

Effect of Publication Ban Decisions (2014-2024) on the Spread of Rumors through Social Media from the Perspective of Journalists in Jordan

Amer Khaled Ahmad^{1*} , Abdalrahman Ali Aljayousi² , Maram Mohammad Manajreh¹ ,
Othman Mansour Tahat¹ , Amjad Omar Safori¹ 

¹ Department of Journalism and Digital Media, Faculty of Media, Zarqa University, Zarqa, Jordan

² Digital Media Researcher, Jordan

Received: 4/6/2024

Revised: 6/7/2024

Accepted: 22/7/2024

Published online: 1/6/2025

* Corresponding author:

amer.k@zu.edu.jo

Citation: Ahmad, A. K., Aljayousi, A. A., Manajreh, M. M., Tahat, O. M., & Safori, A. O. (2025). Effect of Publication Ban Decisions (2014-2024) on the Spread of Rumors through Social Media from the Perspective of Journalists in Jordan. *Dirasat: Human and Social Sciences*, 52(6), 7871.

<https://doi.org/10.35516/hum.v52i6.7871>



© 2025 DSR Publishers/ The University of Jordan.

This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY-NC) license <https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>

Abstract

Objectives: The study aims to determine the extent to which publication ban decisions (2014-2024) have affected the spread of rumors on social media platforms from the perspective of journalists in Jordan, how such decisions have contributed to this spread, and the topics about which rumors have spread during these publication ban decisions.

Methods: The study is descriptive and employs the 'audience survey' approach, by applying it to a regular random sample of (300) individuals who practice journalistic work in various media institutions.

Results: The study has found that the majority of respondents (67.3%) believe publication ban decisions greatly affect the spread of rumors across social media platforms, with Facebook at the forefront of platforms that spread rumors. The most prominent topics about which rumors have spread during publication ban decisions are: "Issues related to government procedures and the work of ministries and departments." Moreover, the most conspicuous way these decisions contribute to the spread of rumors through social media platforms is through "individuals searching for alternative, unreliable sources to obtain information."

Conclusion: There is a statistically significant positive correlation between the degree of impact of ban decisions on the spread of rumors through social media platforms from the perspective of the respondents, and on how they contribute to this spread.

Keywords: Publications Ban Decisions; Rumors; Social Media Platforms; Jordanian Journalists.

تأثير قرارات حظر النشر (2014-2024) على انتشار الشائعات عبر منصات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الصحفيين في الأردن

عامر خالد أحمد^{1*}، عبد الرحمن علي الجيوسي²، مرام محمد مناجرة¹، عثمان منصور الطاهات¹،
أمجد عمر صفوري¹

¹ قسم الصحافة والإعلام الرقمي، كلية الإعلام، جامعة الزرقاء، الزرقاء، الأردن
² باحث في مجال الإعلام الرقمي، الأردن

ملخص

الأهداف: هدفت الدراسة إلى معرفة درجة تأثير قرارات حظر النشر (2014-2024) على انتشار الشائعات عبر منصات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر المبحوثين، وكيفية مساهمتها في هذا الانتشار، وطبيعة الموضوعات التي تنشر حولها الشائعات خلال قرارات حظر النشر.

المنهجية: تعد الدراسة من الدراسات الوصفية التي اعتمدت على منهج مسح الجمهور بالتطبيق على عينة عشوائية منتظمة قوامها (300) مفردة من الممارسين للعمل الصحفي في المؤسسات الإعلامية المختلفة.

النتائج: توصلت الدراسة إلى أن النسبة الأكبر من المبحوثين (67.3%) يرون أن قرارات حظر النشر تؤثر على انتشار الشائعات عبر منصات التواصل الاجتماعي بدرجة كبيرة، حيث جاء الفيسبوك في مقدمة المنصات الأكثر نشرًا للشائعات، وتمثلت أبرز الموضوعات التي تُنشر حولها الشائعات خلال قرارات حظر النشر في "القضايا المتعلقة بالإجراءات الحكومية وعمل الوزارات والدوائر"، كما تمثلت أبرز طرائق مساهمة هذه القرارات في انتشار الشائعات عبر منصات التواصل الاجتماعي في "بحث الأفراد عن مصادر بديلة غير موثوقة للحصول على المعلومات".

الخلاصة: وجود علاقة ارتباط إيجابية دالة إحصائية بين درجة تأثير قرارات حظر النشر على انتشار الشائعات عبر منصات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر المبحوثين، وكيفية مساهمتها في هذا الانتشار.

الكلمات الدالة: قرارات حظر النشر، الشائعات، منصات التواصل الاجتماعي، الصحفيون الأردنيون.

المقدمة

أدى التطور السريع لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات إلى ظهور ممارسات جديدة في المجال الإعلامي لم تكن موجودة من قبل (Safori et al., 2024). كما أدى ظهور منصات التواصل الاجتماعي مطلع العقد الماضي إلى نقلة نوعية وجذرية في ممارسة العمل الإعلامي، وخصوصاً في ضوء تزايد أعداد مستخدمي المنصات بطريقة تفوق متابعي وسائل الإعلام التقليدية (Safori et al., 2023)، كما أوجدت تلك المنصات بيئة إعلامية جديدة تسمح لأي شخص يمتلك أدوات تكنولوجية بسيطة من المشاركة في صناعة الأخبار وتغطية الأحداث المختلفة (Hatamleh et al., 2023a)، الأمر الذي قد يكون مربكاً للعمل الصحفي المهني خاصةً عند صدور قرار يحظر النشر حول قضية معينة تهم المجتمع. مما يدفع الجمهور إلى اللجوء لمنصات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات ومشاركها دون التحقق منها، الأمر الذي قد يسهم في انتشار الشائعات وتداولها حول تلك القضية (Alzyoud et al., 2023).

وتواجه المؤسسات التشريعية تحدياً كبيراً يتطلب منها ضرورة استيعاب ومواكبة هذه التطورات وربما مواجهتها في بعض الأحيان، من خلال تحديث المنظومة التشريعية المنظمة للعمل الإعلامي، بحيث تكفل قدر الإمكان ممارسات منضبطة في مجالي الصحافة والإعلام دون تقييد للممارسات المهنية (ربيع وأمين، 2019). وفي نفس الوقت تحد من انتشار الممارسات التي تسيء استخدام هامش حرية الإعلام والتعبير (Habes et al., 2023a)؛ وخصوصاً تلك التي تستخدم منصات التواصل الاجتماعي وسيلةً إعلاميةً لنشر الأخبار وتداولها، حيث يبرز الدور الإعلامي والإخباري لهذه المنصات في حال صدور قرارات تحظر النشر حول القضايا والمشكلات التي تهم الرأي العام، مما يدفع الجمهور إلى اللجوء إليها من أجل الحصول على المعلومات. ونتيجةً لما سبق؛ يتجه الجمهور الأردني إلى منصات التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات، وخصوصاً في القضايا التي صدر قرار حظر نشر حولها، حيث أصبحت تلك المنصات منفذاً للتعبير عن الأفكار والآراء دون وجود مستوى عالٍ من الرقابة أو القيود الحكومية مثلما هو الحال في المؤسسات الإعلامية الأردنية (القيسي، 2022)، وقد أدى سقف الحرية المرتفع في تداول ونشر ومشاركة الأخبار والمعلومات عبر منصات التواصل الاجتماعي؛ إلى انتشار العديد من الشائعات والأخبار الكاذبة أو الأخبار غير المؤكدة أو غير الموثوقة حول القضايا التي وقع عليها قرار حظر نشر، حيث تزداد خطورة هذه المنصات وتلك الشائعات بزيادة التوسع في قرارات حظر النشر، وتأخر صدور المعلومات من المصادر الرسمية الموثوقة، وعدم إلغاء قرار الحظر حتى بعد انتهاء خطورة القضية.

مشكلة الدراسة

يؤدي صدور قرارات حظر النشر في بعض القضايا التي تهم الرأي العام إلى غياب دور المؤسسات الإعلامية في تغطية الأحداث أو القضايا المحظور نشرها، مما يفتح المجال أمام مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي لنشر وتداول المعلومات حولها، وبهذا تكون هذه المنصات بيئة خصبة لانتشار الشائعات، نظراً لتمكينها مُطْلَقِي الشائعات والمستخدمين من إحداث تغييرات في الرواية الرسمية والتلاعب بها ومعالجتها بما يتناسب مع أهدافهم وورغباتهم؛ من خلال إخفاء جزء من الحقيقة، بحيث يصبح الحدث أو القضية أكثر غموضاً وإثارة لدى الجمهور، فتفقد بذلك منصات التواصل الاجتماعي الحوار العام.

ويدفع حظر النشر الجمهور إلى البحث عن مصادر بديلة للمعلومات قد لا تكون موثوقة، مما يسهم بشكل أو بآخر في انتقال المعلومات غير الدقيقة، و من الممكن أن تتطور لتصبح شائعات متداولة عبر منصات التواصل الاجتماعي، فلم يعد حظر النشر ممكناً بشكل كامل ضمن الفضاء الإلكتروني المفتوح، ولم تعد العقوبات المترتبة على تداول الشائعات خلال حظر النشر مطبقة على الذين نشرها أو أعادوا نشرها؛ نظراً لعدم إمكانية ملاحقة جميع المستخدمين ممن كسروا قرار حظر النشر من قبل الحكومات أو الجهات الأمنية أو القضائية.

وبناءً على ما سبق، تتمثل مشكلة الدراسة في السؤال الرئيس التالي: ما تأثير قرارات حظر النشر (2014-2024) على انتشار الشائعات عبر منصات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الصحفيين في الأردن؟

أهمية الدراسة

تظهر أهمية الدراسة من النقاط الرئيسية التالية:

- قلة الدراسات التي تناولت تأثير قرارات حظر النشر على انتشار الشائعات عبر منصات التواصل الاجتماعي خلال السنوات العشر الأخيرة من وجهة نظر الصحفيين في الأردن، حيث صدرت العديد من القرارات التي تمنع وسائل الإعلام عموماً والصحفيين خصوصاً من النشر في بعض القضايا التي تهم الرأي العام، الأمر الذي دفع الجمهور إلى الاعتماد على تلك المنصات للحصول على المعلومات، والتي تعد بيئة خصبة لانتشار الشائعات حول بعض القضايا الحساسة.
- لاحظ الباحثون صدور العديد من قرارات حظر النشر حول مجموعة من القضايا خلال الفترة بين عامي (2014-2024) مثل قضية استشهاد

الطيار معاذ الكساسبة عام (2014)، وقضية إدخال المتفجرات إلى الأردن عام (2015)، وقضية ثريا وجمانة السلطي عام (2015)، والدعوى القضائية المتعلقة بنقابة المعلمين عام (2020)، وقضية فتى الزرقاء (صالح) عام (2020)، وقضية الفتنة عام (2021)، وقضية التسجيلات المتعلقة بمدير الأمن العام الأسبق عام (2022) وغيرها، الأمر الذي قيد من حرية العمل الصحفي، ومنع وصول المعلومات من وسائل الإعلام إلى الجمهور، حيث رافق هذه القرارات بروز العديد من الشائعات والأخبار المتداولة غير الموثوقة عبر منصات التواصل الاجتماعي، ومشاركتها باعتبارها معلومات دقيقة.

• خطورة وسرعة انتشار الشائعات عبر منصات التواصل الاجتماعي عند صدور قرارات حظر النشر، باعتبارها وسائل جديدة سريعة في نقل الأخبار وخالية من القيود الرقابية مقارنة بوسائل الإعلام التقليدي، إلى جانب إمكانية تجنب المساءلة القانونية عند استخدام هذه المنصات في عمليات النشر، نظراً لصعوبة تتبع ناشري المعلومات عبرها.

• الخروج بمقترحات من شأنها أن تسهم في التعرف إلى أسباب انتشار الشائعات عبر منصات التواصل الاجتماعي خلال صدور قرارات حظر النشر، ومحاولة السيطرة عليها.

• إفادة الجهات الرسمية والمسؤولة عن إصدار قرارات حظر النشر في الأردن من نتائج هذه الدراسة، بهدف تسليط الضوء على تأثيراتها السلبية على تدفق المعلومات، وحجبها عن الجمهور، مما قد يسهم في إعادة النظر حول الجهات والفئات التي تشملها هذه القرارات، واستثناء الصحفيين والمؤسسات الإعلامية منها، عبر السماح لهم بتداول المعلومات ونقل الحقائق التي لا تؤثر على سير عملية التحقيق، مما يمنع تداول الشائعات والأخبار الكاذبة حول القضية أو الموضوع.

• الخروج بمقترحات للجهات الرسمية بهدف الإسراع في نشر الرواية الرسمية، وعدم التأخر في بث المعلومات خاصة في القضايا ذات الطابع المتسارع التي وقع عليها قرار حظر النشر، من أجل الحد من انتشار الشائعات حولها.

أهداف الدراسة

يتمثل الهدف الرئيس من هذه الدراسة في معرفة تأثير قرارات حظر النشر (2014-2024) على انتشار الشائعات عبر منصات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين، ويندرج تحت هذا الهدف مجموعة أهداف فرعية تتمثل في:

1. تحديد درجة تأثير قرارات حظر النشر (2014-2024) على انتشار الشائعات عبر منصات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر المبحوثين.
2. معرفة منصات التواصل الاجتماعي التي تُنشر من خلالها الشائعات خلال صدور قرارات حظر النشر (2014-2024) من وجهة نظر المبحوثين.
3. استكشاف طبيعة الموضوعات التي تنشر حولها الشائعات عبر منصات التواصل الاجتماعي خلال قرارات حظر النشر (2014-2024) من وجهة نظر المبحوثين.
4. تحليل مدى مساهمة قرارات حظر النشر (2014-2024) في انتشار الشائعات عبر منصات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر المبحوثين.

أسئلة الدراسة

1. ما درجة تأثير قرارات حظر النشر (2014-2024) على انتشار الشائعات عبر منصات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر المبحوثين؟
2. ما منصات التواصل الاجتماعي التي تُنشر من خلالها الشائعات خلال صدور قرارات حظر النشر (2014-2024) من وجهة نظر المبحوثين؟
3. ما طبيعة الموضوعات التي تنشر حولها الشائعات عبر منصات التواصل الاجتماعي خلال قرارات حظر النشر (2014-2024) من وجهة نظر المبحوثين؟
4. كيف تساهم قرارات حظر النشر (2014-2024) في انتشار الشائعات عبر منصات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر المبحوثين؟
5. هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة تأثير قرارات حظر النشر (2014-2024) على انتشار الشائعات عبر منصات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر المبحوثين تعزى لسماتهم الشخصية والوظيفية؟
6. هل توجد علاقة ارتباطية بين درجة تأثير قرارات حظر النشر (2014-2024) على انتشار الشائعات عبر منصات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر المبحوثين، وكيفية مساهمتها في هذا الانتشار؟

مصطلحات ومفاهيم الدراسة

- **حظر النشر (اصطلاحاً):** قرار صادر عن سلطة التحقيق أو المحاكمة يمنع تداول المعلومات حول قضية أو واقعة في كافة وسائل الإعلام، أي أنها تقويض حرية الصحافة وفرض قيود على تداولها للمعلومات والأخبار، فهو منع غير قابل للتأويل أو التفاوض، ويعد ملزم لكل وسائل الإعلام بعدم نشر وقائع معينة حول حادثة أو قضية ما (عبد النعيم، 2017).
- **حظر النشر (إجرائياً):** قرار صادر عن الجهات المختصة يمنع وسائل الإعلام الأردنية والعاملين فيها وأفراد الجمهور من نشر وتداول الأخبار

والمعلومات حول قضية معينة، وقد يكون قرار المنع مطلقاً كلياً بموجب التشريعات القانونية والأنظمة الخاصة، أو جزئياً يصدر بأمر من السلطات القضائية المتخصصة ويتعلق بجوانب ومعلومات محددة حول موضوع ما، ويترتب على المؤسسات الصحفية والأشخاص المخالفين لهذا القرار تعريضهم لعقوبة مخالفة منع النشر.

• **الصحفي (اصطلاحاً):** "عضو القنابة المسجل في سجل الصحفيين واتخذ الصحافة مهمة له" (قانون نقابة الصحفيين الأردنيين لسنة 1998، المادة 2).

• **الصحفيون الأردنيون (إجرائياً):** كل من هو عضو في نقابة الصحفيين الأردنيين ويتبع لقوانينها وتشريعاتها ويمارس مهنة الصحافة والإعلام ممارسة فعلية داخل حدود الدولة.

• **الشائعات (اصطلاحاً):** يقصد بها الأخبار والروايات الكاذبة المختلقة التي يتم نشرها بين أفراد المجتمع عبر منصات التواصل الاجتماعي لزعزعة الأمن والاستقرار وإحداث أزمات مصطنعة لا أساس لها من الصحة (وكال، 2018).

• **الشائعات (إجرائياً):** الأخبار غير الصحيحة التي يتم تداولها عبر منصات التواصل الاجتماعي أثناء صدور قرارات حظر النشر داخل الأردن، بحيث تتناول معلومات وأخبار موجودة وحقيقية متصلة بالقضية المحظور النشر حولها، ومن ثم يتم تضخيم هذه المعلومات وتحويلها والزيادة عليها بحيث تظهر بصورة مختلفة عن صورتها الحقيقية.

• **منصات التواصل الاجتماعي (اصطلاحاً):** أحد أشكال الإعلام الجديد التي تشتمل على مجموعة تطبيقات ومواقع إلكترونية، يمكن تنزيلها على الهواتف الذكية، بحيث تسمح للمستخدمين بإنشاء ملفات تعريفية خاصة بهم، ومن ثم ربطهم مع المستخدمين الآخرين الذي يشاركونهم نفس الاهتمامات، بحيث تتيح لهم إمكانية مشاركة المعلومات والأفكار، وإرسال الرسائل، وإجراء المكالمات، وتبادل الملفات متعددة الوسائط، وغيرها من الخدمات (أحمد، 2022).

• **منصات التواصل الاجتماعي (إجرائياً):** المواقع والتطبيقات الإلكترونية التي يستخدمها الجمهور الأردني للحصول على الأخبار والمعلومات، وخصوصاً عند صدور قرارات حظر النشر حيال قضية من القضايا، حيث توفر هذه المواقع والتطبيقات فرصاً للجمهور للحصول على تلك الأخبار والمعلومات باعتبارها أداة مهمة ووسيلة يصعب السيطرة على المحتوى المتداول من خلالها.

الدراسات السابقة

1. دراسة (الديبسي و أبو جامع، 2023) بعنوان "دوافع نشر الشائعات على شبكة الإنترنت في الأردن". سعت الدراسة إلى معرفة عدد ونوع الشائعات التي أحصتها منصة "حقك تعرف"، والكشف عن دوافع نشرها عبر استخدام المنهج المسحي باستخدام استمارة تحليل المضمون على عينة قوامها (62) شائعة نشرت في المنصة عام (2020). وتوصلت الدراسة إلى أن نسبة الشائعات في المجال الصحي بلغت (61%)، نتيجة فرض إجراءات وقائية خلال جائحة كورونا، تلتها الشائعات الاقتصادية بنسبة (23%) والسياسية بنسبة (8%)، واحتلت فئة أكثر من وسيلة اتصال رقمي المرتبة الأولى في نشر الشائعات بنسبة (35%)، يليها الواتساب بنسبة (24%)، ثم الفيسبوك بنسبة (18%)، فيما تمثلت أبرز دوافع نشر الشائعات في "التضليل وتزييف الحقائق" بنسبة (52.1%)، و"زعزعة ثقة المواطن بالحكومة" بنسبة (17.7%).

2. دراسة (باقطيان، 2021) بعنوان "دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة عدن". هدفت الدراسة إلى معرفة مدى انتشار الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وأسباب انتشارها، من خلال استخدام منهج المسح الإعلامي بالتطبيق على عينة قوامها (40) مفردة من أعضاء هيئة التدريس في جامعة عدن. وخلصت الدراسة إلى أن الشائعات ذات الطابع السياسي قد جاءت في مقدمة الشائعات الأكثر انتشاراً عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وتمثلت أبرز أسباب انتشار الشائعات عبر هذه المواقع في "عدم وجود قوانين وضوابط ملزمة تردع مروجي الشائعات"، وجاء موقعي الواتساب والفيسبوك في مقدمة المواقع الأكثر نشرًا للشائعات.

3. دراسة (عيسى، 2020) بعنوان "تقييم القائمين بالاتصال في المؤسسات الصحفية الورقية والمواقع الإلكترونية لآليات مواجهة الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي". سعت الدراسة إلى رصد أسباب انتشار الشائعات وأهدافها ومخاطرها وتأثيراتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي من خلال استخدام منهج المسح الإعلامي على عينة قوامها (189) مفردة من رؤساء ومديري التحرير ورؤساء الأقسام في وسائل الإعلام المصرية. وتوصلت الدراسة إلى (84.1%) من المبحوثين يرون أن شبكات التواصل الاجتماعي تؤدي دوراً كبيراً في نشر الشائعات، وجاءت الشائعات الاقتصادية في مقدمة أنواع الشائعات المنشورة عبر هذه الشبكات، وتمثلت أبرز أسباب انتشار الشائعات عبر شبكات التواصل الاجتماعي في "غياب الشفافية ونقص المعلومات"، كما تمثلت أبرز التأثيرات السلبية للشائعات في "تشويه الحقائق والمعلومات"، فيما تمثلت أبرز طرائق إنتاج الشائعات عبر تلك الشبكات في "استخدام المعلومات غير الصحيحة".

4. دراسة (حداد، 2020) بعنوان "دور الإعلام الأردني في مواجهة الشائعات من وجهة نظر القائمين على الاتصال في الأردن". سعت الدراسة

إلى تسليط الضوء على دوافع انتشار الشائعات في الأردن، وبيان دور الإعلام الأردني في مواجهة هذا الانتشار من خلال استخدام المنهج الوصفي المسحي بالتطبيق على جميع العاملين في التلفزيون الأردني ووكالة الأنباء الأردنية وصحيفة الرأي البالغ عددهم (397). وتوصلت الدراسة إلى أن "شبكات التواصل الاجتماعي" قد جاءت في المرتبة الأولى كأكثر الوسائل الإعلامية مساهمةً في نشر الشائعات بنسبة (87.3%)، وجاءت "الشائعات الاجتماعية" في مقدمة الشائعات الأكثر تداولاً في الأردن، وتمثلت أبرز دوافع انتشار الشائعات في "اغتيال الشخصيات العامة"، كما تمثلت أبرز مقاييس التدابير والإجراءات الوطنية للحد من انتشار الشائعات في الأردن في "التشريعات النازمة لمحاربة الشائعات في الأردن"، فيما تمثلت أبرز أدوار الإعلام الأردني في مواجهة الشائعات في الأردن في "تسهم المعلومات الدقيقة التي تقدمها وسائل الإعلام في محاربة الشائعات".

5. دراسة (عبد الحميد، 2019) بعنوان "الشائعات في شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيرها على نشر الأخبار الزائفة كما يراها الصحفيون بالمواقع الإخبارية". هدفت الدراسة إلى معرفة مستوى تأثير الشائعات على نشر الأخبار الزائفة بالمواقع الإخبارية؛ من خلال استخدام منهج المسح بالتطبيق على عينة قوامها (187) مفردة من الصحفيين في مصر. وتوصلت الدراسة إلى أن شبكة فيسبوك قد جاءت في مقدمة الشبكات الأكثر نشرًا للشائعات من وجهة نظر المبحوثين، وأن أبرز الشائعات المثارة عبر شبكات التواصل الاجتماعي قد تمثلت في الشائعات الاجتماعية، وأن أبرز الفئات المستهدفة من نشر الشائعات عبر تلك الشبكات قد تمثلت في "مؤسسات الدولة عمومًا"، وتمثلت أبرز أهداف الشائعات في "خلق عدم الثقة بالإجراءات الحكومية"، كما تمثلت أبرز الأسباب المؤدية لنشر الأخبار الزائفة في "الحصول على أكبر قدر من القراءات والإعجابات"، فيما تمثلت أبرز تأثيرات الشائعات في "التشكيك في المشروعات القومية".

6. دراسة (وكال، 2018) بعنوان "الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي ومدى تأثيرها على المجتمع الجزائري". سعت الدراسة إلى معرفة درجة انتشار الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي، وأبرز المواضيع التي تناولتها، من خلال استخدام منهج مسح الجمهور بالتطبيق على عينة قوامها (50) مفردة من طلبة الجامعات الجزائرية. وتوصلت الدراسة إلى أن أبرز مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها المبحوثين قد تمثلت في الفيسبوك بنسبة (56.4%)، ويرى (55%) من المبحوثين أن وسائل الإعلام الرسمية تعاني من غياب الشفافية، وأن (48.3%) يرون أن معظم أخبار منصات التواصل الاجتماعي غير صحيحة، في حين يرى (43.3%) أنه ينبغي اتخاذ إجراءات رادعة على ناشري الشائعات عبر هذه المنصات.

7. دراسة (المدني، 2017) بعنوان "دور شبكات التواصل الاجتماعي في ترويج الشائعات لدى طلاب الجامعات السعودية". سعت الدراسة إلى معرف دور شبكة تويتر في نشر الشائعات بين طلاب الجامعات السعودية من خلال استخدام منهج مسح الجمهور بالتطبيق على عينة قوامها (400) مفردة من طلاب جامعتي أم القرى، والملك عبد العزيز. وتوصلت الدراسة إلى أن (42.4%) من المبحوثين يرون أن شبكة تويتر تُستخدم في نشر الشائعات بدرجة كبيرة، وجاءت "الشائعات ذات الطابع السياسي" في مقدمة الشائعات التي يتعرض لها المبحوثين عبر شبكة تويتر، وتمثلت أبرز الوسائل استخدامًا في نشر الشائعات في "التلاعب في الصور الفوتوغرافية"، كما تمثلت أبرز أساليب خفض معدل الشائعات في "البيانات الرسمية"، فيما تمثلت أبرز المواقف التي يتخذها المبحوثين في حال التعرض للشائعات في "فقد الثقة بالمسؤولين وقادة المجتمع".

8. دراسة (سلمان، 2017) بعنوان "شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في نشر الشائعات من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى". هدفت الدراسة التعرف إلى دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات، وتحديد أبرز مواضيع الشائعات عبر هذه الشبكات من خلال استخدام منهج مسح الجمهور بالتطبيق على عينة قوامها (352) مفردة من أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى. وخلصت الدراسة إلى أن نشر الشائعات عبر شبكات التواصل الاجتماعي قد جاء بدرجة متوسطة، وجاءت شبكة (فيسبوك) بالمرتبة الأولى كأكثر الشبكات نشرًا للشائعات، كما جاءت المواضيع السياسية والاجتماعية في مقدمة الموضوعات التي تُنشر حولها الشائعات، فيما جاءت "سهولة إنتاج المعلومات ونشرها" في مقدمة أسباب انتشار الشائعات عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

9. دراسة (السديري، 2014) بعنوان "توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية الأمنية ضد خطر الشائعات". هدفت الدراسة إلى معرفة واقع توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية الأمنية ضد خطر الشائعات، ومعوقات هذا التوظيف، من خلال استخدام المنهج الوصفي التحليلي بالتطبيق على عينة قوامها (129) مفردة من العاملين في إدارة العلاقات العامة في بعض قطاعات وزارة الداخلية. وتوصلت الدراسة إلى أن أبرز مؤشرات توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية ضد خطر الشائعات قد تمثلت في رفع مستوى فهم أفراد المجتمع السعودي بما يحيط بهم من مخاطر، والرد على الشائعات التي تصفهم بالتطرف والإرهاب، وإغلاق المواقع الإلكترونية المشبوهة التي تبث الشائعات، وتمثلت أبرز المعوقات التي تحد من توظيف هذه الشبكات ضد الشائعات في لاهة مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي في معرفة أي خبر مثير، وسهولة تأثر المستخدمين لما ينشر من شائعات، وضعف الأنظمة واللوائح العقابية ضد مروجي الشائعات.

التعليق على الدراسات السابقة:

من خلال استعراض الدراسات السابقة يمكن ملاحظة الآتي:

- حداثة الدراسات السابقة، حيث أجري معظمها خلال السنوات العشر الأخيرة، مما يشير إلى أهمية دراسة تأثير قرارات حظر النشر على

انتشار الشائعات عبر منصات التواصل الاجتماعي من جهة نظر الصحفيين في الأردن، وضرورة تسليط الضوء عليها وارتباطها بالتحديات والضغوط التشريعية والقانونية التي يواجهها الصحفيون خلال تغطيتهم للأحداث ذات الطابع المتسارع والمحظور النشر حولها، مما يجعلها عرضة للشائعات والأخبار الكاذبة، الأمر الذي قد يجعل هذه الدراسة استكمالاً للدراسات السابقة.

• تتميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة في تناولها العلاقة بين قرارات حظر النشر وانتشار الشائعات عبر منصات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الصحفيين الممارسين للعمل الصحفي، بصفتهم الأكثر تأثراً بهذه القرارات، حيث يمكن يؤدي حظر النشر إلى منعهم من تغطية الأحداث والقضايا المحظور النشر حولها، مما يؤدي إلى اعتماد الجمهور على منصات التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات التي قد يصدرها أشخاص غير متخصصين، أو جهات تروج للشائعات والأخبار المغلوطة.

نوع الدراسة ومنهجها

تنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية التي تهدف إلى الوصول إلى المعرفة الدقيقة بالأحداث والظواهر والمشاهدات من خلال البحث في متغيراتها ومكوناتها وعناصرها وخصائصها (Ahmad et al., 2023b)، وتوفير كمية كافية من المعلومات اللازمة لتحليلها وتفسيرها، من أجل الوقوف على دلالاتها وأثارها (Habes et al., 2023b)، ووضع الإجراءات والتعليمات المناسبة لمعالجتها، أو تطويرها، أو تحسينها، أو تغييرها، أو استكمالها، أو التنبؤ بمستقبلها (Mahmoud et al., 2023; Ahmad et al, 2023a).

وفي إطار البحوث الوصفية؛ تم استخدام منهج مسح الجمهور الذي يستهدف التعرف إلى آراء واتجاهات ووجهات نظر الجمهور أو فئة معينة من الجمهور نحو قضية أو ظاهرة أو موضوع (Ahmad et al., 2022; Hatamleh et al., 2023b)، حيث تم تطبيق هذا المنهج على عينة من الصحفيين أعضاء نقابة الصحفيين الأردنيين العاملين والممارسين للعمل الصحفي بهدف معرفة تأثير قرارات حظر النشر (2024-2014) على انتشار الشائعات عبر منصات التواصل الاجتماعي.

مجتمع وعينة الدراسة

يتمثل مجتمع الدراسة في جميع أعضاء نقابة الصحفيين الأردنيين والبالغ عددهم بحسب سجلات النقابة حتى تاريخ تطبيق الدراسة (1357) صحفياً. وبحسب (Kerjcie & Morgan, 1970) فإن العدد الممثل لهذا المجتمع هو (300) مفردة من الممارسين للعمل الصحفي في المؤسسات الإعلامية المختلفة؛ حيث تم اختيارهم بطريقة العينة العشوائية المنتظمة بعد أن تم الحصول على كشوفات بأسماء أعضاء النقابة، باعتبارها أحد العينات الاحتمالية (العشوائية) التي يمكن تعميم نتائجها على مجتمع البحث، ويوضح الجدول (1) السمات الشخصية والوظيفية للمبحوثين.

الجدول (1): السمات الشخصية والوظيفية للمبحوثين

المتغير	الفئات	التكرار	النسبة المئوية
النوع الاجتماعي	ذكر	194	64.7%
	أنثى	106	35.3%
نمط ملكية الوسيلة التي يعمل بها	حكومية	126	42%
	خاصة	102	34%
	مستقلة	72	24%
الوسيلة الإعلامية التي يعمل بها المبحوث	وكالة الأنباء الأردنية	50	16.7%
	الصحف	64	21.3%
	الإذاعات	38	12.7%
	القنوات التلفزيونية	54	18%
	المواقع الإلكترونية	94	31.3%
سنوات الخبرة	أقل من 5 سنوات	70	23.3%
	5 سنوات – أقل من 10 سنوات	96	32%
	10 سنوات فأكثر	134	44.7%
المجموع الكلي = 300			

أداة الدراسة

تم الاعتماد في هذه الدراسة بشكل رئيس على أداة الاستبانة المصممة خصيصاً للدراسة وجمع البيانات والمعلومات الكافية عن تأثير قرارات حظر النشر (2024-2014) على انتشار الشائعات عبر منصات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الصحفيين في الأردن، وقد تضمنت المقاييس والمحاور التالية:

1. مقياس رباعي: لقياس محور منصات التواصل الاجتماعي التي تُنشر من خلالها الشائعات خلال صدور قرارات حظر النشر، ويشير التدرج في المقياس إلى درجة موافقة الباحثين على الفقرات الواردة في هذه المحاور، وتمثل الدرجة (3) أعلى درجة موافقة، والدرجة (0) أقل درجة موافقة، ولتحديد مستوى تقديرات عينة الدراسة تم احتساب المقياس من خلال طرح الحد الأعلى (3) من الحد الأدنى (0)، ثم قسمة الناتج على عدد الفئات المطلوبة وهي (3) فئات (مرتفعة، متوسطة، منخفضة) وبالتالي تصبح المعادلة وفقاً لما يلي: $(3 - 0) / 3 = 1$ ، بحيث تم إضافة (1) لنهاية كل فئة وفقاً لما يلي: $0 - 1.00 =$ منخفضة / $1.01 - 2.00 =$ متوسطة / $2.01 - 3.00 =$ مرتفعة.

2. مقياس خماسي: لقياس محور طبيعة الموضوعات التي تنشر حولها الشائعات عبر منصات التواصل الاجتماعي خلال قرارات حظر النشر، محور مساهمة قرارات حظر النشر في انتشار الشائعات عبر منصات التواصل الاجتماعي، ويشير التدرج في المقياس إلى درجة موافقة الباحثين على الفقرات الواردة في هذه المحاور، وتمثل الدرجة (5) أعلى درجة موافقة، والدرجة (1) أقل درجة موافقة، ولتحديد مستوى تقديرات عينة الدراسة تم احتساب المقياس من خلال طرح الحد الأعلى (5) من الحد الأدنى (1)، ثم قسمة الناتج على عدد الفئات المطلوبة وهي (3) فئات (مرتفعة، متوسطة، منخفضة) وبالتالي تصبح المعادلة وفقاً لما يلي: $(5 - 1) / 3 = 1.33$ ، بحيث تم إضافة (1.33) لنهاية كل فئة وفقاً لما يلي: $1 - 2.33 =$ منخفضة / $2.34 - 3.67 =$ متوسطة / $3.68 - 5 =$ مرتفعة.

إجراءات الصدق والثبات

تم استخدام أسلوب الصدق الظاهري أو صدق المحتوى أو المضمون عبر عرض أداة الدراسة (الاستبانة) على مجموعة من المحكمين الأكاديميين والمختصين في موضوع الدراسة وهم: (أ.د. حاتم علاومة - أستاذ الصحافة في جامعة الزرقاء، أ.د. عزام عنانزة - أستاذ الصحافة جامعة اليرموك، أ. يحيى شقير - عضو نقابة الصحفيين وخبير في قوانين الإعلام ورئيس سابق للجنة شكوى الإعلام)، بهدف التأكد من أنها تحقق أهدافها، وتجب عن أسئلتها، وتصلح لاختبار فرضياتها، وبأن صياغتها اللغوية سليمة وتخلو من الأخطاء الإملائية والمطبعية، وذلك قبل البدء بعملية التوزيع الميداني. أما بخصوص اختبار الثبات؛ فقد تم استخدام برنامج التحليل الإحصائي (SPSS/V25) عبر الاعتماد على معامل الثبات كرونباخ ألفا (Cronbach Alpha) الذي يتم من خلاله حساب معاملات الارتباط لكل محور من محاور أداة الدراسة، ومستوى ارتباط الفقرات مع المحور الذي تنتمي إليه (Ahmad, 2022)، وقد بلغت قيمة الثبات الكلي للأداة (93.7%) وتعد هذه القيمة مقبولة في البحوث الإعلامية نظراً لأنها أعلى من (60%)، ويوضح الجدول (2) قيم معامل الثبات لكل محور من محاور الاستبانة.

الجدول (2): معامل الثبات كرونباخ ألفا (Cronbach Alpha) لمحاور الاستبانة

المحور	معامل الثبات
طبيعة الموضوعات التي تنشر حولها الشائعات عبر منصات التواصل الاجتماعي خلال قرارات حظر النشر.	87%
كيفية مساهمة صدور قرارات حظر في انتشار الشائعات عبر منصات التواصل الاجتماعي.	92.5%

نتائج الدراسة ومناقشتها

- درجة تأثير قرارات حظر النشر (2024-2014) على انتشار الشائعات

الجدول (3): درجة تأثير قرارات حظر النشر على انتشار الشائعات عبر منصات التواصل الاجتماعي

مستوى التأثير	التكرارات	النسبة المئوية
بدرجة مرتفعة	202	67.3%
بدرجة متوسطة	76	25.3%
بدرجة منخفضة	14	4.7%
لا تؤثر	8	2.7%
المجموع الكلي	300	100%

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن المبحوثين الذين يرون أن قرارات حظر النشر (2014-2024) تؤثر على انتشار الشائعات عبر منصات التواصل الاجتماعي بدرجة مرتفعة قد جاءوا في المرتبة الأولى؛ وبلغ عددهم (202) ونسبة (67.3%)، يليهم من يرون أنها تؤثر بدرجة متوسطة؛ وبلغ عددهم (76) مفردة ونسبة (25.3%)، ثم من يرون أنها تؤثر بدرجة منخفضة؛ وبلغ عددهم (14) مفردة ونسبة (4.7%)، وفي المرتبة الأخيرة من يرون أن هذه القرارات لا تؤثر على انتشار الشائعات عبر المنصات؛ وبلغ عددهم (8) مفردات ونسبة (2.7%).

ويمكن تفسير أن النسبة العظمى من المبحوثين يرون أن قرارات حظر النشر تؤثر بدرجة مرتفعة على انتشار الشائعات عبر منصات التواصل الاجتماعي إلى الفراغ الإعلامي الذي يخلقه التزام وسائل الإعلام والصحفيين بقرارات حظر النشر، وعدم تداولهم معلومات حول الموضوع الواقع عليه هذا القرار، وغياب الرقابة الشاملة عن مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي التي تتيح لهم سرعة تناقل المعلومات وبشكل مريح دون التأكد من صحتها، مما يسهم في انتشار الشائعات عبر هذه المنصات في ظل غياب المعلومات الصحيحة، ومحاولة الجمهور ملء الفراغ المعلوماتي بمعلومات قد تكون غير دقيقة، وشعور الناس بعدم الرضا تجاه هذه القرارات، والرغبة في مشاركة المعلومات التي تثير اهتمامهم أو تجذب انتباههم بصرف النظر عن صحتها.

وتتفق هذه النتائج مع دراسة (عيسى، 2020) التي توصلت إلى أن النسبة العظمى من المبحوثين يرون أن شبكات التواصل الاجتماعي تؤدي دوراً كبيراً في نشر الشائعات بسبب غياب الشفافية ونقص المعلومات، في حين تختلف مع دراسة (سلمان، 2017) التي توصلت إلى أن النسبة العظمى يرون أن مصات التواصل الاجتماعي تساهم في نشر الشائعات بدرجة متوسطة.

- منصات التواصل الاجتماعي التي تنشر عبرها الشائعات خلال قرارات حظر النشر (2014-2024)

الجدول (4): منصات التواصل الاجتماعي التي تنشر عبرها الشائعات خلال صدور قرارات حظر النشر

الدرجة	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	المنصات
مرتفعة	0.578	2.77	فيسبوك.
مرتفعة	0.674	2.60	منصة إكس (تويتر سابقاً).
مرتفعة	0.779	2.53	انستغرام.
مرتفعة	0.832	2.32	واتساب.
مرتفعة	0.773	2.14	يوتيوب.
مرتفعة	0.917	2.02	سناپ شات.
متوسطة	0.951	1.98	تيك توك.
مرتفعة	0.786	2.34	المتوسط العام

توضح بيانات الجدول السابق أن أكثر منصات التواصل الاجتماعي التي تُنشر عبرها الشائعات خلال صدور قرارات حظر النشر (2014-2024) من وجهة نظر المبحوثين قد تمثلت في "فيسبوك" بمتوسط حسابي (2.77) وبدرجة مرتفعة، يليها "منصة إكس (تويتر سابقاً)" بمتوسط حسابي (2.60) وبدرجة مرتفعة، فيما تمثلت أقل المنصات نشرًا للشائعات خلال صدور قرارات حظر النشر في "سناپ شات" بمتوسط حسابي (2.02) وبدرجة مرتفعة، يليها "تيك توك" بمتوسط حسابي (1.98) وبدرجة متوسطة.

وقد يعزى مجيء "فيسبوك" في مقدمة منصات التواصل الاجتماعي التي تنشر عبرها الشائعات خلال صدور قرارات حظر النشر إلى اعتبارها أكثر منصة يستخدمها الجمهور الأردني، حيث بلغ عدد مستخدميها (4.9) مليون مستخدم في الأردن بحسب إحصائيات مؤسسة (Hootsuite) لإدارة منصات التواصل الاجتماعي لعام (2023)، كما أن زيادة عدد المتابعات والمشاركات والتعليقات عبر منصتي فيسبوك وتويتر تؤدي إلى عدم القدرة على التفريق بين المعلومات الصحيحة والشائعات، وخصوصاً في ظل صعوبة مراقبتها وفحص كل المحتوى المنشور عبرها، وسماحها بمشاركة المحتوى بسرعة كبيرة، الأمر الذي يشجع على نشر المحتوى المثير للجدل من أجل زيادة الإعجابات والمتابعات، فضلاً عن الأشكال المختلفة التي تسمح للنشر من خلالها كالفيديو والصورة والكتابة، كما يعزى مجيء "تيك توك" في المرتبة الأخيرة بين منصات التواصل الاجتماعي التي تنشر عبرها الشائعات خلال صدور هذه القرارات إلى قلة مستخدمي هذه المنصة بين الجمهور الأردني وتمركز مستخدميها بين فئة الشباب فقط؛ بالإضافة إلى حظر استخدام المنصة داخل الأردن إلا من خلال تطبيقات خاصة تسمح لبعض المستخدمين الدخول إليها عبر حسابات خارجية وخوارزميات تكنولوجية، الأمر الذي قلل عدد مستخدميها.

وتتفق هذه النتائج مع دراسة (باقطين، 2021) و (عبد الحميد، 2019) و (سلمان، 2017) و (وكال، 2018) اللواتي توصلن إلى أن شبكة فيسبوك

جاءت في مقدمة الشبكات الأكثر نشرًا للشائعات، في حين تختلف هذه النتائج مع دراسة (الدبيسي وأبو جامع، 2023) التي خلصت إلى أن الواتساب جاء في مقدمة منصات التواصل الاجتماعي الأكثر نشرًا للشائعات، كما تختلف مع دراسة (المدني، 2017) التي توصلت إلى أن منصة تويتر هي الأكثر نشرًا للشائعات.

- الموضوعات التي تنشر حولها الشائعات خلال قرارات حظر النشر (2014-2024)

الدرجة	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الموضوعات
مرتفعة	0.692	4.57	القضايا المتعلقة بالإجراءات الحكومية وعمل الوزارات والدوائر.
مرتفعة	0.692	4.42	الجرائم والتحقيقات الجنائية.
مرتفعة	0.720	4.42	نظريات المؤامرة التي تزعم وجود مخططات خفية أو تلاعب بالمعلومات.
مرتفعة	0.773	4.37	الموضوعات الخاصة بالمظاهرات والاعتصامات.
مرتفعة	0.718	4.35	قضايا الشخصيات العامة.
مرتفعة	0.796	4.33	قضايا الشرف والموضوعات الأسرية.
مرتفعة	0.773	4.33	الأمن القومي وما يتعلق بالمصلحة الوطنية.
مرتفعة	0.796	4.29	الموضوعات المؤثرة سلبيًا على العلاقات الدولية.
مرتفعة	0.768	4.24	موضوعات ازدياد الأديان.
مرتفعة	0.878	4.23	المحتوى الإباحي أو غير اللائق.
مرتفعة	0.761	4.36	المتوسط العام

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن أبرز الموضوعات التي تنشر حولها الشائعات عبر منصات التواصل الاجتماعي خلال قرارات حظر النشر (2014-2024) من وجهة نظر الباحثين قد تمثلت في "القضايا المتعلقة بالإجراءات الحكومية وعمل الوزارات والدوائر" بمتوسط حسابي (4.57) وبدرجة مرتفعة، يليها "الجرائم والتحقيقات الجنائية" و "نظريات المؤامرة التي تزعم وجود مخططات خفية أو تلاعب بالمعلومات" بمتوسط حسابي (4.42) لكل منهما وبدرجة مرتفعة، فيما تمثلت أقل الموضوعات التي تنشر حولها الشائعات عبر منصات التواصل الاجتماعي خلال صدور هذه القرارات في "الموضوعات المؤثرة سلبيًا على العلاقات الدولية" بمتوسط حسابي (4.29) وبدرجة مرتفعة، يليها "موضوعات ازدياد الأديان" بمتوسط حسابي (4.24) وبدرجة مرتفعة، ثم "المحتوى الإباحي أو غير اللائق" بمتوسط حسابي (4.23) وبدرجة مرتفعة.

ويمكن تفسير معي "القضايا المتعلقة بالإجراءات الحكومية وعمل الوزارات والدوائر" في مقدمة الموضوعات التي تنشر حولها الشائعات عبر منصات التواصل الاجتماعي خلال قرارات حظر النشر إلى غياب الثقة بالإجراءات الحكومية وعدم شفافيتها في اتخاذ القرارات المتعلقة بها، وتقديمها المعلومات والردود على الاستفسارات بشكل بطيء، الأمر الذي يدفع الجمهور إلى البحث عن معلومات من مصادر غير رسمية عند صدور قرار حظر نشر يمنع تداول المعلومات حول القضايا المرتبطة بالحكومة، بالإضافة إلى ضعف الحكومات بحل التحديات الاقتصادية والاجتماعية وفقدان الجمهور الثقة بها وبالوزارات والدوائر التابعة لها، الأمر الذي يتوافق مع معتقدات الجمهور وتوجهاتهم السياسية مما يسهل عملية تشويه سمعة الجهات الحكومية أثناء صدور قرارات حظر النشر، كما يعزى معي "المحتوى الإباحي أو غير اللائق" في المرتبة الأخيرة إلى وجود العديد من الضوابط الدينية والأخلاقية والأعراف والتقاليد الضابطة من قبل مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي في المجتمع الأردني المحافظ على مبادئه ومعتقداته التي تحثه على عدم الإساءة للآخر أو التعرض لشرفه وسمعته، ومعرفتهم بالقوانين والتشريعات الصارمة التي تخول الجهات المعنية بمعاينة الأفراد أو المؤسسات التي تنشر هذا المحتوى أو تساعد على بثه.

وتختلف هذه النتائج مع دراسة (الدبيسي وأبو جامع، 2023) التي توصلت إلى أن أبرز الموضوعات التي تُنشر حولها الشائعات قد تمثلت في "موضوعات المجال الصحي"، كما تختلف مع دراسة (عيسى، 2020) التي خلصت إلى أن أبرز الموضوعات التي تنشر حولها الشائعات عبر منصات التواصل الاجتماعي هي الموضوعات الاقتصادية، وتختلف أيضًا مع دراسة (حداد، 2020) ودراسة (عبد الحميد، 2019) اللتان توصلتا إلى أن أبرز الموضوعات التي تنشر حولها الشائعات عبر المنصات قد تمثلت في الشائعات الاجتماعية، في حين تتفق هذه النتائج مع دراسة (باقطين، 2021) التي أوضحت أن الشائعات ذات الطابع السياسي قد جاءت في مقدمة الشائعات الأكثر انتشارًا عبر منصات التواصل الاجتماعي، كما تتفق مع دراسة (المدني، 2017) ودراسة (سلمان، 2017) اللتان أشارتا إلى أن الشائعات ذات الطابع السياسي قد جاءت في مقدمة الشائعات المنشورة عبر هذه المنصات.

- مساهمة قرارات حظر النشر (2014-2024) في انتشار الشائعات عبر منصات التواصل الاجتماعي

الجدول (6): مساهمة صدور قرارات حظر النشر في انتشار الشائعات عبر منصات التواصل الاجتماعي

الدرجة	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	المساهمة
مرتفعة	0.681	4.59	بحث الأفراد عن مصادر بديلة غير موثوقة للحصول على المعلومات.
مرتفعة	0.654	4.54	تشتيت الجمهور وعدم تمييزه المعلومات الصحيحة.
مرتفعة	0.753	4.51	تجعل المعلومات أكثر جذبًا وتشويقًا للجمهور.
مرتفعة	0.691	4.48	انتشار المعلومات المضللة حول القضية المحظورة.
مرتفعة	0.665	4.47	زيادة الشكوك ونظريات المؤامرة على وجود معلومات خفية.
مرتفعة	0.737	4.45	التلاعب بالصور ومقاطع الفيديو والتسجيلات الصوتية.
مرتفعة	0.706	4.42	زيادة التضارب والجدل والنقاشات حول القضية المحظورة.
مرتفعة	0.709	4.40	نشر تصريحات قديمة على أنها جديدة ومرتبطة بالموضوع الحالي.
مرتفعة	0.797	4.38	ظهور صفحات تنتحل صفة رسمية أو حكومية.
مرتفعة	0.801	4.35	تزييف القرارات وتصريحات الشهود.
مرتفعة	0.813	4.26	التشهير بالشخصيات العامة والأفراد.
مرتفعة	0.728	4.44	المتوسط العام

توضح بيانات الجدول السابق أن أبرز طرق مساهمة قرارات حظر النشر (2014-2024) في انتشار الشائعات عبر منصات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الباحثين قد تمثلت في "بحث الأفراد عن مصادر بديلة غير موثوقة للحصول على المعلومات" بمتوسط حسابي (4.59) وبدرجة مرتفعة، يليها "تشتيت الجمهور وعدم تمييزه المعلومات الصحيحة" بمتوسط حسابي (4.54) وبدرجة مرتفعة، ثم "تجعل المعلومات أكثر جذبًا وتشويقًا للجمهور" بمتوسط حسابي (4.51) وبدرجة مرتفعة، فيما تمثلت أقل طرق المساهمة في "ظهور صفحات تنتحل صفة رسمية أو حكومية" بمتوسط حسابي (4.38) وبدرجة مرتفعة، يليها "تزييف القرارات وتصريحات الشهود" بمتوسط حسابي (4.35) وبدرجة مرتفعة، ثم "التشهير بالشخصيات العامة والأفراد" بمتوسط حسابي (4.26) وبدرجة مرتفعة.

وقد يعزى مجيء "بحث الأفراد عن مصادر بديلة غير موثوقة للحصول على المعلومات" في مقدمة طرق مساهمة صدور قرارات حظر النشر في انتشار الشائعات عبر منصات التواصل الاجتماعي إلى الفضول وحاجة الجمهور لمعرفة المعلومات حول القضايا والأحداث الهامة التي تثير القلق والانفعال بينهم وخصوصًا في حال صدرت قرارات حظر نشر حولها، ورغبتهم في معرفة المزيد حول هذه القضايا والأحداث لتخفيف التوتر فيما بينهم، نظرًا لنقص المعلومات من مصادرها الرسمية، وصعوبة الوصول إليها بسبب القيود والتحفظات الحكومية التي تمنع النشر والتداول المعلوماتي حولها، وغياب الجهات الإعلامية التي من المفترض أن تزود الجمهور بالمعلومات الصحيحة من مصادرها الرسمية.

وتتفق هذه النتائج مع دراسة (عيسى، 2020) التي أوضحت أن أبرز تأثيرات منصات التواصل الاجتماعي قد تمثلت في تشويه الحقائق والمعلومات، كما تختلف مع دراسة (المدني، 2017) التي أشارت إلى أن أبرز الوسائل التقنية استخدامًا في نشر الشائعات هي الصور الفوتوغرافية.

- الفروقات في درجة تأثير قرارات حظر النشر (2014-2024) على انتشار الشائعات عبر منصات التواصل الاجتماعي تعزى للسمات

الشخصية والوظيفية للمبحوثين

الجدول (7): الفروقات في درجة تأثير قرارات حظر النشر على انتشار الشائعات عبر منصات التواصل الاجتماعي تعزى للسمات الشخصية

والوظيفية للمبحوثين

المعامل الإحصائي	المتغير الديموغرافي	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة المعامل الإحصائي	مستوى الدلالة
T-test	النوع	2.55	0.769	-0.970	0.333
	ذكر	2.62	0.577		
One-Way ANOVA	نمط الملكية	2.61	0.551	1.183	0.308
	خاصة	2.64	0.523		

المعامل الإحصائي	المتغير الديموغرافي	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة المعامل الإحصائي	مستوى الدلالة
	مستقلة	2.54	0.604		
One-Way ANOVA	الوسيلة	2.53	0.590	0.802	0.525
		2.66	0.481		
		2.63	0.560		
		2.54	0.599		
		2.74	0.443		
One-Way ANOVA	سنوات الخبرة	2.60	0.549	0.032	0.969
		2.59	0.535		
		2.61	0.574		

يتضح من الجدول السابق عدم صحة الفرضية التي تنص على وجود فروق ذات دلالة إحصائية في درجة تأثير قرارات حظر النشر (2024-2014) على انتشار الشائعات عبر منصات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر المبحوثين تعزى لسماتهم الشخصية والوظيفية التالية (النوع الاجتماعي، نمط ملكية الوسيلة الإعلامية، الوسيلة الإعلامية، سنوات الخبرة)، الأمر الذي يشير تقارب تأثير قرارات حظر النشر على انتشار الشائعات عبر منصات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر المبحوثين بصرف النظر عن سماتهم الشخصية والوظيفية.

- العلاقة بين درجة تأثير قرارات حظر النشر (2024-2014) على انتشار الشائعات عبر منصات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر المبحوثين، وكيفية مساهمتها في هذا الانتشار.

الجدول (8): معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين درجة تأثير قرارات حظر النشر على انتشار الشائعات عبر منصات التواصل

الاجتماعي من وجهة نظر المبحوثين، وكيفية مساهمتها في هذا الانتشار

كيفية مساهمة قرارات حظر النشر في انتشار الشائعات عبر منصات التواصل الاجتماعي			
درجة تأثير قرارات حظر النشر على انتشار الشائعات	التكرار	معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation)	مستوى الدلالة
	292	0.216	0.000

يشير معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation) في الجدول السابق إلى وجود علاقة ارتباط إيجابية دالة إحصائية بين درجة تأثير قرارات حظر النشر (2024-2014) على انتشار الشائعات عبر منصات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر المبحوثين، وكيفية مساهمتها في هذا الانتشار، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط بيرسون ($r=0.216$) عند مستوى الدلالة (0.000)، وهي دالة إحصائية عند مستوى (0.05)، الأمر الذي يشير إلى أنه كلما زادت درجة تأثير قرارات حظر النشر على انتشار الشائعات عبر منصات التواصل الاجتماعي، زادت مساهمتها في انتشار الشائعات عبر منصات التواصل الاجتماعي.

خلاصة نتائج الدراسة

توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أبرزها:

- النسبة الأكبر من المبحوثين (67.3%) يرون أن قرارات حظر النشر (2024-2014) تؤثر على انتشار الشائعات عبر منصات التواصل الاجتماعي بدرجة مرتفعة، في حين أن النسبة الأدنى من يرون أنها لا تؤثر على انتشار الشائعات بنسبة (2.7%).
- تمثلت أبرز منصات التواصل الاجتماعي التي تُنشر عبرها الشائعات خلال صدور قرارات حظر النشر (2024-2014) من وجهة نظر المبحوثين في "فيسبوك" بدرجة مرتفعة، فيما تمثلت أقل المنصات التي تُنشر عبرها الشائعات في منصة "تيك توك" وبدرجة متوسطة.
- تمثلت أبرز الموضوعات التي تنشر حولها الشائعات عبر منصات التواصل الاجتماعي خلال قرارات حظر النشر (2024-2014) من وجهة نظر المبحوثين في "القضايا المتعلقة بالإجراءات الحكومية وعمل الوزارات والدوائر"، فيما تمثلت أقل هذه الموضوعات في "المحتوى الإباحي أو غير اللائق".

- تمثلت أبرز طرائق مساهمة قرارات حظر النشر (2014-2024) في انتشار الشائعات عبر منصات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر المبحوثين في "بحث الأفراد عن مصادر بديلة غير موثوقة للحصول على المعلومات"، فيما تمثلت أقل طرائق المساهمة في "التشهير بالشخصيات العامة والأفراد".
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في درجة تأثير قرارات حظر النشر (2014-2024) على انتشار الشائعات عبر منصات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر المبحوثين تعزى لسماتهم الشخصية والوظيفية التالية (النوع الاجتماعي، نمط ملكية الوسيلة الإعلامية، الوسيلة الإعلامية، سنوات الخبرة)، الأمر الذي يشير تقارب تأثير قرارات حظر النشر على انتشار الشائعات عبر منصات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر المبحوثين بصرف النظر عن سماتهم الشخصية والوظيفية.
- وجود علاقة ارتباط إيجابية دالة إحصائية بين درجة تأثير قرارات حظر النشر (2014-2024) على انتشار الشائعات عبر منصات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر المبحوثين، وكيفية مساهمتها في هذا الانتشار، الأمر الذي يشير إلى أنه كلما زادت درجة تأثير قرارات حظر النشر على انتشار الشائعات عبر منصات التواصل الاجتماعي، زادت مساهمتها في انتشار الشائعات عبر منصات التواصل الاجتماعي.

التوصيات والمقترحات

- ضرورة إعادة النظر في آلية صدور قرارات حظر النشر، واستثناء الصحفيين من هذه القرارات كونهم المخولين في نقل المعلومات الصحيحة إلى الجمهور، ولضمان تحقيق التوازن بين الحاجة إلى المعرفة وحرية الصحافة، خاصة في ظل ما يشهده العالم من سرعة في انتشار المعلومات وسهولة تناقلها ضمن الفضاء الإلكتروني المفتوح من قبل مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي، وصعوبة السيطرة عليهم.
- تفعيل القوانين المتعلقة باتخاذ إجراءات وعقوبات رادعة بحق كل من يقوم بنشر الشائعات عبر منصات التواصل الاجتماعي حول الموضوعات التي يصدر بحقها قرار حظر نشر، وإيجاد آلية تساعد الجمهور بإبلاغ الجهات الرسمية عن مطلقي الشائعات ومتداوليها.
- عدم التوسع بإصدار قرارات حظر النشر؛ خاصة ما يتعلق بالأمر التي تهم الرأي العام، والقضايا المرتبطة بالشخصيات العامة، منعاً لانتشار الشائعات عبر منصات التواصل الاجتماعي، والكفاية بإصدار هذه القرارات ضمن الأطر التي نص عليها الدستور.
- تفعيل دور الإعلام الرسمي والناطقين الرسميين باسم الجهات الحكومية أثناء صدور قرارات حظر النشر؛ لتزويد الجمهور والصحفيين بالمعلومات أولاً بأول، وعدم ترك الجمهور ضحية للمعلومات غير الصحيحة والمنتشرة عبر مختلف وسائل الإعلام الرقمي، وتحديدًا منصات التواصل الاجتماعي.
- البحوث المستقبلية: ضرورة إجراء المزيد من الدراسات حول:
 - موضوع صدور قرارات حظر النشر، خاصة ما يتعلق بتأثيراتها على أداء الصحفيين، وقوانين حق الحصول على المعلومات وحرية التعبير والديمقراطية.
 - إجراء دراسات تُعنى بالجوانب القانونية والتشريعية المؤثرة على أداء الصحفيين في الأردن، وتحديدًا بعد تعديلات قانون الجرائم الإلكترونية لعام (2023).
 - استكمالاً لهذه الدراسة يمكن إجراء دراسات تحليلية حول دور السياسات الحكومية في تنظيم منصات التواصل الاجتماعي أثناء إصدار قرارات حظر النشر.
 - دراسة أثر قرارات حظر النشر على سلوك مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي، وعلاقتها بمستويات الحرية والديمقراطية والتفاعل الاجتماعي.
 - استكشاف العلاقة بين صدور قرارات حظر النشر ومستويات الثقة العامة بالحكومة داخل الأردن.

المصادر والمراجع

- أحمد، ع. (2022). اعتماد الجمهور الأردني على منصات التواصل الاجتماعي مصدرًا للمعلومات عن فيروس كورونا المستجد. *مجلة العلوم الاجتماعية*، 50(5)، 367-331.
- باقطين، ع. (2021). دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة عدن. *مجلة الفنون والإعلام*، 4(4)، 685-657.
- حداد، ر. (2020). *دور الإعلام الأردني في مواجهة الشائعات من وجهة نظر القائمين على الاتصال في الأردن* (رسالة ماجستير غير منشورة). الأردن: جامعة الشرق الأوسط، كلية الإعلام.

- الدبسي، ع. وأبو جامع، م. (2023). دوافع نشر الشائعات على شبكة الإنترنت في الأردن: دراسة تحليلية لمضمون الشائعات المنشورة على منصة "حكك تعرف". *دراسات: العلوم الإنسانية والاجتماعية*، 50(2)، 538-525.
- ربيع، ح. وأمين، ج. (2019). إشكاليات التنظيم القانوني للمسؤولية الجنائية عن النشر الصحفي الإلكتروني في مصر. *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، 18(4)، 119-163.
- السديري، ت. (2014). *توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية الأمنية ضد خطر الشائعات* (رسالة ماجستير غير منشورة). السعودية: جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، كلية العدالة الجنائية.
- سلمان، أ. (2017). *شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في نشر الشائعات من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى*. (رسالة ماجستير غير منشورة). الأردن: جامعة الشرق الأوسط، كلية الإعلام.
- عبد الحميد، ح. (2019). الشائعات في شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيرها على نشر الأخبار الزائفة كما يراها الصحفيون بالمواقع الإخبارية. *المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان*. 2019(18)، 59-97.
- عبد النعيم، أ. (2017). الضوابط القانونية لقرار حظر النشر، *المؤتمر العلمي الرابع (القانون والإعلام)*، خلال الفترة 23-24/4/2017. مصر: جامعة طنطا، كلية الحقوق.
- عيسى، إ. (2020). تقييم الفائمين بالاتصال في المؤسسات الصحفية الورقية والمواقع الإلكترونية لآليات مواجهة الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي. *المجلة العلمية لبحوث الإعلام*. 2020(73)، 275-321.
- قانون نقابة الصحفيين الأردنيين رقم (15) لسنة (1998).
- القيسي، ز. (2022). *المسؤولية المدنية الناشئة عن ترويج الشائعات عبر وسائل التواصل الاجتماعي* (رسالة ماجستير غير منشورة). الأردن: جامعة الشرق الأوسط، كلية الحقوق.
- المدني، أ. (2017). دور شبكات التواصل الاجتماعي في ترويج الشائعات لدى طلاب الجامعات السعودية. *مجلة جامعة أم القرى للعلوم الاجتماعية*، 9(2)، 81-9.
- وكال، ب. (2018). *الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي ومدى تأثيرها على المجتمع الجزائري* (رسالة ماجستير غير منشورة). الجزائر: جامعة محمد بوضياف، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية.

References

- Ahmad, A. K. M. (2022). The Impact of the Use of Social Networking Platforms on the Jordanian Voters in the Nineteenth Jordanian Parliamentary Elections during the Emerging Pandemic of the Coronavirus (COVID-19). *Zarqa Journal for Research and Studies in Humanities*, 22(2), 333-350. <https://doi.org/10.12816/0061218>
- Ahmad, A. K., Al-Ameer, A., Alrahman, A., Alzyoud, S., & Makhareh, M. (2023). Media Coverage of the 2021 Palestinian-Israeli Conflict: A Content Analysis into the Online Version of Newspapers in Jordan. *Information Sciences Letters*, 12(7), 3239-3253. <http://dx.doi.org/10.18576/isl/120747>
- Ahmad, A. K., AL-Jalabneh, A. A., Mahmoud, A., & Safori, A. (2022, March). Covid-19 and the Resurgence of the Hypodermic Needle Theory Applicability in Times of Crises. In *International Conference on Business and Technology* (pp. 1423-1436). Cham: Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-031-08954-1_124
- Ahmad, A. K., Tahat, O., Safori, A., Al-Zpubi, A., Ahmad, H. K., & Ananza, A. (2023). The Role of Television Sports Programs in Shaping Awareness of Physical Health among Jordanian University Students. *Information Sciences Letters*, 12(7), 3077-3086. <http://dx.doi.org/10.18576/isl/120734>
- Alzyoud, S., Ahmad, A. K., Makhareh, A., Alabed Alrahman, A., & Safori, A. (2023). The Concept of "New Media" among Jordanian News Producers. *Journal of Digital Media & Policy*, online first. https://doi.org/10.1386/jdmp_00128_1
- Habes, M., Alghizzawi, M., Ahmad, A. K., & Almuhaissen, O. (2023). The Impact of Digital Media Learning Apps on Students' Behaviors in Distance Learning During COVID-19 at the University of Jordan. *Studies in Media and Communication*, 11(3), 123-139. <https://doi.org/10.11114/smc.v11i3.5982>
- Habes, M., Elareshi, M., Safori, A., Ahmad, A. K., Al-Rahmi, W., & Cifuentes-Faura, J. (2023). Understanding Arab Social TV Viewers' Perceptions of Virtual Reality Acceptance. *Cogent Social Sciences*, 9(1). <https://doi.org/10.1080/23311886.2023.2180145>
- Hatamleh, I. H. M., Safori, A. O., Ahmad, A. K., & Al-Etoun, N. M. D. I. (2023). Exploring the Interplay of Cultural Restraint: The Relationship between Social Media Motivation and Subjective Happiness. *Social Sciences*, 12(4), 228. <https://doi.org/10.3390/socsci12040228>

- Hatamleh, I. H. M., Safori, A. O., Habes, M., Tahat, O., Ahmad, A. K., Abdallah, R. A. Q., & Aissani, R. (2023). Trust in Social Media: Enhancing Social Relationships. *Social Sciences*, 12(7), 416. <https://doi.org/10.3390/socsci12070416>
- Krejcie, R., & Morgan, D. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30, 607-610.
- Mahmoud, A., Ahmad, A. K., Safori, A., Eid, Y. N. A., & Al Tawalbeh, A. (2023). The Effect of Television and Electronic Advertisements on The Mental Image of Women Among A Group of Female Media Professionals. *Studies in Media and Communication*, 11(3), 31-46. <https://doi.org/10.11114/smc.v11i3.5981>
- Safori, A., Abd Rahman, N. A. B., & Ahmad, A. K. (2023). Media Content in the Digital Age. *Studies in Media and Communication*, 11(3), 1-2. [10.11114/smc.v11i3.5971](https://doi.org/10.11114/smc.v11i3.5971)
- Safori, A., Ahmad, A., Al-Jalabneh, A., & Mahmoud, A. (2024). New Approaches to Improve the Media Content Industry: A Conceptual Approach. *International Journal of Humanities and Social Sciences (IJHSS)*, 13(1), 39-54.