

ورقة عمل بعنوان:

"الشائعات ودور الصحفيين في التعامل معها"

مقدمة للندوة العلمية التي نفذتها مؤسسة أرض السلام للإعلام والتنمية الإنسانية
والحقوقية بسيئون، تحت عنوان:

"الشائعات أثناء النزاعات.. وتعاطي الإعلاميين معها"

يوم 17 يوليو 2021

إعداد الباحث:

عبدالله سالم باخريصة

محاضر بقسم الصحافة والإعلام - جامعة حضرموت

باحث دراسات عليا بمعهد الصحافة وعلوم الإخبار - تونس

الشائعات ودور الصحفيين في التعامل معها

مقدمة:

بعد انتشار استخدام منصات التواصل الاجتماعي من قبل المستخدمين الأفراد ومؤسسات الصحافة والميديا تغيرت الكثير من الأبعاد الصحفية، وتوازت مع هذا الانتشار توسع دائرة انتشار الشائعات على مستوى البلد الواحد أو على مستوى البلدان باختلافها وترامي أطرافها.

وتعتبر الشائعات من الأخطار المحدقة بمهنية العمل الصحفي وإقلاق مصداقية الخبر وكافة الفنون الصحفية الأخرى، حيث من خلالها يمكن للصحفي أو المؤسسة الصحفية من اكتساب أو فقد فئة واسعة من الجمهور المتلقي، فحين يلتزم الصحفي أو المؤسسة الصحفية بعملية التأكد من المعلومة أو الصورة أو الفيديو الخاص بالشائعة وعدم التسرع بالنشر منذ تلقيه تلك المادة، فإن الجمهور لا شك بأنه ستزداد ثقته وتدرجياً سيزداد الجمهور المؤمن بمصداقية ذلك الصحفي أو المؤسسة الصحفية، أما إن كان الأمر عكس ذلك فإنه سينعكس سلباً، مما يؤدي إلى نفور الجمهور وتقلص عدده.

وبرزت مؤخرًا مع انتشار الشائعات بشكل أوسع مع انتشار منصات التواصل الاجتماعي، إشكالية تحتاج إلى بحوث معمقة، تحدد في دور تلك الشائعات في ثبات قيم الخبر الصحفي ودور الصحفيين أيضًا في كيفية التعامل معها، وما الأدوات التي يمكن استخدامها لتعريف المتلقي بحقيقة المعلومات أو الصور أو الفيديوهات الواردة إلى الصحفي أو مؤسسته الصحفية، إلى جانب دور السياسيين في استخدام الشائعات وتوظيفها في تمرير الكثير من الرسائل في محاولة لكسب وتأييد الرأي العام المحلي أو الدولي.

وتتلخص ورقة العمل هذه حول موضوع "الشائعات ودور الصحفيين في التعامل معها" وهي ورقة منجزة لندوة "الشائعات أثناء النزاعات.. وتعاطي الإعلاميين معها"، التي نفذتها مؤسسة أرض السلام للإعلام والتنمية الإنسانية والحقوقية بسيئون.

وتشمل في بداية عرضها تعريفات عن الشائعات من الناحية اللغوية والاصطلاحية، بالإضافة إلى مصطلح الصحفي وتعريفاته القانونية اليمينية الدولية، ثم تتناول نشأة وتاريخ الشائعات عبر أزماتها حتى وصولها إلى الصحافة وتعمقها في وسائل الصحافة والميديا.

تشتمل الورقة أيضًا على تسليط الضوء على بعض البيئات التي تساعد على انتشار الشائعات فيها وعواملها الأساسية التي تعطيها صفة الشائعة لتمييزها عن صفات الخبر، بعدها تم سرد بعض الأمثلة عن الشائعات التي وردت في بعض الأخبار أو المنضوية تحت الصور أو مقاطع الفيديو.

وختُمت هذه الورقة بتناول محور عن أدوات يمكن للصحفي التعامل من خلالها مع الشائعات، لإيضاح صدق معلوماتها أو صورها أو مقاطع الفيديو الواردة فيها، لتبيين صحتها أو عدم صحتها للجمهور المتلقي.

تعريفات:

قبل الحديث في هذه الورقة عن دور الصحفيين في التعامل مع الشائعات وكيفية مواجهتها خاصة بعد انتشارها بشكل كبير توازيًا مع انتشار منصات التواصل الاجتماعي، لا بد علينا أولاً من التطرق إلى تعريفات بعض المصطلحات الأساسية والهامة في موضوع ورقتنا لهذه الندوة، ومن أهم هذه المصطلحات:

الشائعات:

الشائعات هي جمع شائعة من الفعل الماضي شاع أي ذاع صيته وانتشر، والبعض يطلق عليها الإشاعات وهي جمع إشاعة، وارتبط هذا المصطلح كثيرًا بالصحافة خاصة مع انتشار المعلومات الغير صحيحة البتة عبر وسائل الميديا، وعززتها منصات التواصل الاجتماعي حاليًا، نظرًا لاتساع رقعة مستخدميها وسهولة استخدامها من قبل فئات المجتمع المختلفة.

وقد تناولت بعض البحوث تعريفات مصطلح "الشائعات" من الناحية اللغوية والاصطلاحية، حيث تُعرّف لفظة المفرد "الشائعة" بأنها: الشاعة أي الأخبار المنتشرة، وهي جمع شائع، مادة "شيع"

جاء في لسان العرب لابن منظور: شاع الشيب: انتشر، وشاع الخبر: ذاع، والشاعة الأخبار المنتشرة، ورجل شياح: أي مشياح لا يكتم سرًّا، أما المعجم الوسيط فقد أورد كلمة الشائعة والإشاعة وعرف الإشاعة: بأنها الخبر ينتشر غير مثبت منه، أما الشائعة فهي الخبر ينتشر ولا تثبت فيه. (رضا اكحيل، 2015، ص: 21)

وهذا التعريف يؤكد بأن المصطلح نابع من عملية الانتشار واتساع رقعة الحديث عن أمر دون التأكد من صحته أو ثبوتيته، وهذا الأمر ذكره تعالى في كتابه العزيز عن حادثة الإفك وما حصل فيها من لغط وإشاعة للخبر دون التثبت من صحة معلوماته أو صدقها، قال تعالى في سورة النور، الآية (19): "إِنَّ الَّذِينَ يُحِبُّونَ أَنْ تَشِيعَ الْفَاحِشَةُ فِي الَّذِينَ آمَنُوا لَهُمْ عَذَابٌ أَلِيمٌ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ وَاللَّهُ يَعْلَمُ وَأَنْتُمْ لَا تَعْلَمُونَ".

والشائعة في التعريف الاصطلاحي، فتمه اختلاف حولها، حسب طبيعة العلم الذي يدرس الشائعة أيا كان نوعه، وربما يحدث خلاف حول تعريف الشائعة داخل العلم الواحد باختلاف المنهج المستخدم في الدراسة، وأشهر التعريفات للشائعة ينسب إلى عالم الاجتماع الأمريكي "تي شيبوتاني" (T. Shibutani)، الذي عد الشائعات أخبارًا مرفقة تتولد من نقاش جماعي، وعرفها الباحثان جوردون أولبورت (G.W. Allport)، وليوبوستمان (Leo postman) الشائعة على أنها "كل قضية أو عبارة موضوعية نوعية مطروحة للتصديق، وهي تتداول من فرد إلى آخر بالكلية الشفهية في العادة، دون أن تستند إلى دلائل مؤكدة على صدقها، وتحتوي كل شائعة دائمًا على شيء من الحقيقة". (محمد عبدالرؤف، 2019، ص: 6 - 7).

وعُرِّفت الإشاعة كذلك بأنها المعلومات أو الأفكار التي يتناقلها الناس، دون أن تكون مستندة إلى مصدر موثوق به يشهد بصحتها، أو هي الترويج لخبر مختلق لا أساس له من الواقع، أو يحتوي جزءًا ضئيلًا من الحقيقة، وكذلك إنها كلام مهم أو أفكار عامة، انتشرت بسرعة واعتقد فيها، وليس لها أي وجود أصلي، ومن التعريفات ما يشير إلى أنها ضغط اجتماعي مجهول المصدر، يحيطه الغموض والإبهام، وتحظى من قطاعات عريضة بالاهتمام، ويتداولها الناس لا بهدف نقل المعلومات، وإنما بهدف التحريض والإثارة وبلبلة الأفكار، ويرى البعض أنها معلومة لا يتم التحقق من صحتها ولا من مصدرها، وتنتشر عن طريق النقل الشفهي. (صفاء إبراهيم، 2019، ص: 4).

وترتبط الشائعة طبقاً للتعريفات بأنها تضم معلومات لا أساس لها من الصحة، تناقلها الناس دون التأكد من مصادرها وصحة تلك المصادر، ولذا فإن هذا التناقل يوسع من دائرة الانتشار لتلك المعلومات، بل تصعب فيما بعد السيطرة على ذلك الانتشار، ويتطلب الكثير من الجهود والتقنيات حين المجابهة.

ويُنظر إلى مفهوم "الإشاعة" على أنها معلومات تصدر من شخص أو عدة أشخاص عن بعض الأحداث دون تثبيت أو تأكيد من صحتها رسمياً، ويتم نقلها شفهيًا من شخص إلى آخر أو مكتوبًا عبر وسائل الاتصال، ويتم تداول هذه الشائعات من شخص لآخر أو لمجموعة معينة من الناس في المجتمع عن أحداث ما، حيث تتوافق هذه المجموعة البشرية مع الشائعات من ناحية الاحتياج والاهتمام [...] ومفهوم "شائعات الميديا" هي رسائل معلوماتية صادرة عن شخص أو أكثر حول بعض الأحداث غير المؤكدة رسمياً، والتي تنشأ تلقائياً أو تم إنشاؤها بشكل مصطنع ومضاعف بواسطة تقنيات المعلومات والاتصال الحديثة التي يتم بثها شفهيًا أو مكتوبة عبر وسائل الميديا، ويتم نقلها بشكل أكبر في الكثير من الوظائف المتغيرة التي تعمل منذ لحظة إنشائها حتى التأكيد الرسمي عليها أو رفضها. (Marina R. Zheltukhina وآخرون، ص: 10582).

ويتناقل الناس الشائعات في مجالسهم ولقاءاتهم، حتى أن بعض الشائعات يُسلط عليها الضوء في العديد من وسائل الصحافة والميديا، نظراً لاتساع انتشارها وتداولها على نطاق واسع، وهو الخطأ الذي يقع فيه الكثير من الصحفيين ووسائل الصحافة والميديا، يلزمهم الاعتذار فيما بعد للجمهور المتلقي.

الصحفيون:

الصحفيون هي لفظة جمع للاسم "صحفي"، وقد تغير مفهوم هذا المصطلح بتغير الزمان الذي يعيش ويعمل فيه ذلك الشخص الذي يُطلق عليه هذا المصطلح، بل وتغير المهنة التي يزاولها في هذا الشأن، فالصحفي قديمًا لفظة لا تُطلق على نفس الشخص الذي تُطلق عليه اللفظة اليوم والذي يمارس مهنة الصحافة بأحد أشكالها سواء المكتوبة أو المسموعة أو المرئية.

فَللصَّحْفِيِّ قَدِيمًا كَمَا أوردَه مَوقِعَ المَعَانِي، هُوَ مَنْ يَأْخُذُ العِلْمَ مِنَ الصَّحِيفَةِ لَا عَن أَسْتَاذٍ، أَمَّا الصَّحْفِيُّ مِنَ النَاحِيَةِ القَانُونِيَةِ كَمَا أوردَه ذَاتَ المَوقِعِ فَهُوَ: كُلُّ مَنْ اتَّخَذَ الصَّحَافَةَ مَهْنَةً أَوْ مَورِدًا لِلرِزْقِ وَيَشْمَلُ عَمَلَهُ الكِتَابَةَ فِي المَطبُوعَاتِ الصَّحْفِيَةِ أَوْ مَدَّهَا بِالأَخْبَارِ وَالتَحْقِيقَاتِ وَسَائِرِ المَوَادِّ الصَّحْفِيَةِ مِثْلَ الصُّورِ وَالرِسُومِ وَغَيرِهَا.

وبعد تطور مهنة الصحافة في العالم تضمنت القوانين والداستير المحلية والدولية تعريفات لمصطلح الصحفي للتعريف به وبمهنته، بالإضافة إلى إيضاح الحق في الحصول على المعلومة، كإحدى المهن الحاضرة والمتجددة والمتطورة والمواكبة للزمن والمكان الذي تعمل فيه، وعاد الجدل القائم بين الصحفيين والمتمتهنين للصحافة والعاملين فيها عن تعريف الصحفي، ومن هو الصحفي، فهل الصحفي هو من تلقى العلم التخصصي للصحافة في مرفق صحفي جامعي أو فني وحصوله على شهادة تثبت صفته كصحفي؟ أم هل الصحفي هو الممارس لمهنة الصحافة بغض النظر عن امتلاكه أو حصوله لشهادة في الصحافة؟ وغيرها من التساؤلات التي تعود بين الحين والآخر خاصة مع انتشار المستخدمين لمنصات التواصل الاجتماعي اليوم، ومن هذا المنظور تطرأ صعوبة الإجابة عن من هو الصحفي، إلا أن هذه الجدلية حسمتها الكثير من الدول في وقت سابق بعد وضع القوانين العامة للدولة والتعريف القانوني للمهن ومنتسبها ومنها مهنة الصحافة والصحفيين عبر التشريع ونقابة الصحفيين، لكن هذه التعريفات تحتاج اليوم إلى إعادة نظر في بعضها، خاصة مع انتشار العديد من المصطلحات الحديثة مثل صحافة المواطن والمواطن الصحفي، وكذا وسائل ميديا جديدة كمنصات التواصل الاجتماعي التي لم يعد استخدامها حكرًا على الصحفيين فحسب.

ويبدو من الصعوبة بمكان الاتفاق على تعريف للصحفي اليوم، لكن المشرعين بحاجة إلى الوصول إلى الحد الأدنى من التعريف لأولئك الذي يهيمن على وجوههم في صناعة الرأي عبر المتاهة الأخلاقية بين المحررين والسياسيين، وسيتم القبول بتعريف الشخص الذي لديه مصلحة للتحقيق في الأحداث عبر المراقبة والمقابلات وتقديمها للجمهور بنية النشر وحدها من أجل إشاعة المعلومات، على أنه صحفي، لكن سناتور أميركي يرفض توفير الحماية لجوليان أسانج صاحب ويكيليكس مثلاً؟ مع أنه اليوم يمثل بامتياز صورة «الصحفي المواطن» فهل سيتم الاتفاق بعد ذلك على تعريف معاصر للصحفي؟ سناتور آخر يقر بأن القانون الجديد يجب أن يقدم المساعدة لما سماه بـ«الصحفيين الحقيقيين» أي أولئك الذين يستمدون الأجر من عملهم، لذلك لا يصنف المواطن الصحفي الذي كان خلال السنوات الأخيرة مصدراً سريعاً للأخبار، ضمن من يوفر لهم المساعدة «قانون الحماية» الذي يشرعه حالياً مجلس الشيوخ الأميركي، فهل يمكن استبعاد جيل كامل يمارس الصحافة اليوم بنية النشر المجردة وإشاعة المعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي والمدونات، بصفته شاهداً وصانعاً للخبر عندما يلتقطه بنفس لحظة حدوثه. (كرم نعمة، 2013).

وقد عرف القانون اليمني رقم (25) بشأن الصحافة والمطبوعات الصادر بتاريخ 23 ديسمبر عام 1990 الصحفي بأنه: من يمارس بصفة مستمرة مهنة الصحافة المقرؤة أو المسموعة أو المرئية أو في وكالة أنباء يمنية أو أجنبية تعمل في اليمن وذلك كمورد رئيسي للرزق.

وتؤكد هذه القوانين على كفالة الصحفي وأحقية في الحصول على المعلومة، بالإضافة إلى حرية الصحافة والتعبير عن الرأي، حيث نصت المادة 19 للإعلان العالمي لحقوق الإنسان على أن "لكل شخص الحق في حرية الرأي والتعبير، ويشمل هذا الحق حرية اعتناق الآراء دون أي تدخل، واستقاء الأنباء والأفكار، وتلقيها وإذاعتها بأي وسيلة كانت، دون تقيد بالحدود الجغرافية".

ونصّ الميثاق العربي لحقوق الإنسان لعام 2004 على أن: "يضمن الميثاق الحق في الإعلام وحرية الرأي والتعبير، وكذلك الحق في استقاء الأنباء والأفكار وتلقيها ونقلها إلى الآخرين بأي وسيلة، ودونما اعتباراً للحدود الجغرافية (جميع الدول العربية لا تجيز الدخول حتى للمطبوعات العربية دون رقابة مسبقة".

إلى جانب ذلك نصت الكثير من القوانين المحلية والدولية على تأكيد حماية الصحفيين في زمن الحروب والأزمات والإشكالات الحاصلة في البلد الواحد أو البلدين أو بين التحالفات، وطالبت تلك القوانين بأن يبقى الصحفي بعيداً عن التهديد أو الاستهداف في ظل تلك الظروف.

إن فكرة حماية الصحفيين انطلقت من مبدأ التمييز بين المقاتلين وغير المقاتلين في النزاعات المسلحة، ويمثل مبدأ التفرة بين المقاتلين وغير المقاتلين حجر الزاوية في موضوع حماية المدنيين والعمل على تجنبهم ويلات الحرب، وهذا المبدأ يعني باختصار أن يقتصر توجيه العمليات أو الضربات العسكرية ضد المقاتلين فقط دون غيرهم، وجعل المدنيين المسالمين في مأمن وحماية من أخطار هذه العمليات العسكرية، وعلى رأس هذه الفئات الصحفيون والعاملون بوسائل الإعلام المختلفة. (سجى عبدالستار، ص: 20).

الشائعات.. النشأة والتطور:

ساهمت منصات التواصل الاجتماعي في انتشار تناقل الشائعات بين الأفراد والجماعات سواء ضمن نطاق البلد الواحد أو على مستوى البلدان، إذ ساعدت التكنولوجيا الحديثة والانترنت على تقارب الأفراد مع بعضهم البعض افتراضياً، لتجد الشائعات بيئة مناسبة لها من حيث الانتشار والوصول إلى أكبر عدد من المستخدمين.

ولم تكن الشائعات وليدة اليوم، بل هي موجودة ومؤثرة في أغلب الحضارات والثقافات عبر التاريخ؛ لأنها أحاديث يومية يتناولها الناس، ولها أهداف وأغراض، ووسائل نقل، حسب المجتمع والبيئة التي تسود فيها، فبعض المجتمعات القديمة تنتشر فيها أمور السحر والخرافة؛ كالصين ومصر، وبعض المجتمعات تنتشر فيها الفلسفة؛ كالإيونان، والإشاعة قديمة قدم الجنس البشري، ومنذ القدم عرّف رجال الدين ورجال السياسة ورجال الحرب الأقوال والأفعال التي تدفع الإنسان وتحركه؛ ففي مصر القديمة استخدم تحتمس الثالث الحيلة والخديعة والمفاجأة في حروبه، خاصة عند فتح يافا في فلسطين، وفي الصين القديمة استخدم الشائعات كثير من العرّافين والعسكريين، وفي الإيونان القديمة استخدموا الشتائم والتشهير للتأثير على الروح المعنوية للعدو، ولقد أدت الشائعة إلى موت سقراط، بتهمة أنه كان يفسد أخلاق الشباب في أثينا، ويدفعهم إلى التمرد

والعصيان، ويعتبر المغول من أشهر من استخدم الشائعات في العصور الوسطى؛ فقد كانت الشائعات سبباً رئيسياً في انتصاراتهم؛ لما أحدثته من رعبٍ في نفوس المسلمين. (صلاح الدق، 2016).

وبشكل عام، فالشائعات قديمة قدم الإنسان نفسه، وقد استخدمها الأوائل لنفس الهدف والغرض الذي يتم استخدامه لها اليوم تقريباً، مع اختلاف تغيّر الزمان والمكان، ورغم استخدامها منذ القدم إلا أن الشائعة كمصطلح لم يظهر إلا مؤخراً.

حيث يُعد مصطلح الشائعة حديثاً نسبياً، فقد خلت كتب المصطلحات العربية من التعريف الاصطلاحي للشائعة بالمفهوم المستخدم في العصر الراهن، كما أنه من المفاهيم ذات الدلالة الواسعة نظراً لاتصاله بتخصصات عديدة مثل علم النفس والقانون والأنثروبولوجيا والسياسة والاقتصاد والاجتماع والحرب النفسية، بالإضافة إلى ارتباطه الوثيق بالتقدم الحادث في ظل ثورة الاتصال والمعلوماتية بحيث لا يمكن النظر في هذا المفهوم بمعزل عن التطور في تكنولوجيا وسائل الاتصال، وتأثيراتها في ظهور وانتشار الشائعات، ومن هنا تعددت محاولات تعريف الشائعات وتنوعت مفاهيم دراستها وزوايا النظر إلى نشأتها وآليات عملها وتطورها وسبل مواجهتها. (رضا كحيل، 2015، ص: 21).

وحدثة المصطلح جعلت منه مصطلحاً متعدد التعريفات وفق التخصص الذي يأتي من خلاله، فتعريفاته الاصطلاحية لم تتحدد في جملة تعريفية محددة يمكن للباحثين الاتفاق على وحدتها بين العلوم باختلاف تخصصاتها، بل يأتي المصطلح طبقاً والتخصص الذي يرد فيه، مما يعطي وضوحاً أكبر للسياق العام للجملة والهدف الذي يريد الباحث الوصول إليه.

وتعد الشائعة من الظواهر التي عرفتتها المجتمعات البشرية منذ القدم، وتعتبر من أقدم الوسائل الإعلامية في التاريخ، حيث كانت وسيلة لنشر الأخبار وبناء السمعة أو تقويضها، وتأجيج الفتن أو الحروب، وقد مرت الشائعة بمراحل عدة، وتطورت بتطور العصور وتنوع الوسائل الإعلامية، والعصر الذهبي للشائعة بدأ مع التطور التقني وازدهار وسائل الحرب النفسية وتطور - أساليبها إبان الحرب العالمية الأولى (1914 - 1918) والحرب العالمية الثانية (1939 - 1945) إلى

أن وصلت إلى عصرنا الحالي، وذلك عن طريق ثورة تكنولوجيا وتطور وسائل الإعلام والاتصال الحديثة التي تزداد تنوعاً واتساعاً يوماً بعد يوم. (رضا عيد حمودة اكحيل، 2015، ص: 2).

وتختلف الشائعة عن الخبر كون الخبر لا بد من توافر عدد من الصفات فيه، وهي التي تعطيه صفة الخبر، ومن أهمها الصدق والدقة والارتكاز على مصدر حقيقي وواضح، فيما لا تتضمن الإشاعة هذه الصفات بل هي على النقيض منها، كما أنها تعتمد على مصدر مجهول أو دون مصدر، وهو الفارق الأساس بين الشائعة والخبر.

وظائف الصحافة تنمو وتتطور مع التقدم العلمي والتكنولوجي، حسب ما يتوافر لها من إمكانيات مادية وتقنية، لأنها تعبر عن تطور المجتمع الذي توجد فيه ومدى تقدمه، وتسهم في مجالات التنمية المختلفة، بصفتها أحد طرق الاتصال والترابط في المجتمع، "وصحيح أنّ الاتصال وحده لا يمكن أن ينهض بعبء التنمية، لكن عدم إسهامه بخطط التنمية يؤدي إلى إخفاقات غير متوقعة، ويعطل إيقاع الحركة وتنفيذ مشروعات التنمية. (رضا اكحيل، 2015، ص: 80).

ورغم التطور الذي لحق بالخبر والشائعات من ناحية الشكل والمضمون إلا أن الشائعات تبقى هي من حيث الأهداف والاستخدام. فلإشاعة في نظر علماء اللغة هي "ضجيج مبهم الأصوات، تشترك في تكوينه كثير من المصادر، الشيء الذي يجعلها قضية لغوية افتراضية من حيث معيار الصدق أو الكذب"، ومن منظور تاريخي، تجدر الإشارة إلى أن مفهوم الإشاعة قد تطوّر بتطور الفكر البشري عبر حقب زمنية مختلفة، لكن بمسمّيات مختلفة. إذ لا يختلف اثنان على أنها ليست وليدة اليوم أو التاريخ المعاصر، بل وُجدت في عهد الرومان والنتار، بل وحتى في التاريخ الإسلامي يمكن العثور على آثارها في ثنايا قصص الحروب والثورات، مروراً بفترات الحربين العالميتين والتاريخ المعاصر. (يوسف يعكوبي، 2020).

وتطور مصطلح الشائعات اليوم مع تطور وسائل الصحافة والميديا والأدوات المستخدمة للنشر، وقد ساعدت المنصات الاجتماعية المتزايدة يوماً عن يوم في أعداد المستخدمين، على سهولة نشر الشائعات ووصولها إلى فئات مجتمعية متعددة وواسعة، كما أن أشكال الشائعات تنوعت وتطورت بتطور الوسائل المستخدمة في عملية نشرها، وكذا الأهداف الدقيقة التي يتم النشر وفقها ومحاولة الوصول إلى نتائجها.

ويتصدر قائمة المعلومات القادرة على أن تتحول إلى شائعات كل ما من شأنه أن يحدث خللاً في المسار الطبيعي للأمر ويفرض إبداء رد فعل ما، أي المعلومات ذات الأهمية العلمية مثل إنذارات الخطر وانعدام الأخلاق والتغييرات في النظام الاجتماعي والتغييرات في البيئة المادية، إلخ. (جان - نزيل كابفيرير، ص: 66).

بيئات تساعد على انتشار الشائعات:

الحروب والأزمات:

تُعد الحروب والأزمات من أكثر البيئات خصوبة لانتشار الشائعات وتناقلها من قبل الناس بشكل كبير، سواء عبر المشافهة أو عبر منصات التواصل الاجتماعي، وقد يؤدي هذا الانتشار إلى تأجيج الوضع العام للمجتمع، خاصة وأن الفرد المتلقي للشائعات أثناء الحروب أو الأزمات يكون شرهًا للاطلاع على كل ما يشبع تطلعاته واحتياجاته لمعرفة المزيد عن تلك الحرب أو تلك الأزمة.

وفي أثناء الحرب العالمية الثانية وبعدها لاحظ عالما النفس ألبرت وبوستمان أهمية الشائعة والشائعة المضادة في التأثير في معنويات الناس وأفكارهم واتجاهاتهم ومشاعرهم وسلوكهم، ولاحظا أن الشائعات تنتشر أكثر في وقت الأزمات وفي الظروف الضاغطة أو المثيرة للقلق وفي فترات التحول السياسي أو الاجتماعي، ووجدوا أيضا أنها تنتشر حين يكون هناك تعميماً إعلامياً أو غموضاً في المواقف أو كذباً معتاداً على ألسنة المسؤولين الحكوميين أو تضليلاً متعمداً ومعتاداً عبر وسائل الإعلام المختلفة، وقد قاما بعمل الكثير من التجارب عام 1945 ثم كلاهما جهودهما العلمية بوضع كتاب سيكولوجية الشائعة *Psychology of Rumor*، وفي هذا الكتاب وضعوا معادلة انتشار الشائعة وهي تقول أن انتشار الشائعة يساوي أهمية الموضوع المتصل بالشائعة مضروباً في مدى الغموض حوله، وبناءً على هذه المعادلة تصبح الشائعة أكثر انتشاراً كلما كان الموضوع هاماً وغموضه كبيراً، وعلى العكس لو فقد الموضوع أهميته أو كانت المعلومات حوله واضحة ومحددة أو بمعنى آخر لو أصبح أحد عناصر المعادلة صفراً فإن الناتج يكون صفراً وهو ما يعنى فشل الشائعة، وهذه المعادلة مفيدة جداً لصانعي الشائعات

والشائعات المضادة ومفيدة لمواجهة أثر تلك الشائعات، ويعتمد عليها خبراء الشائعات في العالم.
(محمد المهدي، 2012).

فالركن الأول من أركان انتشار الشائعات هو أهمية الموضوع المتصل بالشائعة لدى الجمهور المتلقي، فالجمهور في تلك اللحظة لديه اهتمام بالغ لمتابعة ما يُنشر حول موضوع الساعة الذي يرتبط باهتمامه أو الأحداث التي تحوم حوله والمتصلة بشخصه أو مجتمعه أو مصالحه، ومن هنا يجد الناشر للإشاعة فجوة يقوم باستغلالها ونشر ما لديه من شائعات، اعتماداً على الأهمية القصوى للموضوع والمكانة التي يحتلها في قلوب الجمهور المتلقي، ويزيد عن ذلك الاهتمام ركن الشائعة الثاني وهو الغموض الذي يكتنف ذلك الموضوع من خلال عدم نشر الصحافة ووسائل الميديا توضيحات حوله أو تسليط الضوء عليه واحتوائه بأبعاده المختلفة، وهو ما يجعل الفرد المتلقي أسير حيرته وتحليلاته المنسوجة وفق خيالاته القائمة على الظن والغموض دون أدلة واضحة أو مصادر معروفة.

ومن هنا فمن المنطقي أنه إذا زادت أهمية الموضوع بالنسبة للمتلقي وزادت معها درجة الغموض يزيد تلقائياً انتشار تلك الشائعات ووصولها إلى شريحة كبيرة من المتلقين، وكذلك العكس حين فقد الشائعة لأحد أركانها فإن نفوذها إلى أفراد المجتمع يكون ضعيفاً بذلك الركن، مما يفقدها جوهرها وقوتها، لتبدأ بعدها بالخفوت والتلاشي حتى لا يعيرها الناس اهتماماً فتنتهي.

وهنا تتجلى أهمية الصحافة ووسائل الميديا ومهنتها في العمل الصحفي الحقيقي، فالشائعات حين تجد صحافة مهنية حقيقية فإن زمنها لا يطول وحقيقتها لا تصمد، إذ تقوم الصحافة والصحفي بدورهم في الكشف والتحليل والبحث عن جوانب تلك الشائعات وإثبات حقيقتها للجمهور المتلقي، وإظهار صدقيتها أو عدمه، وهذه الوظيفة الأساسية إلى جانب وظائف أخرى يتميز بها العمل الصحفي المهني عن غيره من المهن.

وتتنوع الشائعات، فهي كثيرة الأنواع، وكل باحث وكاتب، له مجال في تصنيفها وله منطلقات في كتابة أنواع الشائعات، وبصعب تقديم حصر منضبط عن الإشاعة وأنواعها وأصنافها، لاختلاف أثارها ودوافعها والبيئات التي تظهر فيها، ولذلك فإن أقصى ما يستطيعه الباحث هو أن يقدم تقسيمات كمية لأنواع الإشاعة حسب زاوية النظر التي يقف عندها الباحثون، لذلك لا يمكن

تحديد عدد معين لأنواع وأصناف الشائعات، ويرجع ذلك إلى عدم الاتفاق بين المختصين في مجال الشائعات على تعريف محدد لها، وكل باحث له اهتمامات فيصنفها حسب موضوع دراسته، وأيضاً اختلاف البيئات التي تظهر فيها الشائعات، وكذلك اختلاف الدوافع والآثار للشائعات لكل مجتمع، وأخيراً التقدم التكنولوجي السريع. (محمد عبدالرؤف، 2019، ص: 14).

وهناك أنواع من الشائعات وردت في كتاب سيكولوجية الشائعات Psychology of Rumor كنماذج لأنواع الشائعات الكثيرة والمنتمية كل منها إلى التخصص الذي يتناولها، فهناك الشائعات المنطلقة عن الخوف أو الرعب من وقوع حوادث معينة، والشائعات المنطلقة عن الحقد والكراهية بهدف نشر الكراهية والعداء تجاه طرف عبر طرف آخر في مجتمع واحد أو بلدان مختلفة، بالإضافة إلى الشائعات القائمة على أساس الأمل التي يُرجى منها تحقيق رغبات وأحلام الناس، وهي رغبات يتمنون تحقيقها ويكون تصديقها سهلاً، إلى جانب غيرها من أنواع الشائعات الأخرى.

وتعتبر الإشاعات أحد أفئك الحروب النفسية، حيث يعند صانعوها إلى التخطيط بعيد وقصير المدى بهدف خلق الظروف الملائمة لإضعاف العدو أمنياً وخلق الثغرات والنغرات الداخلية في أوساط المجتمع وخلق الفتن وتمزق المجتمع مما يؤدي إلى زعزعة التكامل الاجتماعي وعدم الثقة بين الأفراد، وفي مجال التطبيق العملي لاستخدام الشائعات في الحرب النفسية، تستوقفنا أكبر شائعة عرفها التاريخ: هي ادعاء إسرائيل بأن فلسطين هي موطنهم التي استطاعت من خلال ذلك تزييف التاريخ وتجذب المهاجرين إليها، إن ما حدث لليهود على يد هتلر كان لاستدرار عطف العالم وكسب تأييده لحق اليهود في العيش بسلام على أرض فلسطين، وكذلك إشاعة اتهام الولايات المتحدة الأمريكية عدداً من دول العالم الثالث بأنها تمتلك أسلحة كيميائية (العراق 2003) بعد أحداث 11 سبتمبر أشاع بعض الأمريكيين إشاعة أن الإسلام دين إرهاب وأن العالم بأسره يعاني من هذا الإرهاب، ومن ثم فعلها أن تشن حرب استباقية على منابعه في جميع أنحاء العالم. (صفاء عباس، 2019، ص: 5)

ويراد من الشائعات حين بثها من طرف عن طرف آخر وخاصة في الحروب والأزمات أن يكون لها وقعاً في نفوس الفئة المستهدفة من الجمهور أو الأعداء، ليسهل فيما بعد التحكم فيهم وتمرير ما يراد تمريره عليهم لتحقيق أهداف معينة يتم رسمها مسبقاً قبل نشر الشائعات.

ودائماً حسب كابيرير، فإن "الغرض من الشائعة هو أن يتم تصديقها، ففي العادة لا تُسرد الشائعة بغرض التسلية أو إطلاق العنان للخيال"، وهذا ما يجعلها - يضيف المؤلف نفسه - "تتميز عن القصص الطريفة والمغامرات الخيالية"، مؤكداً أن الهدف منها هو الإقناع. على صعيد آخر، يشير المصدر ذاته إلى أن "الشائعات تسبق - غالباً - أيّ سقوطٍ أو انهيار"، وهنا يقدم كابيرير أمثلة من قبيل الشائعة التي تنتشر في أوساط الشركة معلنةً تسريح بعض الموظفين أو إجراء تغييرات جذرية، بينما في السياسة، تسبق - عادة - خروج الوزراء من الحكومة أو تمرير قوانين مهمة. (يوسف يعكوبي، 2020).

غرف الصدى(1):

البيئة الأخرى التي تساعد على نشر وتعزيز الشائعات بين الأفراد هي غرف الصدى أو Echo chambers، وقد باتت منصات التواصل الاجتماعي عالمياً وإقليمياً ومحلياً هي الوسائل الأكثر استخداماً من قبل الأفراد بمختلف فئاتهم العمرية وأجناسهم، وقد أكدت الإحصائيات الأخيرة التي أوردها موقع we are social أن عدد مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي عالمياً وصل إلى (3.80) مليار مستخدم نشط، فيما وصل عدد مستخدمي الهواتف النقالة إلى (5.19) مليار مستخدم، وبالنسبة للدول فقد وصل عدد المستخدمين النشطين لمنصات التواصل الاجتماعي في اليمن إلى (2.50) مليون مستخدم نشط، بينما عدد المستخدمين من الأفراد المستخدمين والمتصلين بالهاتف النقال إلى (17.82) مليون مستخدم.

وبيّنت خريطة التقرير الخاصة بالتطبيقات الأكثر استخداماً في دول العالم أن تطبيق "واتساب" للتراسل هو التطبيق الأكثر استخداماً في اليمن.

ولو نظرنا إلى حضرموت وهي ضمن إحصائية اليمن فهذا يعني أن تطبيق "واتساب" هو الأكثر استخداماً كبقية المحافظات، يليه موقع "فيسبوك"، ويشكو المجتمع في حضرموت حالياً من تزايد انتشار الإشاعات والأخبار الكاذبة "Fake news" عبر هذه المنصات الاجتماعية، وهنا يتشكل

(¹) هذا الموضوع مقتبس بتصرف من موضوع كتبه الباحث وتم نشره على حسابه على فيسبوك بتاريخ 10 مايو 2020، تحت عنوان "ما الذي يدفع "شخص ما" إلى نشر الشائعات دون التحقق منها؟ غرف الصدى أو Echo chambers تعزز لديه الثقة وتمنحه الأمان!!".

لدينا سؤال هام مفاده: ما الذي يدفع "فرد ما" إلى المسارعة بثقة لنشر معلومات وصور وفيديوهات وأخبار عبر "النسخ لصق" دون التحقق منها أو التريث وكأنه دون وعي؟!!

إن المشكلة الأساسية في الإجابة عن السؤال من وجهة نظر الباحث تكمن في "غرف الصدى" أو "Echo chambers" الإلكترونية وخاصة المتعلقة بمنصات التواصل الاجتماعي. وهي أن مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي في بعض الحالات، يمكن أن يجتمعوا فيما يشبه غرفة الصدى، أي أنهم يتفاعلون فقط مع المحتوى الذي يؤكد المعتقدات التي يؤمنون بها. (Linda Schlegel, 2019).

بمعنى أن "غرف الصدى Echo chambers" هذه كأن تكون مجموعات "قروبات" على تطبيق "واتساب" أو موقع "فيسبوك" أو غيرها تضم أفرادًا "أعضاء" لهم توجه فكري وأيديولوجيا واحدة، ولهم ذات التفكير السياسي أو الثقافي أو الاجتماعي نفسه، ولذلك تم وصفها بـ "الصدى" نظرًا لأن الشخص حينما يدلي برأيه في هذه المجموعة يجد الجميع يؤيده ويعطونه نفس الرأي، وكأن صدى صوته يرتد إليه دون تغيير أو اختلاف.

هذا النوع من الغرف بما له من إيجابيات إلا أن له مخاطر كثيرة، خاصة أثناء احتدام الصراعات السياسية أو الانتخابات أو صعود أحداث وقضايا على السطح، فينخرط العديد من الأشخاص - خصوصًا المشرفين على المجموعات - إلى اللجوء للمشاعر العاطفية لكسب المزيد من المناصرين أو كسب مؤيدين لقضية ما واستخدام مصطلح نظريات المؤامرة أحيانًا للتبرير وإثبات التوجه، ويقوم الأعضاء كل من جهته بنشر كميات كبيرة من المعلومات والأخبار الهجينة، قد تصل نسبة عدم مصداقيتها - دون مصدر مؤكد أو صحيح - إلى أكثر من 90% للأسف.

ويتم تغذية نظريات المؤامرة تلك استنادًا إلى قاعدة سياسية متعطشة للبحث عن أسباب تمكّنها من صب غضبها أو النيل من التيار المعارض، وبمجرد تشكيل "غرفة الصدى" يمكن للأشخاص فيها اعتبار أي شيء على أنه "أخبار" صحيحة إذا كان ينتقص من ذلك العدو السياسي. (2018، Quora، Forbes.com).

وطبقاً لهذا المنظور فإن الناظر إلى حال تزايد انتشار الإشاعات والأخبار في حضرموت يجد بأنه نابع من مثل هذه المجموعات، لأن الشخص العضو في "القروب" وخاصة قروبات "واتساب" قد انخرط في غالب الأحيان على أساس الولاء التام لأيديولوجية المجموعة، لذا فهو يؤمن إيماناً كاملاً بما يُنشر فيها، مسلماً أن كل الأخبار والمعلومات والصور والفيديوهات صحيحة.

وحول هذا الخصوص، فقد أظهرت دراسة في مجلة العلوم science.sciencemag.org أصدرتها في العام 2015 تقول: أن الأشخاص يميلون إلى الانخراط في التفاعل مع معظم المعلومات التي تتطابق مع تصوراتهم الأيديولوجية المسبقة، وأن هذا يمثل تحيزاً في الاختيار أكثر بكثير من التصفية الخوارزمية للموقع. (David Robert Grimes, The Guardian, 2017).

ويأتي تسليم الشخص وإقراره بصحة الأخبار وعدم شكّه بأنها شائعات – وإن تبين له فيما بعد – من البناء مسبقاً عبر شعوره وقناعاته وإيمانه بآرائه حول قضيته والمنهج الفكري الذي يسير وفقه، وهو منهج وأيديولوجيا عززته "المجموعة" التي ينتمي إليها ويتفاعل مع أعضائها في المنصات الاجتماعية والتي تترد فيها جميع الآراء بنفس التوجه والصيغة، وهو ما يدفعه إلى (النسخ واللصق) بكل سهولة وثقة، وتوزيع تلك المنشورات في أماكن متعددة من منصات التواصل الاجتماعي، ويتلقفها الأشخاص مثله المؤمنون بذات التوجه ويقوم البعض منهم أيضاً بنشرها في أماكن متعددة أخرى، وهكذا.

وقد حذر باحثان في العام 1996 ينتميان إلى معهد MIT للتكنولوجيا، وهما: "مارشال فان ألتستين"، و "إريك برينجولفسون" من جانب مظلم محتمل للترابط الاجتماعي الحديث قائلين: "يمكن للأفراد الذين يتابعون المواد التي لا تتوافق مع تفضيلاتهم الحالية إنشاء مجموعات افتراضية، وعزل أنفسهم عن وجهات النظر المتعارضة معهم، وتعزيز هذا العزل والتحيز من خلال البحث والتفاعل مع أفراد ذوو تفكير مماثل وقيم متشابهة، مما ينمي لديهم الثقة في القرارات والآراء تلك المجموعة أكثر من غيرها التي تختلف عن تفكيرهم وانتماءاتهم. (David Robert Grimes, The Guardian, 2017).

أمثلة عن الشائعات:

هناك العديد من الأمثلة عن شائعات تم بثها على وسائل الصحافة والميديا، نورد مثالين كنماذج على الشائعات المنتشرة:

المثال الأول: قدّم السيناتور الأمريكي جيمس إنهوف صوراً إلى مجلس الشيوخ في شباط/فبراير 2015 لما قال إنها دبابات تابعة للجيش الروسي في أوكرانيا في العام السابق، ولكن في الحقيقة هناك اثنتان من الصور التي عرضها التقطتا خال الحرب الروسية الجورجية في العام 2008.



المثال الثاني: استخدام السفير السوري في الأمم المتحدة بشار الجعفري صورة قديمة مأخوذة في العراق في محاولة لإقناع مجلس الأمن بأن القوات الحكومية السورية لم تكن تسيء معاملة المدنيين في حلب، وكانت الصورة المستخدمة لدعم هذه الرواية من الأحداث، تظهر امرأة يساعدها جندي في النزول من آلية، وهذه الصورة نشرت أساساً في مواقع إخبارية عربية في حزيران/ يونيو 2016 وهي لامرأة يساعدها جنود عراقيون في الفلوجة، والمفارقة أن الجعفري أدان استخدام "الأخبار المزيفة" في معركة حلب في كانون الأول/ ديسمبر 2016.



كيف يمكن للصحفي التعامل مع الشائعات؟

من أولويات العمل الصحفي المهني عدم التسليم والتصديق من قبل الصحفيين لكل المواد والمعلومات التي ترد، خاصة عندما تكون مصادرها مشكوك فيها، ولا بد من التثبت منها قبل النشر، وعندما يريد الصحفي التثبت من تلك المواد والمعلومات سواء المكتوبة أو الصورية أو الفيديوهات، فهناك أدوات يمكنه استخدامها بشكل أولي للتأكد منها، ونورد بعضها كالتالي^(٢):

^(٢) هذا الموضوع مقتبس بتصرف من موضوع كتبه الباحث وتم نشره على حسابه على فيسبوك بتاريخ 11 أبريل 2020، تحت عنوان " كيف تتحقق من صحة الأخبار والصور والفيديوهات التي تصلك على منصات التواصل الاجتماعي؟".

أولاً:

العين المجردة والحس الصحفي والإنساني لهما دور في التعرف على عدم صحة بعض الأخبار والصور والفيديوهات، ومما يشير إلى أنها أخبار أو صور أو فيديوهات مشكوك في أمرها، فمثلاً ظهور بعض الدلالات على الفيركة من خلال قص الوجوه أو ألوان الثياب أو نوعياتها أو الشوارع ومكانها الجغرافي أو الوقت الزمني وغيرها من الدلالات.

ثانياً:

إذا وصلتك صورة متداولة على واتساب أو فيسبوك أو تويتر أو غيرها من المنصات الاجتماعية فلا تتسرع بنشرها، ويمكنك التحقق منها عبر مواقع وأدوات كثيرة نذكر منها:

- موقع جوجل صور : <https://www.google.com/imghp?hl=ar>

- موقع Jeffrey's Image Metadata Viewer: <http://exif.regex.info/exif.cgi>

- أداة tineye: <https://www.tineye.com>

- موقع Yandex: <https://yandex.com/images>

- موقع Image Raider: <https://infringement.report/api/raider-reverse-image-search>

ثالثاً:

إذا رأيت على حساباتك الاجتماعية مقطع فيديو مُتداولاً فلا تتسرع أيضاً في نشره، ويمكنك التحقق منه عبر الأداة التالية:

- موقع Youtube Data viewer الذي أنشأته منظمة العفو الدولية: <https://citizenevidence.amnestyusa.org>

رابعاً:

يمكنك متابعة بعض الحسابات التي تقوم بدور المحقق للأخبار والمعلومات التي تنتشر على منصات التواصل الاجتماعي، كمنصة "فتبينوا" لمكافحة الأخبار الكاذبة، أو منصات خاصة محلية مثل منصة "صدق اليمنية"، وغيرها.

خاتمة:

إن النتيجة التي يمكن الخروج بها لما تم تناوله سابقاً هو أن يكون الصحفي ومؤسسات الصحافة والميديا دائماً في حالة تأهب وشك لما يصل إليها من معلومات أو صور أو مقاطع فيديو، خاصة حين عدم تأكدهم من مصادر تلك المواد، كما أن عملية التحقق من مصداقيتها ساعدت فيه التكنولوجيا الحديثة من خلال فتح مواقع ونشر أدوات يمكن لها التثبت من صحة المواد أو عدمها أو التثبت من صحة المعلومات الواردة فيها، حتى وإن تم نشرها على وسائل صحفية عربية أو عالمية مشهورة، فإن عملية التحقق من الشائعات تظل موجودة ومتاحة للصحفي ليقدم لجمهوره معلومة أكيدة سواء بالتأكيد أو النفي.

وقد ساعدت أدوات التحقق من الشائعات الصحفيين وأعدت للعمل الصحفي الكثير من وجه المهنية، بعد أن كادت الشائعات وكثرة انتشارها أن تمس من مهنية العمل الصحفي ومصداقية الأخبار وغيرها من الفنون الصحفية الأخرى، وجعلت منها طريقة للتفريق بين الخبر الصحيح والشائعة، من خلال كشف المصادر وتبيين مصداقيتها، كما أن السياسيين أحياناً يجدر بالصحفي التحقق في تصريحاتهم وما تتضمنه من معلومات قد تدخل في نطاق الشائعات، وهذه التصريحات لا يجب التسليم بها كلياً.

المصادر العربية:

- اكحيل، رضا، الشائعات في المواقع الإخبارية الأردنية وتأثيرها في نشر الأخبار من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين، رسالة استكمال متطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام، قسم الإعلام، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، أيار – 2015.
- إبراهيم، صفاء، الإشاعة وأثرها على الفرد والمجتمع، مجلة البحث العلمي في الآداب، الجزء الثامن، العدد العشرون، 2019.
- عبدالرؤف، محمد، دور الإعلام في مكافحة الشائعات"، بحث مقدم للمؤتمر العلمي السادس "القانون والشائعات" في الفترة من 22 إلى 23 أبريل 2019، كلية الحقوق، جامعة طنطا.
- الدق، صلاح، احذروا الشائعات، موقع الألوكة، <https://www.alukah.net/sharia/0/101324/>، 2016.
- المهدي، محمد، الشائعات في عصر المعلومات، موقع خيمة، <https://cutt.us/4BeqC>، 2012.
- يعكوبي، يوسف، الإشاعة.. قراءة في التفاعلات الإعلامية والسياسية للأخبار الزائفة، موقع معهد الجزيرة للإعلام، <https://cutt.us/fnveT>، 2020.
- موقع المعاني، <https://cutt.us/a7E0W>.
- قانون الصحافة والمطبوعات اليمني رقم (25) الصادر بتاريخ 23 ديسمبر من العام 1990م.
- نعمة، كرم، من هو الصحفي؟ (مقال)، صحيفة العرب، ، الثلاثاء 13 / 8 / 2013.
- عبدالستار، سجي، حماية الصحفيين في القانون الدولي الإنساني، رسالة استكمال متطلبات الحصول على درجة الماجستير في القانون العام، قسم القانون العام، كلية الحقوق، جامعة الشرق الأوسط، مايو 2017.
- كابفيري، جان، الشائعات الوسيلة الإعلامية الأقدم في العالم، ترجمة تانيا ناجيا، دار الساقى – بيروت - لبنان، ط1، 2007.
- موقع "we are social" <https://wearesocial.com/digital-2020>
- جمعة، عواد. رمضان، خالد، الصحافة في زمن الحرب، تقديم حميد دباشي، معهد الجزيرة للإعلام، ط1، 2018.

المصادر الأجنبية:

- Zheltukhina, Marina R. & otgers, Role of Media Rumors in the Modern Society, INTERNATIONAL JOURNAL OF ENVIRONMENTAL & SCIENCE EDUCATION, VOL. 11, NO. 17, 2016.