعمليات الإرهابية أن شهود العيان والمواطنين من خلال أجهزة المحمول هم أول المستجيبين لكثير من الأحداث لدرجة أن وسائل الإعلام الرسمية في بعض الأوقات تعتمد عليهم بوصفهم مصدرا للمعلومات، بالاستفادة من معارفهم المحلية، ويؤكد Leberecht (2010) أنه على الرغم من هذه المزايا فإن هناك الكثير من التحذيرات حول جودة معلومات وتقارير الأزمات التي شارك فيها المواطنون الطوعيون عبر الإنترنت، والذين شكلوا جماعات أشبه ما تكون بمصانع لإنتاج الشائعات الجماعية. وكشفت دراسة Mustafaraj & Taxis (2010) التي أجريت على مدونات جوجل، أن المعلومات المنشورة أثناء الأزمات أو الأحداث كانت أكاذيب ملفقة المحتوى، وأن الأحداث لم يتم التحقق منها أو اتسمت بسوء التفسير.

الدراسات السابقة

تم عرض الدراسات التي تناولت الشائعات الالكترونية من خلال محورين أساسيين:

المحور الأول: الدراسات التي تناولت انتشار الشائعات في المواقع الالكترونية

أضحت شبكة الإنترنت وتطبيقاتها الجديدة وتشابكها المناخ الملائم لانتشار الشائعات وسرعة تداولها، واتساع رقعة المتأثرين بها، ووصولها إلى أكبر كم من الناس؛ حيث يمكن توسيع قاعدة انتشار الشائعة عن طريق برامج المراسلة الفورية، ورسائل البريد الالكتروني وكافة التطبيقات العاملة على بيئة الإنترنت من خلال الهواتف الذكية كتطبيق واتس أب وغيرها من التطبيقات المماثلة، والتي اكتسبت الشائعات من خلالها خاصية الديناميكية، وتوضح الدراسات تباين التطبيقات الالكترونية الأكثر نشرا للشائعات بين مجتمع وآخر، ففي دراسة الرواس، والحايس (٢٠١٦) أوضح المبحوثون أن التطبيق الأكثر نشرا للشائعات في المجتمع العماني كان تطبيق الواتس أب، يليه الفيس بوك، فتويتر، بينما أظهرت دراسة سلمان (٢٠١٧) والتي أجريت على أكاديميين في جامعة ديالا أن الفيس بوك هو التطبيق الأكثر استخدما ونشرا للشائعات، بينما تصدر تويتر في الدراسات التي أجريت في المجتمع السعودي (الشريف ٢٠١٤)، والكثير من الدراسات التي أجريت في المجتمعات الغربية، مثل: دراسة Bloch et al. (2016)، ودراسة Vosoughi (2016).

ومن الواضح أن أوضاع المجتمع وظروفه الاجتماعية والسياسية وحالته من الاستقرار أو التوتر تؤثر في تباين ترتيب الشائعات المنتشرة في مواقع التواصل الاجتماعي وفقا لنوعيتها أو مجالاتها، فقد أظهرت دراسة سلمان (٢٠١٧) أن الشائعات السياسية جاءت في المرتبة الأولى في المجتمع العراقي، بينما تصدرت الشائعات الاقتصادية في المجتمع العماني؛ إلا أن هناك باحثين آخرين في مجال الشائعات يركزون أيضا على خصائص الشائعات التأثيرية والأسباب التي تؤدي إلى وجود شائعات أكثر تأثيرا من غيرها، والطريقة التي تؤثر بها الشائعات على معتقدات الناس واتجاهاتهم وجميع جوانب حياتهم.

وبهدف إيجاد آلية لقياس تأثير الشائعات على الأفراد والمجتمع حاول بعض الباحثين اقتراح آلية تقيس تأثير الشائعات على "تويتر" كنتيجة تفاعلية لثلاثة عوامل (تفاعل الجمهور مع الشائعة، السمة أو العمر الزمني للشائعة، سرعة الانتشار في المواقع) واعتمدوا في قياس التأثير على جمع البيانات المتعلقة بالشائعة ومقارنتها بالمعلومات السليمة المنشورة عن الموضوع ذاته للوصول إلى الخصائص التأثيرية للشائعات، والتي تتباين من شائعة لأخرى.

وركزت دراسة Wang et al. (2020) على جانب بناء الثقة في مواقع التواصل الاجتماعي أثناء انتشار الشائعات من خلال استخدام النموذج البنائي وقياس معتقدات الثقة وسلوكيات الثقة وارتباطهما بعامل نفسي مهم هو الثقة الذاتية الذي أظهر ارتباطا إيجابيا مع معتقدات الثقة وسلبيا مع الثقة السلوكية، وخلصت الدراسة أيضا إلى أهمية التدريب لمحو الأمية الإعلامية وغرس أخلاقيات استخدام التكنولوجيا الإلكترونية.

ويجمع الباحثون على أن الإنترنت وتطبيقاتها عملت على نشر الشائعات على نطاق واسع خصوصا مع بروز ظاهرة إعلام المواطن، حيث أكد Silverman (2015) أن عددا كبيرا من وسائل الإعلام الإلكترونية تفتقد الدقة، وتسهم في نشر شائعات مؤكدة؛ لتحصد مزيدا من الزيارات لموقعها، كما أن تكرار الشائعة يكسبها المصداقية، وما يزيد من خطورة الأمر أن وسائل الإعلام التقليدية تتناقل تلك الشائعات من دون تحقق، بالإضافة إلى أن الصحفيين ينقلون معلومات لا يعرفون إن كانت صحيحة أو كاذبة، وهذا ما تؤكده دراسة أكحيل (٢٠١٥) التي خلصت إلى أن المواقع الإخبارية الإلكترونية تسهم في نشر أخبار الشائعات وفقا لآراء الصحفيين الأردنيين.

المحور الثاني: الدراسات التي تناولت الشائعات الإلكترونية في أوقات الأزمات والاضطرابات

اهتم الباحثون بدراسة استخدام الإنترنت في نشر الشائعات خاصة في الأزمات والظروف الاستثنائية وخصائص المجتمع الافتراضي في نشر الشائعات، فنتيجة لتأخر وسائل الإعلام الرسمية وعدم استجابتها السريعة لإشباع حاجة الجمهور من المعلومات بالإضافة لهيمنة مؤسسات سياسية وثقافية عليها وجدت الكثير من الدراسات، مثل دراسة Wenger & Friedman (1986) أن الجمهور يتجنب وسائل الإعلام الرسمية خلال فترة الأزمات الاجتماعية ويتجة للشبكات الاجتماعية المحلية المتاحة للحصول على المعلومات، ووفقا لمسح المواطنين المتضررين من حرائق كاليفورنيا ٢٠٠٧ وجد أن الكثير من المشاركين شعروا بأن وسائل الإعلام المحلية لا توفر المعلومات التي يحتاج إليها سكان المناطق المتضررة في الوقت المناسب؛ لذا تحول الكثيرون إلى وسائل التواصل الاجتماعي لملء فجوة المعلومات التي خلفتها وسائل الإعلام الرسمية (Oh et al. 2013). كما خلص Garett (2011) إلى أن الشبكات الاجتماعية عبر الويب ومواقع التواصل تتيح تكوين علاقات ارتباطية أكثر اتساعا بين الأفراد؛ مما يزيد من فاعلية نشر الشائعات.

وقد أظهرت النتائج ارتباطا إيجابيا بين استخدام "توتير" وانتشار الشائعات، وتؤكد هذه النتيجة الكثير من الدراسات كدراسة Oh et al. (2013) التي خلصت إلى أن "تويتر" أصبحت أداة رائدة في البلاغات الاجتماعية وروايات شهود العيان حول الكوارث والأزمات الاجتماعية، وتضيف الدراسة أيضا أن تكنولوجيا الاتصال والإنترنت قد أعادت ترتيب متغيرات نظرية الشائعات والأزمات، حيث ظهر أن متغير القلق Anxiety تراجع لمرتبة أقل، بينما ظهر متغير غموض المصدر No Clear Source بوصفه متغيرا مهما، يليه متغير المشاركة الشخصية، وهو ماعزاه الباحثون إلى طبيعة الإنترنت ومواقع التواصل التي أتاحت المعلومات في قنوات كثيرة وبسهولة وبأشكال متعددة، وبخلاف ذلك تراجعت أهمية متغير الغموض في بعض الدراسات، حيث لم يظهر له تأثير دال إحصائيا كما في دراسة Li & Roa (2010) والتي طبقت على موقع تويتر في حادثة إعصار أكلاهوما، وتمت دراسة خمسة متغيرات، هي: (القلق، مصداقية المرسل، المشاركة الشخصية، غموض المحتوى، والجاذبية) وخلصت النتائج إلى أن مصداقية المصدر كان الأكثر أهمية في إعادة نشر المستخدمين للأخبار ثم عامل الجاذبية.

وفي دراسته التجريبية حول الكشف عن الشائعات عند إدارة الأزمات اقترح Laudy (2017) نموذجا لدمج وتوليف المعلومات بشكل بياني (دلالي)، بحيث يتم اكتشاف المعلومات المتضاربة من خلال استخدام نموذج أسماه "كلاير" بنموذج إدارة عدم اليقين.

وفيما يخص الإسهامات العربية في بحوث الشائعات الإلكترونية وتأثيراتها، التي شهدت اهتماما واسع النطاق لإدراك خطورة الشائعات وتأثيراتها على أمن المجتمع واستقراره والإسهامات السعودية– خاصة جامعة نايف للعلوم الأمنية– والتي كانت الأغزر في هذا الجانب، حيث غلب على الدراسات العربية إجمالا المنهج الوصفي المسحي– وقلت فيها الدراسات التجريبية– والاهتمام بقياس الدور الذي تقوم به مواقع التواصل في نشر الشائعات مثل دراسة الرواس، والحايس (٢٠١٦) التي طبقت على المجتمع العماني التي أكدت التأثير السلبي لتطبيقات الإنترنت في نشر الشائعات؛ حيث إن العوامل الاجتماعية والثقافية المتمثلة في قلة الوعي وانخفاض مستوى التعليم أسهمت في زيادة هذا التأثير.

واهتمت الدراسات العربية أيضا بدراسة اتجاهات الرأي العام نحو الشائعات على مواقع التواصل وقياس حجم وعي الجمهور العربي بالشائعات خاصة الشباب، وتناولت دور الإعلام الجديد في نشر الشائعات في أوقات الأزمات، مثل: دراسة الداغر (٢٠١٥) التي اهتمت بدراسة دور مواقع التواصل (فيس بوك، تويتر، اليوتيوب) في إنتاج الشائعات أثناء الأزمات السياسية وتأثيراتها الاقتصادية، وخلصت إلى وجود اختلال كبير في تغطية مواقع التواصل الاجتماعي أثناء الأزمات والتوتر والصراعات الدينية والعرقية وغيرها؛ وهذا ما جعل لدى الجمهور شبه اتفاق على أن وسائل الاتصال التقليدية أكثر مصداقية وموثوقية من وسائل الاتصال التقليدية. وتناولت دراسة حسن (٢٠١٠) اتجاهات الجمهور المصري نحو دور هذه الوسائل في نشر الشائعات في إطار التحليل الاجتماعي لمحددات الوعي الإعلامي بالممارسات

غير المسئولة لوسائل الإعلام المصرية، وخلصت إلى أن هناك وعيا متزايدا لدى الرأي العام بتورط وسائل الإعلام في نشر الشائعات على نطاق واسع وممتد في المجتمع.

وبشكل عام، فإن هناك ندرة في الدراسات الإعلامية العربية التي اهتمت بدراسة ظاهرة الشائعات الإلكترونية في ظروف الحروب والصراعات التي تعيشها الكثير من البلدان في المنطقة العربية، كالعراق وسوريا وليبيا واليمن.

التعليق على الدراسات السابقة: من خلال استعراض الدراسات السابقة يتضح الآتي

أجمع معظم الدراسات التي أجريت على أن مواقع التواصل وتطبيقات الإنترنت أسهمت في زيادة انتشار الشائعات بشكل واسع خاصة في أوقات الأزمات والظروف المضطربة، إلا أنها من ناحية أخرى أسهمت بشكل كبير في خلق نوع من الوعي بالشائعات لدى شرائح كبيرة من الجمهور الذي أظهر إدراكا لمفهوم الشائعة وخصائصها.

لم يعد الاهتمام بدراسة ظاهرة الشائعة الالكترونية يقتصر على العلوم الإنسانية كعلم النفس والإعلام وعلم الاجتماع والسياسة، بل أصبح هناك إسهامات منظورة لعلوم تطبيقية كعلم الحاسبات والرياضيات.

تتباين اتجاهات الدراسات العربية والأجنبية في دراسات الشائعات، ففي حين لا زالت الدراسات العربية تركز على دور المواقع الإلكترونية في نشر الشائعات وإدراك الجمهور للشائعات وتأثيراتها وارتباطها بظروف معينة وأساليب مواجهتها، أصبحت الدراسات الغربية تركز على كيفية إيجاد أساليب علمية لقياس تأثير الشائعات، وهناك توجهات حديثة للبحث عن آليات ونماذج نظرية وتصميم برامج وخوارزميات تمكن من اكتشاف الشائعات قبل حدوثها والتنبؤ بها؛ وبالتالي التمكن من مواجهتها في مراحل مبكرة.

أوضحت الدراسات أن الشائعات الإلكترونية لها خصائصها مقارنة بالشائعات التي يتم تناقلها عبر وسائل الإعلام التقليدية نتيجة طبيعة الوسط الإلكتروني الناقل لها وخصائصه التفاعلية المتاحة لجميع مسخدميها التي أعادت ترتيب المتغيرات الأساسية في ثنائية الشائعات والأزمات؛ فارتفعت في بعض الدراسات مثلا أهمية متغيري المصداقية والجاذبية، بينما تراجعت أهمية متغيري الغموض والقلق.

غلبت على دراسة الشائعات– خاصة الدراسات العربية– الدراسات الوصفية المسحية، وقلت الدراسات التجريبية والدراسات الكيفية، حيث تم تطبيقها غالبا على نوعيات محددة من الجمهور كالشباب، طلاب الجامعات، الصحفيين، كما اهتم بعض تلك الدراسات بإجراء تحليل لمضامين شائعات في تلك المواقع خاصة من خلال المواقع التي تهتم بدحض الشائعات ومكافحتها.

وإجمالا استفادت الدراسة الحالية من الدراسات السابقة في التعرف على أساليب قياس مفهوم الشائعات وكيفية إدراك الجمهور للشائعات الإلكترونية، إلا أن الدراسة الحالية ركزت على دراسة مستوى

وعي الشباب اليمني بالشائعة من خلال مقياس ثلاثي (إدراك الشائعة– تقبل الشائعة أو تجاهلها– التفاعل مع الشائعة والتأثر بها).

الإطار النظري للدراسة

نظرية انتقال الشائعات (Rumor Transmission Theory)

تعد نظرية انتقال الشائعات إحدى أهم النظريات التي تفسر حركة انتقالها بين الأفراد وكيفية استقبالهم لها؛ حيث تفترض هذه النظرية وجود علاقة بين الإطار المعرفي والخبرات الشخصية والتجارب الحياتية من جهة وقبول الشائعة من جهة أخرى، فالأشخاص الذين يمتلكون معرفة كافية عن موضوع الشائعة وخبرة شخصية مباشرة مرتبطة بموضوع الشائعة قادرون على التفريق بين الخبر الحقيقي والمزيف؛ وبالتالي يؤثر ذلك على قبولهم للشائعة، كما يؤثر على طريقة نقلهم لها وهؤلاء أقل عرضة لقبولها، أما الأشخاص الذين لا يمتلكون قدرات ناقدة وليس لهم إطار معرفي قوي ولا خبرات وتجارب شخصية تؤهلهم للتفريق بين ما هو حقيقي وما هو زائف، فهم الأكثر عرضة لقبول الشائعة (متولي ٢٠١٧: ٤٨).

حيث اعتمد Buckner (1965) على مفهوم القدرات النقدية في تصنيف الأفراد إلى ثلاث مجموعات في علاقتهم بالشائعات (المجموعة الناقدة) وهي التي تمتلك معرفة جيدة عن موضوع الشائعة، ولديها خبرة شخصية مباشرة وخلفية فكرية وخبرات تمكنها من وضع إطار معرفي خاص بموضوع الشائعة؛ الأمر الذي يجعلها قادرة على التفريق بين الحقيقي والمزيف، ولذا فهم ينقلون فقط الجزء الحقيقي من الشائعة، أما المجموعة الثانية فهي (المجموعة غير الناقدة) وهم الذين لا يمتلكون معلومات كافية أو أدلة عن موضوع الشائعة، وقدرتهم النقدية ضعيفة؛ والذي قد يرجع إلى انخفاض مستوى التعليم والثقافة، ويميل أفراد هذه المجموعة إلى تعديلها وتشويهها في ضوء أفكارهم ومعتقداتهم وليس وفقا للتفكير الناقد، أما المجموعة الثالثة (المجموعة الناقلة) والشائعة بالنسبة لأفرادها أمرا مبهما ولا يوجد لها أدنى ارتباط بإطارهم المعرفي، ولكنهم يستمتعون بنقلها حتي وإن كذبوا، وعند نقلها قد يحذفون الجزء غير القادرين على فهمه، وهم المجموعة التي تستجيب لنقل الشائعة وفقا للتعليمات التي قد يتلقونها من غيرهم (رايح ٢٠١٤).

نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام

تعد نظرية الاعتماد إحدى النظريات التي تحاول فهم العلاقة بين وسائل الإعلام والجمهور والنظام الاجتماعي، وتفترض وجود تأثير لدوافع الفرد نحو قضايا معينة على درجة اعتماده على وسيلة معينة، فقوة الدافع تعزز من عملية الاعتماد، كما تفترض وجود اختلاف في درجة استقرار النظام الاجتماعي وتوازنه نتيجة التغيرات المستمرة، ونتيجة هذا الاختلاف تزيد أو تقل الحاجة إلى المعلومات والأخبار، ففي حالة الاضطراب الاجتماعي تزداد الحاجة إلى المعلومات فيكون الأفراد أكثر اعتمادا على وسائل الإعلام (حجاب ٢٠١٠: ٣٠٣)؛ ونظرا للأزمات وحالة عدم الاستقرار التي يمر بها اليمن؛ فإن

ذلك سيؤدي إلى زيادة اعتماد الشباب على وسائل الإعلام ومن ضمنها مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات، وقد استفادت الدراسة من هذه النظرية في قياس درجة اعتماد الشباب اليمني على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات حول الأحداث الجارية، وقياس العلاقة بين درجة الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي ومستوى الوعي بالشائعات الإلكترونية.

تساؤلات الدراسة

١. ما معدل استخدام الشباب اليمني لشبكة الإنترنت بشكل عام؟
٢. ما درجة اعتماد الشباب اليمني على الإنترنت وتطبيقاتها بوصفها مصدرا للمعرفة حول مجريات الأحداث في اليمن؟
٣. ما مستوى اهتمام الشباب بمتابعة الأحداث الجارية في اليمن عبر شبكة الإنترنت؟
٤. ما مستوى مهارات التفكير النقدي لدى الشباب اليمني حول الشائعات الإلكترونية؟
٥. ما مستوى وعي الشباب بالشائعات الإلكترونية حول مجريات الأحداث في اليمن (المفهوم، التقبل، التفاعل مع الشائعة والتأثر بها)؟
٦. ما تأثيرات الشائعات الإلكترونية حول مجريات الأحداث في اليمن من وجهة نظر الشباب اليمني؟

فروض الدراسة

١. توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدام الشباب للإنترنت ومستوى وعيهم بالشائعات الالكترونية حول مجريات الأحداث في اليمن.
٢. توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدام الشباب للإنترنت ودرجة تفاعلهم وتأثرهم بالشائعات الإلكترونية حول مجريات الأحداث في اليمن.
٣. توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين درجة الاعتماد على الإنترنت (المواقع الإلكترونية ووسائل التواصل الاجتماعي) بوصفها مصدرا للمعرفة حول مجريات الأحداث في اليمن ومستوى وعيهم بالشائعات حول الأحداث الجارية باليمن.
٤. توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين مستوى التفكير النقدي للشائعات لدى المبحوثين ومستوى وعيهم بالشائعات حول الأحداث الجارية باليمن.
٥. يؤثر مستوى التفكير النقدي على شدة العلاقة بين درجة اعتماد المبحوثين على الإنترنت بوصفها مصدرا للمعرفة بالأحداث ومستوى وعيهم بالشائعات.

التعريفات الإجرائية لمصطلحات الدراسة

- **يُقصد بالشائعات في الدراسة الحالية:** أخبار أو معلومات غير معلومة المصدر تنتشر دون إمكانية التحقق من صحتها، وترتبط بأحداث أو موضوعات تتسم بالأهمية والغموض.

- **الشائعات الإلكترونية:** هي الشائعات التي تنتشر عبر الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي دون معرفة مصدرها وعدم القدرة على التثبت من صحتها.
- **التفكير النقدي:** هو عبارة عن أنشطة ومهارات عقلية يكتسبها الفرد تقوم على التحليل والتفسير والاستدلال لكل مايستقبله من أخبار أو معلومات، وتمكنه من التمييز بين الحقيقي منها أو الزائف وإصدار أحكام متميزة على هذه المعلومات وإدراك إطار العلاقة الصحيحة دون تطرف في الرأي أو التأثر بالنواحي العاطفية أو الآراء التقليدية الشائعة.

منهج الدراسة: تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية المسحية؛ كونها تهتم بوصف واقع ظاهرة اجتماعية مهمة ومؤثرة هي ظاهرة الشائعات الإلكترونية، وتحليل أبعادها الاجتماعية المحتملة بهدف الوصول إلى نتائج علمية مفيدة، بالإضافة لوصف مستوى وعي الشباب بهذه الشائعات، ومستوى تفاعلهم وتأثرهم بها، وتم استخدام منهج المسح؛ كونه الأنسب في الدراسة الحالية؛ حيث يمكننا من الحصول على معلومات من مصادرها الأولية، المتمثلة هنا في الشباب اليمني من خلال المسح الميداني.

مجتمع وعينة الدراسة: يتحدد مجتمع الدراسة في جميع الشباب اليمني الذين يقطنون داخل الحدود الجغرافية للجمهورية اليمنية، وقد تم اختيار العاصمة صنعاء لتطبيق الدراسة بوصفها الإطار الجغرافي الأمثل الذي يحوي مختلف الخصائص الديموجرافية والاجتماعية التي تتطلبها الدراسة، كما أنها تضم مختلف شرائح المجتمع وخصوصا بعد نزوح الكثير من سكان المحافظات الأخرى إلى العاصمة صنعاء بسبب الأحداث الدائرة في الكثير من المحافظات. وقد قام الباحثان باختيار عينة الدراسة من الشباب اليمني ممن يستخدمون الإنترنت وتتراوح أعمارهم ما بين ١٨ـ ٣٥ عاما، والتي أوضحت دراسات كثيرة أنهم الأكثر نشاطا على مواقع التواصل والأكثر تفاعلا مع المحتوى الإلكتروني ـ باستخدام العينة العشوائية الطبقية، بوصفها الأسلوب الأكثر دقة لسحب العينات من المجتمع، كما استند الباحثان إلى البيانات التي يوفرها الجهاز المركزي للإحصاء عن توزيع الشباب في محافظة صنعاء بوصفها إطارا للعينة (الجهاز المركزي للإحصاء ٢٠٠٥: ٢٨)، وقد تم سحب وحدات العينة في ضوء وزنها النسبي في المجتمع الأصلي حسب متغيرات المستوى الاقتصادي والاجتماعي (فقيرة الدخل . متوسطة الدخل . مرتفعة الدخل)، وكذلك متغيرات السن والنوع، وقد بلغ حجم العينة ٤٠٠ مفردة، وتم تطبيق الدراسة في الفترة من ١٥ ديسمبر ٢٠١٩م، حتى ٢٢ يناير ٢٠٢٠م، في صنعاء (أمانة العاصمة) بوصفها نطاقا جغرافيا يضم شبابا من مختلف مناطق الجمهورية وباختلاف خصائصهم الثقافية والاجتماعية.

خصائص عينة الدراسة: من أصل ٤٠٠ شاب وشابة مشاركين في الدراسة، بلغ عدد الذكور ٢٣٦ (٥٦%)، مقابل ١٦٤ (٤١%) إناث، وتراوح أعمار المشاركين بين ١٨ إلى ٣٥ سنة موزعة بواقع ٢٥٩ (٦٤.٨%) لفئة ١٨إلى أقل من ٢٥ سنة، و٧٢ (١٨%) لفئة من ٢٥ إلى أقل من ٣٠ سنة، و٦٩ (١٣.٢%) لفئة من ٣٠ إلى ٣٥ سنة، وفيما يتعلق بتوزيع المشاركين وفقا للمستويات التعليمية، بلغ عدد

الشباب في المرحلتين الابتدائية والإعدادية ١٨ (٤.٤%)، وفي الثانوية ١١٧ (٢٩.٢%)، فيما بلغ عدد المشاركين في المرحلة الجامعية ٢٥٩ (٦٤.٨%)، مقابل ٦ (١.٥%) في الدراسات العليا، وبلغ عدد المشاركين من ذوي المستوى الاقتصادي المنخفض ٣٥٤ (٨٨.٥%)، مقابل ٣٧ (٩.٣%) من ذوي المستوى الاقتصادي المتوسط، و ٩ (٢.٢%) من ذوي المستوى الاقتصادي المرتفع.

أداة جمع البيانات: تم جمع بيانات الدراسة باستخدام صحيفة استقصاء، وُزعت يدويا وإلكترونيا على عينة الدراسة، وتضمنت عددا من المحاور التي تحقق أهداف الدراسة وتجيب عن تساؤلاتها، وقد أجرى الباحثان نقاشات مع مجموعات مركزة من الشباب؛ كدراسة استطلاعية ساعدت في تحديد محاور الدراسة، وإعداد استمارة الاستقصاء.

مقاييس الدراسة: تم بناء عدد من المقاييس التي تشكل المحاور العامة لصحيفة الاستقصاء، وتقيس أهداف الدراسة، ومنها: مقياس معدل استخدام الشباب للإنترنت، ودرجة الاعتماد على الإنترنت في الحصول على المعلومات حول مجريات الأحداث في اليمن، ومقياس الوعي بالشائعات، ومقياس التفكير النقدي، ومقياس التفاعل والتأثر بالشائعات، وقد تم الاعتماد على الدراسات السابقة ونظرية انتقال الشائعات في بناء المقاييس، إلى جانب إجراء دراسة استطلاعية باستخدام مجموعات النقاش المركزة مع مجموعة من الشباب لبناء عبارات المقاييس الخاصة بالشائعات حول الأحداث الجارية في اليمن، ومستوى الوعي بها، وقد تم عرض المقاييس والعبارات التابعة لكل مقياس أثناء عرض نتائج التحليل الإحصائي الوصفي للدراسة.

اختبار صدق وثبات الأداة

الصدق: تم الاعتماد على صدق المحتوى، أو ما يسمى بالصدق الظاهري في التأكد من صدق أداة الدراسة وبأنها تقيس ما صممت فعلا لقياسه، حيث تم عرض الاستمارة مع الأهداف والتساؤلات والفروض على مجموعة من المحكمين(١)، وتم الأخذ بآرائهم وتعديل وإعاد صياغة العبارات التي اتفق المحكمون عليها.

الثبات: للتحق من ثبات أداة الدراسة، وقياس درجة الاتساق الداخلي بين فقراتها، تم استخدام معامل ألفا كرونباخ لقياس الثبات على مستوى محاور الاستمارة، وعلى المستوى الكلي، وتم التوصل للقيم الآتية:

---

(١) السادة المحكمون، هم:

أ.د. أحمد عقبات: أستاذ الإعلام بكلية الإعلام جامعة صنعاء.

أ.د. محمد عبد الوهاب الفقيه: أستاذ الاتصال السياسي بكلية الإعلام جامعة صنعاء.

أ.د. ياسين الشيباني: أستاذ القانون الدولي بكلية الشريعة جامعة صنعاء.

أ.م.د. علي البريهي: الأستاذ المشارك بقسم الإذاعة والتليفزيون– كلية الإعلام بجامعة صنعاء.

أ.م.د. عبد الباسط الحطامي: الأستاذ المشارك بقسم الإذاعة والتليفزيون– كلية الإعلام بجامعة صنعاء.

أ. حاتم علي الصالحي: خبير إحصائي ومدرس بكلية الإعلام جامعة صنعاء.

جدول (١) معامل الثبات "ألفا كرونباخ" لقياس ثبات أداة الدراسة

المتغيرات	عدد العناصر	ألفا كرونباخ
التفكير النقدي	١٠	٠.٨١
الوعي بمفهوم الشائعة وأسبابها	٩	٠.٧٥
الوعي بالشائعات في اليمن	٦	٠.٧٣
مستوى التأثر بالشائعة	٦	٠.٧١
مستوى التفاعل مع الشائعة	٦	٠.٧٤
الأبعاد مجتمعة	٣٧	٠.٨٦

وتعد قيمة معامل ألفا كرونباخ ٠.٧٠ وما فوق جيدة، ويمكن قبول القيمة ما بين ٠.٦٠ و٠.٧٠ في البحوث الاسكشافية (Hair et al. 2014:123)، ويلاحظ من بيانات الجدول أن قيمة ألفا كرونباخ لكل محور من محاور الاستبانة قد تجاوزت القيمة (٠.٧٠)، كما وصلت قيمة ألفا كرونباخ للمحاور مجتمعة (٠.٨٦)، وهي قيمة تعكس ثباتا عاليا للأداة.

اختبار التوزيع الطبيعي للبيانات: تم استخدام اختباري (الالتواء والتفرطح)، وتراوحت قيم الالتواء لمقاييس الدراسة بين (٠.٠٧٧ و-١.٠٢٥)، وتراوحت قيم التفرطح بين (١.٢٧٤ و-١.٠٣٥)، حيث لم تتجاوز هذه القيم مستوى حدود القطع الموصى به والذي يساوي (٢) بالنسبة للالتواء، و(٧) بالنسبة للتفرطح (Curran et al. 1996:16-29).

نتائج الدراسة

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على العلاقة بين استخدام الشباب اليمني لشبكة الإنترنت بتطبيقاتها المختلفة ومستوى وعيهم بالشائعات الإلكترونية المنتشرة حول مجريات الأحداث والصراع في اليمن، حيث تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تعتمد على المنهج المسحي لعينة عشوائية من جمهور الشباب قوامها ٤٠٠ مفردة ممن يستخدمون الإنترنت في العاصمة صنعاء، واعتمدت الدراسة على استمارة استقصاء تم توزيعها يدويا وإلكترونيا، وخلصت الدراسة إلى النتائج الآتية:

أولا: حجم استخدام الشباب للإنترنت

جدول (٢) توزيع العينة وفقا لعدد ساعات استخدام الانترنت

م	التكرار والنسبة / عدد الساعات	التكرار	النسبة
١	أقل من ساعتين	٥٧	١٤.٢
٢	من ساعتين . أقل من ٥ ساعات	١٩٤	٤٨.٥
٣	٥ ساعات فأكثر	١٤٩	٣٧.٣
الإجمالي		**٤٠٠**	**١٠٠**

يتضح من خلال الجدول حجم استخدام المبحوثين اليومي للإنترنت، وقد جاء في المرتبة الأولى الاستخدام المتوسط لدى الشباب اليمني (من ساعتين لأقل من خمس ساعات) وبنسبة (٤٨.٥%) من إجمالي عينة الدراسة، بينما جاءت أقل نسبة (١٤.٣%) لمن يستخدمون الإنترنت بمقدار (أقل من ساعتين)، وظهر أن أكثر من ثلث العينة ذو استخدام كثيف للإنترنت لدرجة أن البيانات التفصيلية أوضحت أن أكثر من (١٢%) من المبحوثين أفادوا أن استخدامهم يزيد عن عشر ساعات يوميا، وهي حقيقة نسبة تحتاج إلى التركيز. وباستيضاح المبحوثين عن المعدل اليومي للدخول للانترنت، أوضحت النتائج أن النسبة الأعلى من الشباب اليمني تميل إلى الدخول المتكرر للإنترنت بمعدل يزيد عن ثماني مرات في اليوم، ويرجع هذا لتوفر أجهزة التليفون المحمول (سهلة الاستخدام) بالإضافة إلى أن خدمة الإنترنت أصبحت متوفرة سواءً من خلال الهاتف أو عبر شبكات الواي فاي الشخصية والعامة؛ مما جعل ارتياد الإنترنت عادة متكررة لدى الأفراد وخاصة بين الشباب لدرجة تصل لدى بعضهم للإدمان.

وبالمقياس التجميعي للنتيجتين يظهر أن معدل استخدام الشباب اليمني (عينة الدراسة) للإنترنت عال وبدرجة ملفتة، وتصل نسبة مرتفعي الاستخدام إلى قرابة (٤٤%) من إجمالى العينة، وهذا ما يمكن تفسيره بأن الشباب اليمني وجد في الإنترنت وعالمه الافتراضي الواسع متنفسا متاحا يشبع من خلاله حاجاته المعرفية والترفيهية ورغبته في التعبير عن ذاته، خاصة في ظل الظروف الاستثنائية الصعبة التي يعيشها البلد، ولكن من جانب آخر، فإن كثافة الاستخدام غير الاعتيادية للإنترنت تجعل الشباب عرضة لكل تأثيراتها، وهذا ما يؤكد أهمية نشر الوعي المجتمعي بكيفية التعامل الأمثل مع تكنولوجيا الإنترنت وتطبيقاتها.

ثانيا: درجة اهتمام المبحوثين بمتابعة مجريات الأحداث والصراع في اليمن

جدول (٣) توزيع العينة وفقا لدرجة الاهتمام بالمتابعة اليومية لمجريات الأحداث في اليمن

م	التكرار والنسبة / درجة الاهتمام	التكرار	النسبة
١	أهتم بالمتابعة يوميا	١٠٢	٢٥.٥
٢	أهتم بالمتابعة أحيانا	١٦٠	٤٠
٣	نادرا ما أهتم	١٣٨	٣٤.٥
	الإجمالي	**٤٠٠**	**١٠٠**

يوضح الجدول السابق مدى اهتمام أفراد عينة الدراسة بمتابعة الأحداث في البلاد التي تعيش فترة حرب وصراع وأزمات متلاحقة، وقد جاءت في المرتبة الأولى فئة الذين يهتمون بمتابعة الأحداث بصورة غير مستمرة وبنسبة (٤٠%) من إجمالي عينة الدراسة.

ويرى الباحثان أن نسبة غير قليلة من الشباب تميل للعزوف عن متابعة مجريات ما يحدث في اليمن، وهذا ما يمكن أن نعزوه لأسباب كثيرة، أهمها أن الأزمة في اليمن طال أمدها لقرابة خمس سنوات؛ مما جعل هناك للأسف شبه اعتياد لدى الجمهور وعدم اهتمام إلا بالبارز والمختلف منها، إضافة إلى تناقص الثقة في مصداقية ما يبث من أخبار حول الحرب في اليمن.

كما أن الجانب الاقتصادي وتدهور مستوى أغلب فئات المجتمع اليمني لما تحت خط الفقر، جعلت اهتماماتهم تتحول من الاهتمام بالجوانب السياسية والأحداث التي تحدث في اليمن إلى الاهتمام بمصادر الرزق وسبل العيش في ظل الأوضاع غير المستقرة.

ثالثا: مدى اعتماد الشباب على وسائل الاتصال المختلفة بوصفها مصدرا للمعلومات حول الأحداث في اليمن

جدول (٤) توزيع العينة وفقا لمدى الاعتماد على الوسائل الاتصالية بوصفها مصادر لمعرفة الأحداث في اليمن

	مدى الاعتماد / الوسائل الاتصالية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن المئوي
١	الإذاعة	٠.٨٥	٠.٩٦٨	٢٨.٥
٢	التليفزيون	١.٣٦	١.١٠٢	٤٥.٣
٣	الصحف	٠.٦٢	٠.٩١٧	٢٠.٨
٤	الإنترنت	٢.١٧	٠.٩٧٥	٧٢.٤
٥	وسائل الاتصال الشخصي	١.٨٦	١.٠٤٧	٦٢.١
	الوسط الحسابي العام لجميع الفقرات	١.٣٧	١.٠٠	٤٥.٨

يوضح الجدول السابق أن الإنترنت بتطبيقاتها المختلفه جاءت في المرتبة الأولى بوصفها وسيلة الاتصال الأولى التي يعتمد عليها الشباب اليمني بوصفها وسيلة لمعرفة الأحداث في اليمن وبوزن نسبي (٧٢.٤%)، ويدل ذلك على الأهمية الكبرى لوسائل التواصل الاجتماعي والمواقع الإلكترونية لدى الشباب بوصفها وسائل حديثة جمعت بين مميزات الوسائل الاتصالية القديمة جميعها بالإضافة للتفاعلية، كما أنها تتميز بالسرعة والوصول للمجتمع بأقل جهد وبأقل التكاليف.

كما يتضح من الجدول أن وسائل الاتصال الشخصي جاءت في المرتبة الثانية بوزن نسبي (٦٢.١%) ، وهذا يؤكد أهمية المحيط الاجتماعي والأسري بوصفه مصدرا للمعلومات بين الشباب وخاصة فيما يخص تناقل الشائعات حول مجريات الأحداث المحلية ونشرها من خلال قنوات الاتصال الشخصية، بينما جاء اعتماد الشباب على الصحف التقليدية في المرتبة الأخيرة بوزن نسبي (٢٠.٨%)، وهذا يدل على التراجع الكبير لوسائل الاتصال التقليدية لدى الشباب وأكثرها الصحف والإذاعة.

رابعا: درجة استخدام الشباب اليمني للإنترنت بوصفها مصدرا لمعرفة مجريات الأحداث والصراع في اليمن

جدول (٥) توزيع العينة طبقا لدرجة استخدام الإنترنت بوصفها مصدرا لمعرفة الأحدث في اليمن

مدى الاستخدام	الاتجاه	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن المئوي
١	الفيس بوك	١.٦٧	١.١٩٤	٥٥.٧
٢	تويتر	٠.٨٦	١.١٢٠	٢٨.٦
٣	الواتس أب	٢.٣٧	٠.٩٥٧	٧٩
٤	التيلجرام	١.٠٨	١.١٥٢	٣٦.١
٥	أنستجرام	٠.٧٣	١.٠٠٨	٢٤.٢
٦	مواقع إخبارية	١.٠٢	١.٠٦٩	٣٣.٣
٧	مواقع قنوات فضائية	٠.٨٨	١.٠٢١	٢٩.٣
٨	مواقع صحف إلكترونية	٠.٧٩	٠.٩٩٦	٢٦.٤
٩	مواقع وكالات أنباء	٠.٨٤	١.٠٢٢	٢٨.٢
١٠	صفحات شخصيات بارزة	١.٠١	١.١٢٣	٣٣.٨
١١	مدونات	٠.٦٣	٠.٩٢٢	٢١
الوسط الحسابي العام لجميع الفقرات		١.٠٨	١.٠٥	٣٦.٩

يوضح الجدول السابق درجة استخدام أفراد عينة الدراسة لمواقع الإنترنت المختلفة بوصفها مصادر لمعرفة الأحداث في اليمن، وقد جاء في المرتبة الأولى (الواتس أب) بمتوسط حسابي (٢.٣٧) ووزن نسبي (٧٩%)، كما جاء تطبيق الفيس بوك في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي (١.٦٧) ووزن نسبي (٥٥.٧%)، بينما جاءت (المدونات) في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (٠.٦٣) ووزن نسبي (٢١%)، ويرى الباحثان أن السبب قد يعود للانتشار الكبير الذي حققه تطبيق الواتس أب وإمكانيات التواصل السهلة التي يتيحها لمستخدميه، كما يلاحظ إجمالا أن الشباب اليمني في كثير من الأحداث يميل للاكتفاء بمواقع التواصل الاجتماعي بوصفها مصدرا للمعلومات حول الأحداث في اليمن، والتي تفتقد في كثير من الأحيان للمصداقية وموثوقية المصدر، وذلك أنها غالبا صفحات خاصة بمواطنين غير مهنيين (مثل صفحة أين الانفجار؟) وليست مؤسسات صحفية متخصصة كما هي الحال في المواقع الإخبارية ومواقع وكالات الأنباء؛ وهذا ما يجعل الشباب في كثير من الأحيان ضحية للأكاذيب أو الشائعات.

خامسا: مستوى وعي الشباب بالشائعات حول مجريات الأحداث في اليمن

ويهتم هذا المحور بالتعرف على مفهوم الشباب للشائعات الإلكترونية وكيفية تعاملهم معها من خلال استثمار مهارات التفكير النقدي للشائعة والتفاعل والتأثر بها للخروج بمقياس تجميعي لمستوى وعي الشباب العام بالشائعات الإلكترونية حول مجريات الأحداث والصراع في اليمن.

أ) أهم الشائعات حول الأحداث في اليمن من وجهة نظر الشباب

جدول (٦) الموضوعات التي ركزت عليها الشائعات حول الأحداث في اليمن من وجهة نظر العينة

	الموضوعات / التكرار والنسبة	التكرار	النسبة
١	انتصارات وهزائم لأطراف الصراع في جبهات القتال	٢٤٧	١١.٧
٢	أخبار حول شخصيات سياسية مثل (موت سريري للرئيس عبد ربه، مقتل زعيم الحوثيين في غارة جوية، مصير صالح الرئيس السابق، ... الخ).	١٥٣	٧.٢
٣	تهديدات محتملة لقصف مواقع مدنية وعسكرية	١٣٩	٦.٦
٤	أزمة محتملة في الوقود والمحروقات	٢٤٤	١١.٦
٥	ارتفاع العملة وهبوط الريال وارتفاع مرتقب للأسعار	٢٦٧	١٢.٧
٦	انتشار أمراض وبائية (كوليرا . داء الكلب . دفتيريا . ... الخ)	٢٢٢	١٠.٥
٧	أزمة في بعض السلع المهمة (غذائية . أدوية . ... الخ)	١٦٧	٧.٩
٨	الوصول إلى حل وتسوية سياسية	١٥١	٧.١
٩	افتتاح مطار صنعاء لرحلات الطيران وسفر المواطنين	١٤٠	٦.٦
١٠	انشقاقات سياسية وعسكرية واستقالة شخصيات سياسية	٨٧	٤.١
١١	اتفاق الحوثيين والإمارات	٩٥	٤.٥
١٢	تشكيل حكومة جديدة	١١٢	٥.٣
١٣	حوادث وجرائم	٨٨	٤.٢
	الإجمالي	**٢١١٢**	**١٠٠**

*ملاحظة: السؤال يتيح للمبحوثين اختيار أكثر من بديل في الإجابات.

يوضح الجدول السابق الموضوعات التي ركزت عليها الشائعات حول الأحداث في اليمن خلال السنوات الأخيرة كما يراها الشباب (أفراد عينة الدراسة)، حيث تصدرت الأحداث الاقتصادية قائمة الأحداث، وقد جاء ارتفاع العملة وهبوط الريال وقضايا المرتبات في الترتيب الأول بنسبة (١٢.٧%) من إجمالي الأحداث في اليمن، بينما تأخرت الأحداث السياسية والعسكرية وأخبار الجرائم قائمة الأحداث؛ حيث جاء (اتفاق الحوثيين والإمارات والحوادث والجرائم والانشقاقات السياسية والعسكرية) في المراتب الأخيرة بنسبة (٤.٥% و ٤.٢% و ٤.١%) على التوالي.

وعلى الرغم من أن البلاد تخوض منذ ما يقارب خمس سنوات صراعا وحربا تشتد وتيرتها في الكثير من المناطق اليمنية، فإن نسبة كبيرة من الشباب تظهر عزوفا عن الاهتمام بالشئون السياسية وأخبار الحرب التي لم يظهر لنهايتها أفق على المدى القريب، كما قد يرجع السبب لفقدان المصداقية في مصادر تلك الأخبار، وهذا ماتؤكده نتيجة الجدول (٣) حيث لم يظهر الشباب اهتماما كبيرا بمتابعة مجريات الأحداث في اليمن.

ب) قياس مستوى إدراك الشباب اليمني للشائعات

جدول (٧) مستوى إدراك الشباب (عينة الدراسة) لمفهوم الشائعة بالتطبيق على مجريات الأحداث في اليمن

العبارات	مدى الموافقة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن المئوي
١	زاد انتشار الشائعات في البلاد بسبب ظروف الحرب وتأزم الأوضاع السياسية والاقتصادية	٢.٦٧	٠.٦١٩	٨٨.٨
٢	الأخبار الغامضة والموضوعات التي لا مصدر موثوقا لها شائعات غير مؤكدة	٢.٣٥	٠.٧٢٤	٧٨.٤
٣	الشائعات حول ما يحدث في اليمن غالبا تتسم بالتهويل والمبالغة	٢.٤٠	٠.٧٤٧	٨٠.١
٤	تحاول أطراف الصراع في اليمن كسب الرأي العام من خلال نشر الشائعات في المواقع الإلكترونية	٢.٥١	٠.٦٧١	٨٣.٨
٥	الشائعات حول ما يجري في البلد عمل عشوائي يحدث بشكل عفوي	١.٨١	٠.٧٧٩	٦٠.٢
٦	يمكن أن تأتي الشائعات على شكل أخبار أو صور أو فيديو أو مقاطع صوتية أو نكتة يتناقلها الناس	٢.٦٠	٠.٦٤٢	٨٦.٥
٧	تنتشر الشائعات كونها ترتبط بموضوعات تهم الناس وتثير الجدل	٢.٦٠	٠.٦٣٦	٨٦.٩
٨	الشائعات إحدى أدوات الحرب النفسية التي تستخدمها أطراف الصراع السياسي ضد بعضها	٢.٧١	٠.٥٩١	٩٠.٢
٩	تستخدم الشائعات بوصفها وسيلة لقياس ردود الرأي العام واتجاهاته تجاه موضوعات معينة	٢.٤٢	٠.٧٢٨	٨٠.٩
١٠	منذ اندلاع الحرب في اليمن أسهمت الشائعات بشكل كبير في تعميق الشرخ الاجتماعي وأعادت على السطح بناء هويات طائفية ومناطقية	٢.٤٩	٠.٧١٩	٨٣.٢
١١	تنشط الشائعات عندما يكون هناك شح في المعلومات من مصادرها الحقيقية	٢.٤٥	٠.٧١٠	٨١.٦
١٢	الشائعات لا تؤثر في المجتمع فهي مجرد أخبار كاذبة أو موضوعات مشكوك بها	١.٧١	٠.٨٢٦	٥٧.١
١٣	مطابخ الشائعات أصبحت ظاهرة مؤثرة في محتوى المواقع الإلكترونية	٢.٤٨	٠.٧٠١	٨٢.٧
١٤	الشائعات تنشر أحيانا بغرض إحداث ضغوط على الأطراف السياسية والأمنية	٢.٣٨	٠.٧٣٦	٧٩.٤
١٥	تنطلق الشائعات أحيانا لشغل الرأي العام عن موضوعات مهمة متزامنة معها	٢.٤٤	٠.٧٠٢	٨١.٤
	الوسط الحسابي العام لجميع الفقرات	٢.٤٠	٠.٧٠	٨٠.١

يتضح من الجدول السابق أن متوسط إدراك وعي المبحوثين محل العينة بمفهوم الشائعات خاصة الشائعات المتعلقة بالأزمة اليمنية وصل لحوالى (٢.٤٠) وهي قيمة مرتفعة تدل على أن الشباب اليمني يمتلك إدراكا جيدا لمفهوم الشائعة، وقد وصلت النسبة بين شباب العينة إلي حوالي (٦٣.٧%)، ونلاحظ من خلال الجدول أن غالبية العينة ترى بدرجة أساسية أن الشائعة إحدى أدوات الحرب النفسية التي تستخدمها أطراف الصراع السياسي ضد بعضها بمتوسط حسابي (٢.٧١)، كما أن الحرب وظروف الصراع والأزمات زادت من انتشار الشائعات عبر الإنترنت بمتوسط حسابي (٢.٦٧) وأن الأهمية إحدى خصائص الشائعات؛ ولذا فهي تثير الجدل بين الناس بمتوسط حسابي (٢.٦٠) كما أنها تأتي بأشكال كثيرة، كالأخبار والصور والفيديوهات بمتوسط (٢.٦٠) بينما تراجع قليلا عنصر الغموض للمرتبة

الخامسة رغم أهميته في مفهوم الشائعات لدى الكثير من المبحوثين بمتوسط حسابي (٢.٣٥)، وأخيرا نرى أن نسبة عالية من شباب العينة تعارض عبارة (أن الشائعات لا تؤثر في المجتمع فهي مجرد أخبار كاذبة أو موضوعات مشكوك بها) حيث جاءت بأقل متوسط ضمن العبارات وذلك بقيمة (١.٧١).

وإجمالا يظهر أن تطور الأحداث في اليمن وتلاحق الأزمات منذ ٢٠١١ وثورة الشباب، وانتشار الشائعات المرتبطة بها رفعت وعي الناس- والشباب خصوصا- بالأخبار والموضوعات المشكوك بها وبأشكال الشائعات والمفاهيم المرتبطة بها، وخصوصا أن النسبة الأعلى لشباب العينة هم من حملة الشهادات الجامعية؛ لذا كانت النتيجة منطقية في هذا الجانب.

ج) مستوى التفكير النقدي للشائعات لدى الشباب اليمني

جدول (٨) مستوى التفكير النقدي للشائعات المتعلقة بأحداث اليمن لدى أفراد العينة

العبارات	مدى الموافقة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن المئوي
١	أهتم بتحليل المواقف والمعلومات المرتبطة بموضوع الشائعة قبل الحكم عليها	٢.١١	٠.٨٠٥	٧٠.٤
٢	أثق في مشاعري وعواطفي في إصدار أحكامي على الشائعات المنتشرة	١.٩٧	٠.٨٠٧	٦٥.٧
٣	تكرار تناقل الخبر بين الناس يؤكد لي مصداقيته	١.٦٩	٠.٧١٥	٥٦.٣
٤	أصدق الشائعات والأخبار السلبية حول الأطراف المعادية للوطن والشخصيات العميلة لأطراف خارجية	١.٦٧	٠.٧٥١	٥٥.٦
٥	غالبا ما تتطابق أحكامي حول الشائعات مع اتجاهاتي وقناعاتي	١.٨٨	٠.٧٣٨	٦٢.٧
٦	أصدق الشائعات بمجرد رؤيتي لحجم تفاعل الناس معها	١.٦٥	٠.٧٣٤	٥٥.١
٧	لا يهم مصدر الخبر الأهم هو أهميته بالنسبة لي وللآخرين	١.٨٣	٠.٧٨٨	٦٠.٩
٨	أتتبع آراء الآخرين وتعليقاتهم حول الشائعات قبل الحكم على صحتها	١.٩٩	٠.٨٣٠	٦٦.٤
٩	أعتمد على المنطق والعقل ومعارفي السابقة في الحكم على ما يصلني من أخبار أشك في صحتها	٢.٣٤	٠.٧٩٢	٧٨.٢
١٠	أتتبع الشائعة في أكثر من موقع وأكثر من مصدر قبل أن أصدر حكما بصحتها	٢.٠٩	٠.٨٣٢	٦٩.٦
الوسط الحسابي العام لجميع الفقرات		١.٩٢	٠.٧٨	٦٦.٨

يوضح الجدول السابق مستوى التفكير النقدى لدي الشباب اليمنى (عينة الدراسة) حول الشائعات والذي جاء بمتوسط حسابي إجمالى (١.٩٢) وهي قيمة متوسطة، حيث تؤكد ذلك بيانات الجداول التفصيلية، والتي أظهرت أن حوالي ثلثي العينة (٦٩%) هي الفئة المتوسطة التي تجرى أحيانا مهارات التفكير الناقد لما يصل إليها من شائعات أو مضامين مشكوكة، يأتي بعدها المبحوثون ذوو المستوى المرتفع الذين يحرصون دائما على إعمال العقل وتحكيم المنطق في الحكم على ما يعتقدون أنه شائعة وبنسبة (٢٩%)، أما القلة من الشباب محل العينة وبنسبة (٢.٣%) هم من أظهروا انخفاضا في مستوى التفكير الناقد.

وأما من حيث متوسط العبارات فقد ظهرت عبارتا (الاعتماد على المنطق والعقل والمعارف قبل الحكم على الشائعة، وأهتم بتحليل المواقف والمعلومات المرتبطة بموضوع الشائعة قبل الحكم عليها) في الترتيب الأول والثاني حيث بلغ الوزن النسبي لهما (٧٠.٤، ٧٨.٢%) على التوالي، بينما جاءت في المرتبة الأخيرة (تصديق الشائعات بمجرد رؤية حجم تفاعل الناس معها) بوزن نسبي (٥٥.١).

د) تفاعل الشباب مع الشائعات حول مجريات الاحداث في اليمن

جدول (٩) يوضح تفاعل الشباب مع الشائعات الالكترونية

العبارات	التقييم	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن المئوي
١	كثرة الشائعات حول استمرار الأزمة والحرب في البلاد تسبب لي الإحباط والخوف وتدفعني للتفكير جديا في مغادرتها	٢.٣٩	٠.٧٩٤	٧٩.٨
٢	أقوم بنشر الرسائل الإلكترونية المهمة التي تصلني حتى لو لم أكن متأكدا من صحتها	١.٥٢	٠.٧٠٤	٥٠.٧
٣	أشعر بالخوف بسبب الأخبار والشائعات التي تتوارد حول جرائم الاختطاف وتجارة الأعضاء في اليمن	٢.٣٤	٠.٧٩٤	٧٨
٤	أتفاعل (بالنشر والمشاركة) مع الشائعات الإلكترونية حول مناطق قصف صاروخي محتملة	١.٧١	٠.٧٦٢	٥٧.١
٥	أهمل الأخبار التي لا يتضح لي مصدرها أو تنقل عن مصادر مجهولة أو وهمية	٢.٢٩	٠.٨١٣	٧٦.١
٦	الشائعات حول احتمالية قصف المنطقة التي أسكنها قد تدفعني لمغادرتها خلال فترة التهديد	١.٩٦	٠.٨٤٠	٦٥.٣
٧	استخدم الإنترنت في التأكد من صحة الصور والفيديوهات التي تدور حولها الشائعات	٢.٢٥	٠.٧٩١	٧٥.١
٨	أحذر أصدقائي من الشائعات التي تنتشر في المواقع الإلكترونية	٢.٤٠	٠.٧٣٣	٨٠.١
٩	أعتقد بفائدة العلاجات العشبية التي ترددت أخبارها على مواقع التواصل في علاج وباء الكوليرا	١.٨٥	٠.٧٩٧	٦١.٨
١٠	أناقش ما يصلني من شائعات مع الآخرين	٢.٠٣	٠.٨٠٠	٦٧.٩
١١	الأخبار عن أزمات سلعية مقبلة تدفعني لشراء المزيد من السلع الغذائية وتخزينها	١.٨٤	٠.٨١٧	٦١.٢
١٢	أتفاعل بما يتردد من أخبار حول تسوية سياسية قريبة لإنهاء الحرب في اليمن	٢.٣٩	٠.٧٧١	٧٩.٨
	الوسط الحسابي العام لجميع الفقرات	٢.٥٥	٠.٧٨٤	٦٩.٤

من خلال الجدول السابق يتضح أن المتوسط الحسابي العام لتفاعل الشباب مع الشائعات المنتشرة حول مجريات الأحداث في اليمن والذي بلغ (٢.٥٥) يوضح أن الشباب اليمني يظهر تفاعلا إيجابيا (وجدانيا وسلوكيا) مع الشائعة قد يكون في كثير من الأحيان سلبيا، خاصة تلك التي لها صلة بمصيره ومستقبله؛ لذا فهو حريص على أن (يحذر الأصدقاء من الشائعات التي تنتشر في المواقع الإلكترونية) وقد جاءت هذه العبارة بأعلى وزن نسبي (٨٠.١%)، ورغم ذلك فإن معظم المبحوثين يتأثرون بالشائعات بشكل أو بآخر، فقد حصلت عبارة (كثرة الشائعات حول استمرار الأزمة والحرب في البلاد تسبب لي الإحباط والخوف وتدفعني للتفكير جديا في مغادرتها) على المرتبة الثانية وبوزن نسبي

بلغ (٧٩.٨%) وهذا يوضح أحد الأبعاد النفسية السلبية لتأثير الشائعات على الشباب اليمني أفراد عينة الدراسة، وبنفس الوزن النسبي نجد عبارة (أتفاعل بما يتردد من أخبار حول تسوية سياسية قريبة لإنهاء الحرب في اليمن)، وتدل العبارتان على أن الشباب رغم استيعابه أن الشائعة قد تكون مجرد أكاذيب وأخبار مشكوك بها إلا أنه يتأثر بها؛ مما يشير إلى أنه يميل لتصديقها ضمنيا، وهذا ما يتناقض مع ما أظهرته النتائج سابقا من مستوى وعي مرتفع بمفهوم الشائعة، ولكن يمكن تفسير ذلك وإرجاعه إلى طبيعة الشائعات في فترة الأزمات، حيث ينزع الجمهور إلى تصديق أي معلومه تسد فجوة الحاجة المعرفية لديه وتنهي حالة التوتر والقلق التي يعاني منها، خاصة في ظروف الصراعات والحرب. ومن خلال الجدول الآتي أوضحت العينة أهم تأثيرات الشائعات عليهم في ظل الظروف الاستثنائية التي تعيشها البلاد.

هـ) تأثير الشائعات على الشباب اليمني

جدول (١٠) أبرز تأثيرات الشائعات المنتشرة في المواقع الإلكترونية حول مجريات الأحداث في اليمن من وجهة نظر العينة

تأثير الشائعات / التكرار والنسبة		التكرار	النسبة
١	تلبي حاجتي من المعلومات حول موضوعات مهمة	١١٤	٩.٥
٢	تعطيني الإحساس بالأمل والتفاؤل	١٢٤	١٠.٤
٣	تشوه صورة الآخرين لدي	١٧٨	١٤.٩
٤	تحرضني على القيام بفعل ما	٩٠	٧.٥
٥	تشيع الكراهية لديّ تجاه أطراف محددة وشخصيات معينة	٢٠٠	١٦.٧
٦	تشعرني بالرعب والخوف من المستقبل	٢١٥	١٧.٩
٧	تشعرني بالإثارة والتسلية	١٠٣	٨.٦
٨	تسبب لي حالة من الارتباك والقلق	١٧٤	١٤.٥
الإجمالي		**١١٩٨**	**١٠٠**

*ملاحظة: السؤال يتيح للمبحوثين اختيار أكثر من بديل في الإجابات.

يوضح الجدول السابق تأثيرات الشائعات المنتشرة في المواقع الإلكترونية حول الأحداث الجارية في اليمن، وقد جاءت التأثيرات السلبية في المراتب الأولى؛ حيث جاءت عبارتا (تشعرني بالرعب والخوف من المستقبل وتشيع الكراهية لدي تجاه أطراف محددة) في الترتيب الأول والثاني بنسبة (١٧.٩% و١٦.٧%) على التوالي، وهذا ما يشير إلى خطورة ما تبثه المواقع الإلكترونية من أخبار، وما تسببه من قلق وتوتر لدي الشباب لدرجة الخوف من المستقبل. كما نلاحظ أن التأثيرات الإيجابية للشائعات لدى أفراد العينة جاءت في المراتب الأخيرة؛ حيث جاءت عبارتا (تلبي حاجتي من المعلومات حول موضوعات مهمة و تشعرني بالإثارة والتسلية) في مرتبة متدنية جدا لتأثير الشائعات على الشباب اليمن وبنسبة (٩.٥% و ٨.٦%) على التوالي،

ويرى الباحثان أن هذه النتائج تؤكد أن الشباب عينة الدراسة ترى أن الشائعات إجمالا ذات طبيعة وتأثير سلبي على مستوى الفرد والمجتمع، خاصة في ظل الأزمة والحرب التي تعيشها البلاد.

نتائج اختبار الفروض

الفرض الأول

توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدام الشباب للإنترنت ومستوى وعيهم بالشائعات الالكترونية حول مجريات الأحداث في اليمن.

جدول (١١) العلاقة بين معدل استخدم الشباب للإنترنت ومستوى وعيهم بالشائعات

الوعي بالشائعات	استخدام الانترنت		
	قيمة معامل الارتباط	مستوى الدلالة	
الوعي بالمفهوم والأسباب	٠.٠١٥	٠.٧٦١	غير دال إحصائياً
الوعي بالشائعات حول أحداث اليمن	-٠.٠١٨	٠.٧١٨	غير دال إحصائياً
الوعي الكلي	٠.٠٠٢	٠.٩٦١	غير دال إحصائياً

تشير بيانات الجدول السابق إلى عدم وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدام الشباب للإنترنت ومستوى وعيهم بالشائعات الالكترونية حول مجريات الأحداث في اليمن على المستويات الثلاثة (مستوى الوعي بمفهوم وأسباب الشائعات، ومستوى الوعي بالشائعات حول الأحداث الجارية باليمن، ومستوى الوعي الكلي بالشائعات) حيث جاء مستوى الدلالة أعلى من (٠.٠٠٥) في المستويات الثلاثة، وتؤكد هذه النتيجة أن استخدام الشباب للإنترنت بتطبيقاته المختلفة لم يكن ذا تأثير حقيقي في رفع مستوى وعيهم بالشائعات والوعي العام رغم ما تتمتع به هذه الوسيلة من إمكانيات عالية بوصفها وسيطا للمعرفة والثقافة وتدعيم الوعي، ويمكن تفسير ذلك بطريقة استخدام الشباب للإنترنت واكتفائهم بمواقع التواصل الاجتماعي كالواتس أب والفيس بوك التي لا يمكن اعتبارها أوعية حقيقية مسئولة للمعلومات وللمعرفة والأخبار.

الفرض الثاني

توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدام الشباب للانترنت ودرجة تفاعلهم مع الشائعات الالكترونية حول مجريات الأحداث في اليمن.

جدول (١٢) العلاقة بين معدل استخدم الشباب للإنترنت ودرجة تأثرهم وتفاعلهم بالشائعات

التفاعل مع الشائعات	استخدام الإنترنت		
	قيمة معامل الارتباط	مستوى الدلالة	
التفاعل الوجداني (التأثر بالشائعة)	-٠.١٢٧	٠,٠١١	دال إحصائيا علاقة عكسية
التفاعل السلوكي مع الشائعات	٠,٠٢٠	٠.٦٩٥	غير دال إحصائيا

تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية عكسية بين معدل استخدام الشباب للإنترنت والتفاعل الوجداني (درجة التأثر) بالشائعات، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (−٠.١٢٧) عند مستوى معنوية (٠.٠١١).

أي أنه كلما زاد استخدام الشباب للإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي قل تأثرهم بالشائعات الإلكترونية خاصة فيما يتعلق بمجريات الأحداث في اليمن وأخبار الحرب والصراعات، وهذه النتيجة تؤكد ما توصل إليه الجدول (٣) من أن السبب يرجع لعزوف الشباب عن الاهتمام بمتابعة أخبار تلك الأحداث، بالإضافة لافتقاد الشعور بمصداقية مصادر تلك الشائعات، خاصة أن النتائج في هذه الدراسة أظهرت أن الشباب اليمني يتمتع بإدراك وتمييز جيد للشائعات، وهذا ما يفسر الارتباط العكسي الدال بين معدل استخدام الإنترنت ودرجة تأثر الشباب بالشائعات الإلكترونية.

وكذلك ما يفسر أيضا النتيجة الثانية في الجدول والتي أشارت إلى عدم وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدام الشباب للإنترنت ودرجة التفاعل (السلوكي) مع الشائعات، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (٠.٠٢٠) عند مستوى معنوية (٠.٦٩٥).

الفرض الثالث

توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين درجة الاعتماد على الإنترنت بوصفها مصدرا للمعرفة حول مجريات الأحداث في اليمن ومستوى وعيهم بالشائعات حول الأحداث الجارية باليمن.

جدول (١٣) العلاقة بين درجة اعتماد الشباب على الإنترنت ومستوى وعيهم بالشائعات

الوعي بالشائعات	درجة الاعتماد على الإنترنت		
	قيمة معامل الارتباط	مستوى الدلالة	
الوعي بالمفهوم والأسباب	٠.٠٨٠	٠.١١١	غير دال إحصائيا
الوعي بالشائعات حول أحداث اليمن	٠.١١٩	٠.٠١٧	دال إحصائيا
الوعي الكلي	٠.١٠٣	٠.٠٤٠	دال إحصائيا

تشير بيانات الجدول السابق إلى عدم وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين درجة الاعتماد على الإنترنت بوصفها مصدرا للمعرفة حول ما يجري في اليمن من أحداث ومستوى وعيهم بمفهوم وأسباب الشائعات.

كذلك يشير الجدول إلى وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين درجة الاعتماد على الإنترنت بوصفها مصدرا للمعرفة حول ما يجري في اليمن من أحداث ومستوى الوعي بالشائعات حول تلك الأحداث، وقد ظهرت العلاقة دالة وإيجابية فيما يخص الوعي الكلي، وهذه النتيجة منطقية كما يرى الباحثان، فخلال ما يقارب خمس سنوات منذ بدء الحرب (وربما قبل ذلك منذ بداية ثورة الشباب وبدء تأزم أوضاع اليمن في العام ٢٠١١) تم ضخ الساحة بكم هائل من الشائعات والأخبار الكاذبة من قبل أطراف

الصراع ضد بعضها، إلا أن الجماهير المتعطشة للمعرفة حول حقيقة ما يجرى من أحداث سرعان ما كانت تكتشف زيف كثير من تلك الأخبار والمضامين، وهذا ما يفسر ارتفاع مستوى الوعي العام لدى الشباب بالشائعات حول مجريات الأحداث والصراع في اليمن كلما زاد اعتماده على الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي.

الفرض الرابع

توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين مستوى التفكير النقدي للشائعات لدى المبحوثين ومستوى وعيهم بالشائعات حول الأحداث الجارية باليمن.

جدول رقم (١٤) العلاقة بين مستوى التفكير النقدي للشائعات لدى المبحوثين ومستوى وعيهم بالشائعات

الوعي بالشائعات	مستوى التفكير النقدي		
	قيمة معامل الارتباط	مستوى الدلالة	
الوعي بالمفهوم والأسباب	٠.٢٣٢	٠.٠٠١	دال إحصائياً
الوعي بالشائعات حول أحداث اليمن	٠.٢١٨	٠.٠٠١	دال إحصائياً
الوعي الكلي	٠.٢٤٤	٠.٠٠١	دال إحصائياً

تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين مستوى التفكير النقدي للشائعات لدى المبحوثين ومستوى وعيهم بالشائعات على المستويات الثلاثة (مستوى الوعي بمفهوم وأسباب الشائعات، ومستوى الوعي بالشائعات حول الأحداث الجارية باليمن، ومستوى الوعي الكلي بالشائعات)، وهذا يتفق مع فرض نظرية انتقال الشائعات (الإطار النظري لهذه الدراسة)، فرفع مهارات التفكير الناقد لدى الشباب يساعد على زيادة الوعي بكيفية التعامل الإيجابي مع الشائعات وعدم الوقوع ضحية للأخبار الكاذبة أو المضامين المفبركة، خاصة في ظل الحرب والصراع والظروف المتأزمة التي تعيشها اليمن، حيث نشطت فيها مطابخ الشائعات والذباب الإلكتروني التي أصبحت تعمل لصالح بعض أطراف الصراع بمنهجية عالية لتزييف وعي الجماهير– وخاصة الشباب– واستقطابها للتوجهات التي تخدم مصالحها التي قد تؤدي لانهيار البلاد، فتدعيم مهارات التفكير الناقد إجراء لتحصينهم من تأثيرات الشائعات الإلكترونية، ولأهمية متغير التفكير النقدى بوصفه متغيرا وسيطا يمكن دراسة تأثيره في العلاقة بين متغير الاعتماد (متغير مستقل مؤثر كما أظهرت نتيجة اختبار الفرض الرابع) على متغير مستوى الوعي (متغير تابع)، ويظهر ذلك من خلال دراسة الفرض الآتي.

الفرض الخامس

يؤثر مستوى التفكير النقدي على شدة العلاقة بين درجة اعتماد المبحوثين على الإنترنت بوصفها مصدرا للمعرفة بالأحداث ومستوى وعيهم بالشائعات

جدول (١٥) تأثير التفكير النقدي على العلاقة بين درجة اعتماد المبحوثين على الإنترنت ومستوى وعيهم بالشائعات

الوعي بالشائعات	درجة الاعتماد على الإنترنت بوصفها مصدرا لمعرفة الأحداث الجارية في اليمن					
	الارتباط الصفري بين درجة الاعتماد والوعي بالشائعات	مستوى الدلالة	الارتباط الجزئي عند ضبط متغير التفكير النقدي	مستوى الدلالة	الارتباط المتعدد بعد إدخال متغير التفكير النقدي	مستوى الدلالة
الوعي بالمفهوم والاسباب	٠.٠٨٠	٠.١١١	٠.٠٤٧	٠.٣٥٣	٠.٢٣٧	٠.٠٠١
الوعي بالشائعات حول أحداث اليمن	٠.١١٩	٠.٠١٧	٠.٠٩٠	٠.٠٧٣	٠.٢٣٥	٠.٠٠١
الوعي الكلي	٠.١٠٣	٠.٠٤٠	٠.٠٦٩	٠.١٧١	٠.٢٣٦	٠.٠٠١

ولمعرفة تأثير مستوى التفكير النقدي على شدة العلاقة بين درجة الاعتماد على الإنترنت بوصفها مصدرا للمعرفة حول الأحداث ومستوى وعي المبحوثين بالشائعات، تم حساب معامل الارتباط الصفري بين درجة الاعتماد ومستوى الوعي بالشائعات وثبت وجود علاقة بين درجة الاعتماد ومستوى الوعي بالشائعات في اليمن، وكذلك بين درجة الاعتماد ومستوى الوعي الكلي بالشائعات، فيما لم يثبت وجود علاقة بين درجة الاعتماد ومستوى الوعي بمفهوم الشائعة وأسبابها.

كما تم حساب معامل الارتباط الجزئي بين متغيري (درجة الاعتماد على الإنترنت ومستوى الوعي بالشائعات) مع تثبيت متغير التفكير النقدي، وقد ثبت عدم وجود علاقة بين المتغيرين، وعند إدخال متغير التفكير النقدي وحساب الارتباط المتعدد بين (درجة الاعتماد على الإنترنت ومستوى التفكير النقدي ومستوى الوعي بالشائعات) ارتفعت العلاقة الطردية بين درجة الاعتماد على الإنترنت ومستوى الوعي بمفهوم وأسباب الشائعات من (٠.٠٨٠) إلى (٠.٢٣٧**) وأصبحت دالة إحصائيا عند مستوى معنوية أقل من ٠.٠٥، بعد إن كانت غير دالة إحصائيا، كما ارتفعت العلاقة الطردية بين درجة الاعتماد على الإنترنت ومستوى الوعي بالشائعات حول الأحداث الجارية في اليمن من (٠.١١٩*) إلى (٠.٢٣٥**) وأصبحت دالة إحصائيا عند مستوى معنوية أقل من ٠.٠١، وأيضا ارتفعت العلاقة الطردية بين درجة الاعتماد على الإنترنت ومستوى الوعي الكلي بمفهوم الشائعات من (٠.١٠٣*) إلى (٠.٢٣٦**) وأصبحت دالة إحصائيا عند مستوى معنوية أقل من ٠.٠١.

وهذا يؤكد أن دخول متغير التفكير النقدي قد رفع شدة العلاقة طرديا بين درجة الاعتماد على الإنترنت بوصفها مصدرا للمعرفة بالأحداث وبين مستوى وعي المبحوثين بالشائعات على المستويات الثلاثة (مستوى الوعي بمفهوم وأسباب الشائعات، ومستوى الوعي بالشائعات حول الأحداث الجارية باليمن، ومستوى الوعي الكلي بالشائعات).

الفروق بين المبحوثين وفقا للمتغيرات الديمغرافية

لم تظهر الاختبارات الإحصائية فروقا ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين من الشباب اليمني وفقا للمتغيرات الديموغرافية (النوع– السن– التعليم– المستويين الاقتصادي والاجتماعي)، باستثناء الحالات الآتية:

- تأثير متغير النوع: وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في متغيري (التفاعل الوجداني والتفاعل السلوكي مع الشائعة)، وجاءت الفروق لصالح الذكور الذين ظهروا أكثر تفاعلا مع الشائعات الإلكترونية وجدانيا وسلوكيا، ويمكن تفسير ذلك بكون الشباب أكثر نشاطا في استخدام الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي، والأكثر اهتماما بالشؤون السياسية ومتابعة الأحداث.
- تأثير متغير العمر: وجود فروق ذات دلالة إحصائية في التفاعل الوجداني (درجة التأثر) مع الشائعة بين الفئة العمرية (١٨ إلى أقل من ٢٥) والفئة (من ٢٥ لأقل من ٣٠ سنة) وجاءت الفروق لصالح الفئة (من ٢٥ لأقل من ٣٠ سنة) وفقا للاختبار البعدي أقل الفروق معنوية (LSD)، ويمكن أن يُفسر ذلك بكون الفئة العمرية (من ٢٥سنة لأقل من ٣٠ سنة) أكثر نضجا واهتماما بالشأن العام ومتابعة مجريات الأحداث.
- تأثير متغير المستوى الاقتصادي والاجتماعي: وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين في التفاعل الوجداني مع الشائعة وفقا لمتغير المستوى الاقتصادي والاجتماعي، وجاءت الفروق لصالح أصحاب الدخل المرتفع.

نتائج الدراسة ومناقشتها

حاولت الدراسة الحالية التركيز على دراسة ظاهرة الشائعات الإلكترونية في ظل الأزمات، بالتطبيق على الأحداث في اليمن التي تشهد صراعا وحربا، لدى الشباب الشريحة الأكثر استخداما للوسائط الاتصالية الحديثة؛ حيث سعت إلى معرفة العلاقة بين استخدام الشباب اليمني لشبكة الإنترنت بمختلف تطبيقاتها ومستوى الوعي بالشائعات المنتشرة حول الأحداث التي تجري في اليمن، وقد خلصت الدراسة إلى حصول الإنترنت بتطبيقاته المختلفة على المرتبة الأولى بين وسائل الاتصال التي يعتمد عليها الشباب اليمني في معرفة الأحداث في اليمن بوزن نسبي بلغ (٧٢.٤%) وهذا بشكل عام، كما حصل تطبيق "الواتس أب" بشكل خاص على المرتبة الأولى بين مجموعة التطبيقات التي يتابع أفراد العينة من خلالها مجريات الأحداث في اليمن، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة الرواس، والحايس (٢٠١٦) التي كشفت أن التطبيق الأكثر متابعة من قبل العينة وكذلك نشرا للشائعات في المجتمع العماني كان تطبيق الواتس أب.

وعلى الرغم مما تشير إليه الكثير من الدراسات، كدراسة سلمان (٢٠١٧) من أن المجتمعات التي تعيش ظروفا سياسية متوترة وصراعات تتصدر دوما الشائعات السياسية والاجتماعية، فإن الدراسة الحالية

أشارت إلى أن الموضوعات الاقتصادية، وقضايا انقطاع الرواتب، وانهيار العملة، وارتفاع الأسعار، أصبحت أكثر الأمور التي تشغل الشباب والجمهور اليمني عموما بعد أن طال أمد الحرب لقرابة خمس سنوات، وهذا ما اتفقت عليه مع دراسة الحايس، والرواس (٢٠١٧) التي تصدرت فيها الشائعات الاقتصادية قائمة الموضوعات التي تنشر الشائعات.

كما أظهرت النتائج أيضا أن الشباب اليمني يتمتع بمستوى وعي جيد للشائعات الإلكترونية المتعلقة بمجريات الأحداث في اليمن، وهذا يظهر أن الساحة الإلكترونية خلال سنوات الحرب في اليمن كانت تضخ كما هائلا من الشائعات من قبل أطراف الصراع التي استخدمتها بوصفها إحدى أدواتها الأساسية، والتي كانت تظهر حقيقتها في وقت لاحق؛ مما خلق نوعا من الوعي والفهم وربما الحصانة لدى الشباب بالشائعات وأشكالها والأطراف المروجة لها. وهذه النتيجة المهمة تشير إلى أنه كلما زاد استخدام الشباب للإنترنت وتعرضهم لمضامين غير مؤكدة يتضح مع الوقت أنها أكاذيب أو غير حقيقية يزيد قدرتهم على تمييز مضامين الشائعات؛ وبالتالي ترتفع اتجاهاتهم الإيجابية في التعامل معها.

وقد دعمت النتائج افتراض نظرية انتقال الشائعات؛ حيث تفترض أن الأشخاص الذين يمتلكون معرفة وخبرة شخصية عن الشائعة وتفكيرا نقديا أقل عرضة لقبول الشائعات، بعكس الأشخاص الذين لا يمتلكون قدرات ناقدة؛ مما يجعلهم أكثر عرضة لقبول الشائعة؛ حيث أكدت النتائج وجود علاقة ارتباطية طردية بين مستوى التفكير النقدي للشائعات لدى المبحوثين ومستوى وعيهم بالشائعات على المستويات الثلاثة، أي أنه كلما ارتفع مستوى التفكير النقدي زاد وعي الشباب بالشائعات؛ وبالتالي قلّ قبولهم لها. كما أسهم متغير التفكير النقدي في زيادة شدة العلاقة الطردية بين درجة الاعتماد على الإنترنت بوصفها مصدرا للمعرفة بالأحداث وبين مستوى وعي المبحوثين بالشائعات على المستويات الثلاثة (مستوى الوعي بمفهوم وأسباب الشائعات، ومستوى الوعي بالشائعات حول الأحداث الجارية باليمن، ومستوى الوعي الكلي بالشائعات).

وبشكل عام؛ أكدت نتائج الدراسة أن الإنترنت وتطبيقاتها المختلفة عملت على نشر الشائعات لدى أفراد العينة؛ لأنها أصبحت المصدر الأسرع والمتاح في نقل الأحداث خاصة في أوقات الأزمات، وقد اتفقت هذه النتيجة مع دراسة أكحيل (٢٠١٥) التي خلصت إلى أن المواقع الإخبارية الإلكترونية تسهم في نشر أخبار الشائعات وفقا لآراء الصحفيين الأردنيين.

التوصيات

التأكيد علي جانب مواجهة الشائعات الإلكترونية من خلال وضع استراتيجية حكومية منظمة تضبط كل من يقوم بنشر الأكاذيب ومعاقبته سواءً كانوا أفرادا أو جهات أو مؤسسات من خلال تنظيم قانون يضبط التجاوزات في هذا الجانب، بالإضافة إلى العمل على تنمية وعي الجماهير بالشائعات وخطورتها على المجتمع.

فيما يخص الجامعات والمراكز البحثية المتخصصة ذات العلاقة: الاهتمام بالتركيز على الدراسات الإعلامية والاجتماعية لظاهرة الشائعات الإلكترونية وقياس تأثيراتها النفسية والفكرية والاجتماعية على الجمهور اليمني وجمهور الشباب خصوصا الذي ظهر أكثر استخداما للإنترنت وتطبيقاتها المختلفة خاصة في أوضاع الأزمات والصراعات.

الاهتمام بتدعيم التفكير النقدي لدى الجمهور اليمني وخاصة الشباب، ويفضل أن تبني هذه المهارة منذ الطفولة لدى الأفراد في التعليم الأساسي في المدارس ثم التعليم الجامعي؛ من خلال إدراج مقررات التربية الإعلامية التي تساعد في تنمية مهارات الطلاب في هذا الجانب، وتدعيم الجانب القيمي في أهمية المصداقية والدقة في نشر أي معلومات قد تمس الأفراد أو تضر المجتمع ووحدته وسيادته ومستقبل أجياله.

فيما يخص المؤسسات الإعلامية: تطوير الأداء المهني بجعل محتوى الرسالة الإعلامية متضمنا الأدلة والبراهين التي تؤكد صدقها لتفرق بينها وبين الشائعة، وسرعة مواكبة الأحداث بالأخبار الصحيحة لتزيل الغموض وتوضح الحقائق، حتى لا يلجأ المتلقي للحصول على المعلومات من مصادر غير موثوق بها.

تفعيل الوجود الإلكتروني في مواجهة الشائعات والرد عليها بمركز أو مراكز معلومات متخصصة، وإنشاء موقع إلكتروني وحسابات على مواقع التواصل للمركز، مهمتها تفنيد الشائعات، وتوضيح الحقائق؛ ومواكبة سرعة انتشار الشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي.

ما يثيره البحث من دراسات مستقبلية

- الشائعات في المواقع الإخبارية اليمنية: دراسة تحليلية لقضية الصراع في اليمن.
- الشائعات الإلكترونية وعلاقتها بمعارف واتجاهات الجمهور اليمني نحو الأوبئة الصحية.
- الاتجاهات البحثية الحديثة في دراسة شائعات الإنترنت.
- شائعات كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي واتجاهات الجمهور اليمني نحوها دراسة تطبيقية.

المراجع

Allport, Gordon, and Postman, Leo. 1947. *The Psychology of Rumor*. New York: Henry Holt and Company. https://onlinelibrary.wiley.com/doi/

Anthony, Susan. 1973. “Anxiety and Rumor.” *The Journal of Social Psychology* 89(1): 91-98.

Bharosa, Nitesh, Janssen Marijn, Rao Raphav and Lee Jinkyu. 2008. “Adaptive Information Orchestration: Architectural Principles Improving, Information Quality.” in Proceedings of the 5th International ISCRAM Conference. USA: Washington, DC., May: 556-565.

Bloch, Francis, Gabrielle Demange, and Rachel Kranton. 2018. "Rumors and social networks." *International Economic Review* 59 (2): 421-448.

Buckner, H. Taylor. 1965. “A Theory of Rumor Transmission.” *The Public Opinion Quarterly* 29(1): 54-70.

Curran, Patrick J., Stephen G. West, and John F. Finch. 1996. "The robustness of test statistics to nonnormality and specification error in confirmatory factor analysis." *Psychological Methods* 1(1): 16-29.

Dayani, Raveena, Chhabra Nikita, Kadian Taruna and Kaushal Rishabh. 2015. “Rumor detection in twitter: An analysis in retrospect.” In 2015 IEEE International Conference on Advanced Networks and Telecommuncations Systems (ANTS): 1-3.

Festinger, Leon. 1957. *A Theory of Cognitive Dissonance.* Stanford, CA: Stanford University Press.

Garrett, R. Kelly. 2011. "Troubling consequences of online political rumoring." *Human Communication Research* 37(2): 255-274.

Hair, Joseph F., Black William C. Babin Barry. J. and Anderson Rolph E. 2014. *Multivariate Data Analysis.* Seventh Edition. USA: Pearson Education Limited.

Kelley, Stephanie R. 2004. “Rumors in Iraq: A Guide to winning hearts and minds”. Master’s Thesis, Naval Postgraduate School, Monterey, California.

Koidl, Kevin, and Tara Matthews. 2017. "Measuring Impact of Rumorous Messages in Social Media." http://ceur-ws.org/Vol-2041/paper5.pdf.

Laudy, Claire. 2017. “Rumer detection on Social Media during Crisis Manegement.” in 14th International Conference on Information Systems for Crisis Response and Management. France: Albi, May. https://www.researchgate.net/publication/318463124

Leberecht, Ti. 2010. "Twitter Grows Up in Aftermath of Haiti Earthquake." CNET News, January 19. https://www.cnet.com/news/twitter-grows-up-in-aftermath-of-haiti-earthquake/.

Li, Jessica, and Raghav Rao. 2010. "Twitter as a rapid response news service: An exploration in the context of the 2008 China earthquake." *The Electronic Journal of Information Systems in Developing Countries* 42(1): 1-22.

Mustafaraj, Eni, and P. Takis Metaxas. 2010. "From obscurity to prominence in minutes: Political speech and real-time search." Web Science Conference. USA: Raleigh, NC.

Oh, Onook, Manish Agrawal, and H. Raghav Rao. 2013. "Community intelligence and social media services: A rumor theoretic analysis of tweets during social crises." *MIS Quarterly* 37 (2): 407-426.

Rosnow, Ralph L., and Gary A. Fine. 1976. *Rumor and gossip: The social psychology of hearsay.* New York: Elsevier.

Shibutani, Tamotsu. 1966. *Improvised News: A Sociological Study of Rumor*. Indianapolis: Ardent Media.

Silverman, Craig. 2015. Lie, Damn Lies and Viral Content. Academic commons, Columbia University. https://academiccommons.columbia.edu/doi/10.7916/D8Q81RHH.

Vosoughi, Soroush. 2016. *Twitter’s Role In Rumors Propagation Among American Undergraduates: An Exploration.* PhD Thesis, Massachusetts Institute of Technology: Massachusetts.

Wang, Ping, Yixia Hu, and Qiao Li. 2020. "The Trust-Building Process in the Social Media Environment of Rumour Spreading." Companion of the 2020 ACM International Conference on Supporting Group Work, USA: Sanibel Island, FL.

Wenger, Dennis E., and Barbara Jill Friedman. 1986. "Local and national media coverage of disaster: A content analysis of the print media's treatment of disaster myths."*International Journal of Mass Emergencies and Disasters* 4 (3): 27-50.

إبراهيم، محمد أنور. ٢٠٠٦. التفكير الناقد وقضايا المجتمع المعاصر. القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية.

أكحيل، رضا عيد حموده. ٢٠١٥. "الشائعات في المواقع الإخبارية الأردنية وتأثيرها في نشر الأخبار من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين". رسالة ماجستير غير منشورة . جامعة الشرق الأوسط، كلية الإعلام، عمان.

أولبورت، جوردن، وبوستمان، ليوبو. ١٩٦٤. سيكولوجية الإشاعة. ترجمة صلاح مخيمر وعبده ميخائيل القاهرة: دار المعارف المصرية.

الجهاز المركزي للإحصاء. ٢٠١٣. كتاب الإحصاء السنوي. فصل السكان، النتائج النهائية لتعداد السكان.

حجاب، محمد منير. ٢٠٠٥. الحرب النفسية قديما وحديثا. القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.

حجاب، محمد منير. ٢٠١٠. نظريات الاتصال. القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.

حسن، خالد صلاح الدين. ٢٠١٠. "اتجاهات الرأي العام المصري نحو ثنائية الإعلام والشائعات: في إطار التحليل الاجتماعي لمحددات الوعي الإعلامي". مؤتمرات كلية الإعلام. متاح على الرابط:
http://erepository.cu.edu.eg/index.php/MC-Conf/article/view/5405

الداغر، مجدى. ٢٠١٥. "دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الوعي بخطورة الشائعات لدى الجمهور وانعكاساتها على الأزمات الاقتصادية في مصر". مؤتمر إدارة الأزمات في الوطن العربي – الواقع والتحديات .الجزائر: جامعة أحمد درابة ادرار.

دعاك، انتصار موسى. ٢٠١٧. الشائعات الإلكترونية وتأثيرها على الرأي العام: دراسة ميدانية على عينة من الجمهور السعودي بمنطقة جازان. رسالة ماجستير. جامعة جازان، كلية الآداب والعلوم الإنسانية.
https://jssa.journals.ekb.eg/article_20766_ba5fbbf77bc21f93de1d236fa2f688b4.pdf

رايح، صادق. ٢٠١٤. "التفكير النقدي في عقلية التعامل مع الشائعات على الشبكات الاجتماعية". المؤتمر الدولي للإعلام والشائعة . المخاطر الاجتماعية وسبل المواجهة، السعودية: جامعة الملك خالد.

الرواس، أنور محمد، والحايس، عبد الوهاب. ٢٠١٦. "وسائل التواصل الاجتماعي وعلاقتها بانتشار الشائعات في المجتمع العماني: دراسة استطلاعية للأنماط وعوامل الانتشار". حوليات آداب عين شمس، مج٤٤: ٤٠١ – ٤٤٣.

زغيب، شيماء ذو الفقار. ٢٠٠٩. مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية. الطبعة الأولى، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.

سبأ نت. ٢٠١٩. تقرير حول خدمة الاتصالات وتقنية المعلومات في اليمن، الجمهورية اليمنية.
http://www.saba.ye/ar/news

سلمان، أحمد حسن. ٢٠١٧. "شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في نشر الشائعات من وجهة نظر هيئة التدريس في جامعة ديالى" . رسالة ماجستير غير منشورة. جامعة الشرق الأوسط: كلية الإعلام.

الشريف، رانيا عبد الله . ٢٠١٤ . "دور شبكات التواصل في انتشار الشائعات"، مقدم إلى مؤتمر الإعلام والإشاعة ـ المخاطر المجتمعية وسبل المواجهة، جامعة الملك خالد: كلية العلوم الإنسانية، قسم الإعلام والاتصال.

الكرناف، رائد بن حزام .٢٠١٤. تصور استراتيجي لمكافحة الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي بالمملكة العربية السعودية: تويتر نموذجا، رسالة ماجستير. الرياض: جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية.

متولي، لوجين محمد. ٢٠١٧. "الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالاتجاهات السياسية لدى الشباب المصري". رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتليفزيون.س