



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي و البحث العلمي
جامعة العقيد أكللي محند أولطاج البويرة
كلية العلوم الاجتماعية و الإنسانية
قسم علم الإعلام و الاتصال



مذكرة تخرج لنيل شهادة ليسانس بعنوان:

اثر مواقع التواصل الاجتماعي في ترويج الإشاعات
على المجتمع الجزائري خلال أزمة كورونا
[دراسة ميدانية لرواد منصات التواصل الاجتماعي]

تخصص: علوم الإعلام و الإتصال

إعداد الطلبة:

- سحالي كريم
- حدانو أيليا
- الهادي كنزة

إشراف الأستاذة:

باي أمال

السنة الجامعية

2022/2021

الله أكبر



شكر و عرفان

نتقدم بجزيل الشكر و التقدير للأستاذة المشرفة

"بأي آمال" على كل ما قدمته لنا من توجيهات و

نصائح و معلومات قيمة ساهمت في إثراء دراستنا

فهرس

المحتويات

فهرس المحتويات :

الصفحة	المواضيع
1 4-3 5 7	- شكر وتقدير - فهرس المحتويات - قائمة الجداول - مقدمة
	الإطار المنهجي
11-10 11 12 12 14-12 16-14 16 16 17 17 17 18-17 18	I. موضوع الدراسة 1. تحديد مشكلة الدراسة 2. أهمية الدراسة 3. أسباب اختيار الموضوع 4. أهداف الدراسة 5. الدراسات السابقة 6. تحديد المفاهيم 7. منظور الدراسة 8. صعوبات الدراسة II. الإجراءات المنهجية للدراسة 1. 2- المجال الزمني للدراسة 2. 3- المجال المكاني للدراسة 3. 4- منهج الدراسة 4. 5- مجتمع البحث و عينة الدراسة 5. 6- أدوات جمع البيانات

الصفحة	إطار النظري
	الفصل الأول: مواقع التواصل الاجتماعي
22-21	1- نشأة مواقع التواصل الاجتماعي
23-22	2- أهداف مواقع التواصل الاجتماعي
24-23	3- خصائص مواقع التواصل الاجتماعي
25-24	4- إيجابيات و سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي
27-26	5- نماذج عن أشهر مواقع التواصل الاجتماعي
	الفصل الثاني: ماهية الإشاعة
29	1- نشأة و تطور الإشاعة
30-29	2- أهداف الإشاعة
31-30	3- خصائص الإشاعة
32	4- أنواع الإشاعة
33-32	5- أسباب ودوافع إطلاق الإشاعة
34-33	6- مراحل انتشار الإشاعة
35	7- سلبيات الشائعة
36	8- طرق وأساليب مواجهة الإشاعة
3-37	الإشاعة و مواقع التواصل الاجتماعي
38	1- خصائص الإشاعة الإلكترونية
38	2- أمثلة عن الإشاعات الإلكترونية
39	3- دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الإشاعة
41-39	
	الفصل الثالث: الإطار التطبيقي
55-44	1- تحليل بعض النماذج
-	خاتمة
58	قائمة المصادر والمراجع
62-60	الملاحق
69-64	

قائمة الجداول:

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
45-44	الخصائص الديموغرافية والاجتماعية لعينة البحث	01
46	حرص عينة البحث على متابعة المعلومات التي تعرض عبر الفايسبوك حول فيروس كورونا	02
47	توزيع عينة البحث حسب أنواع الصفحات الأكثر متابعة و التي تنشر معلومات حول فيروس كورونا.	03
48	المدة التي يقضيها أفراد العينة في تصفح أو استخدام مواقع التواصل الاجتماعي مدة التصفح	04
48	توزيع أفراد العينة حسب اللغة التي يفضلها عند استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	05
49	توزيع أفراد العينة حسب مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر استخداما .	06
50	توزيع عينة البحث حسب نشر مواقع التواصل الاجتماعي للشائعات المتعلقة بجائحة كورونا	07
50	توزيع عينة البحث حسب مصادر ظهور الشائعات المتعلقة بجائحة كورونا	08
51	الأسباب التي تساعد على نشر الشائعات المتعلقة بجائحة كورونا على مواقع التواصل الاجتماعي.	09
52	أهداف نشر الشائعات المتعلقة بجائحة كورونا على مواقع التواصل الاجتماعي .	10
53	الدور الذي يقوم به مواقع التواصل الاجتماعي للترويج للإشاعة	11
54	سبل مواجهة الشائعات المتعلقة بجائحة كورونا على مواقع التواصل الاجتماعي	12

مقدمة

مقدمة:

بعد التطور الهائل الذي شهده العالم في أواخر القرن المنصرم في مجال تكنولوجيا المعلومات و كذا في شتى المجالات من وسائل اتصال إلى سرعة تداول المعلومات وتبادلها بين مختلف أنحاء العالم أصبحت التساؤلات تدور حول ما قد صاحب هذه الثورة الهائلة من جوانب قد تكون ذات آثار سلبية على الإنسان الذي هو محور كل عملية تقدم ورخاء، ومن ابرز ما جاء به الإعلام الجديد مواقع التواصل الاجتماعي "ومن بين هاته المواقع الفيسبوك والتويتر وغيرها من مواقع، ما جعل المجتمعات يدخلون عالما افتراضيا يتفاعلون من خلاله، وهذا يعود لهاته المواقع التي تسمح بعملية التواصل بين الأفراد وتبادل المعلومات ببساطة وبسهولة .

بعد الزيادة الكبيرة في عدد مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي حاولت العديد من المؤسسات والهيئات والأشخاص توظيف هذه المواقع في خدمة أغراضها المختلفة وتحقيق أهدافها ، من الناحية الايجابية و السلبية وهذه الأخيرة تشمل ترويج للإشاعات عبر هذه المواقع دائما ما تكون هذه الإشاعات شائعة ومثيرة لفضول المجتمع والباحثين و تفتقر هذه الإشاعات عادة إلى المصدر الموثوق الذي يحمل أدلة على صحة الأخبار، وكذلك عبارة عن أخبار مزيفة يتداولها الناس فيما بينهم حتى تصبح منشورة في كافة الأنحاء

تعتبر وسائل التواصل الاجتماعي مجالا لنشر إيديولوجيات فكرية معينة ومع بداية الجائحة اتضحت مخاطر انتشار الفيروس تجنب العدوى والشروط الاحترازية لمواجهة وتثقيف الأفراد وتزويدهم بمعلومات ، ثم في مرحلة وجيزة ارتفعت أعداد الإصابات بالفيروس في العالم و هذا ما سبب تزايد الإشاعات و المعلومات دون الاستناد إلى مرجعية رسمية أو تقارير دقيقة من منظمة الصحة العالمية مما جعلها مصدرا لنشر المغالطات والأخبار الكاذبة.

ولقد تم تقسيم الموضوع الذي يدرس دور مواقع التواصل الاجتماعي في ترويج الإشاعة خلال أزمة كورونا إلى إطار منهجي، إطار نظري وجانب تطبيقي مهد كل إطار منها للإطار الذي يليه أدى تطرق الإطار المنهجي للدراسة إلى إشكالية الدراسة ، تساؤلات الدراسة، فرضيات لدراسة أسباب اختياره، أهدافها وأهميتها، مجتمع البحث وعينته إضافة إلى تحديد مفاهيم ومصطلحات الدراسة ، صعوبات الدراسة، دراسات سابقة، المجال الزمني ، المكاني منهج الدراسة، أداة جمع البيانات. ... الخ.

أما الإطار النظري فتناول ثلاث فصول الفصل الأول خاص بمواقع التواصل الاجتماعي ، نشأة، خصائص، أهم مواقع التواصل الاجتماعي إضافة إلى ايجابيات وسلبيات هذه المواقع. أما الفصل الثاني خاص بالإشاعة: ، النشأة، الأهداف، أنواع ودوافع الإشاعة أسبابها، مراحل انتشار الإشاعة، طرق وأساليب مواجهتها ومواقع التواصل الاجتماعي والإشاعة تعريف الإشاعة الالكترونية، خصائصها، أمثلة عنها، دور مواقع التواصل الاجتماعي. أما الفصل الثالث تضمن الجانب التطبيقي وقد خصص لتحليل البيانات .

الإطار المنهجي

- I. موضوع الدراسة
1. تحديد إشكالية الدراسة
2. أهمية الدراسة
3. أسباب اختيار الموضوع
4. أهداف الدراسة
5. الدراسات السابقة
6. تحديد المفاهيم
7. منظور الدراسة
8. صعوبات الدراسة
- II. الإجراءات المنهجية للدراسة
1. المجال الزمني للدراسة
2. المجال المكاني للدراسة
3. منهج الدراسة
4. مجتمع البحث و عينة الدراسة
5. أدوات جمع البيانات

1- الإشكالية:

أضحى الإعلام في وقتنا الحالي أكثر أهمية من أي وقت مضى، بحيث أصبحت وسائل تكنولوجيا الاتصال الحديثة لدى البعض غاية أكثر منها وسيلة بقدرتها على إيصال المعلومات والأخبار، فعصرنا الراهن بما يمتاز من إيقاع سريع يجعل الإنسان شغوفًا للحصول على المعلومات التي تقدم له بصورة عما يدور حوله.

وتعد مواقع التواصل الاجتماعي الظاهرة الإعلامية الأبرز في عالمنا اليوم كونها تستقطب شرائح واسعة من فئات المجتمع ولعل لأهمها الفئات الشبابية لما يتميز به الشباب من قابلية الانفتاح على كل ما هو جديد خاصة في ضوء المزاي التي تتيحها مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة الفيسبوك، اليوتوب...، التي قربت المسافات وساعدت على التواصل وتقارب الأشخاص لدرجة أصبح العالم قرية صغيرة تتمثل فيها الأفكار ومناقشة مختلف القضايا متجاوزين الحدود الجغرافية والزمنية ومختلف القيود الاجتماعية. وفي المقابل وسائل وتقنيات التواصل الحديثة لا تخلوا من مساوئ بل أن تحديد إيجابياتها وسلبياتها إنما يتوقف على مستخدمي الموقع ذاتهم ما يصبون إليه من خلال استعمالهم وفي هذا الإطار تصبح مواقع التواصل الاجتماعي قنوات لتمرير رسائل ذات أغراض محددة سلفًا وموجهة لخدمة أهداف معينة من شأنها التأثير على توجيه الرأي العام للأفراد والجماعات حسب الحاجة.

إنه في ضوء حرية استعارة الأسماء وسهولة الولوج ونشر الرسائل والأخبار وغياب المراقبة والردع وتكسير القيود والثقافة الاجتماعية والسياسية تحت طائلة حرية التعبير فإن مستخدمي المواقع الاجتماعية عادة ما يلجئون لنشر أخبار غير موثوقة ومجهولة المصدر موجهة للتبادل على نطاق واسع والتي قد يترتب عنها أضرار لدى الأفراد والمجتمعات ومما شك أن المواقع الاجتماعية هي البديل الأمثل لأنشطة الماضي التقليدية وحالة التفاعل بين مجتمعات اليوم مع البيئة والمحيط، فهي التي تسيطر على النظام الاتصالي بدرجة لافتة للنظر كما أنها في الأوان الأخيرة أصبحت تروج للإشاعة بين أفراد المجتمع فلإشاعة تأثير كبير على اتجاهاتهم وسلوكياتهم في شتى الميادين.

تهدف الإشاعة في تشكيك المستهلك مما تؤدي إلى عزوف شريحة من شرائح المجتمع عن شراء أو استخدام منتج أو خدمة ما.

كما حدث عندما نشرت إشاعات تفشي جائحة كورونا في مناطق وبلدان من دون إثباتات واضحة ونشر إشاعات حول أعداد خرافية الإصابات بالفيروس الذي تسبب في موجة من القلق والذعر بين المواطنين

ويعزو البعض أزمة ورق المراحيض التي شاعت في الولايات المتحدة وأوروبا إلى مئات الفيديوهات والبوستات والتغريدات التي تنشر الفرع بين الناس من أن هذه المادة تنفذ من الأسواق، وهو ما بات فعلاً مسؤولاً عن نفاذها، وفي هذا السياق يقول سانتوش فيايكومار الباحث في جامعة نورثمبريا "نحن نشهد توجهها تحركه مخاوف المتلقين، ومنه ما يخص ورق المراحيض، والمطهرات، وكمامات الوقاية ما أدى إلى نفاذ كل المعروض منها في أسواق العالم كافة، كما أن البوستات التي تقلل من أهمية هذه المواد وتستخف بالأزمة الحاصلة بسببها كانت نفسها سبباً في انتهاء الأزمة وتوفر المواد ثانية في الأسواق"

و في ظل التزام الإعلام على كل ما يتعلق بتغطية ونشر أخبار الوباء نجد أن الكثير من الإشاعات التي تطلق بقصد أو بدون قصد والتي تتعلق وبهذا الفيروس بشكل أو بآخر تجد مكاناً خصباً لها هو شبكات التواصل الاجتماعي والتي تشهد تناقلاً غير مسبوقاً للكثير من الإشاعات المتعلقة بهذا الفيروس الخطير مما يثير المزيد من التوتر والقلق ونشر البلبلة والخوف في صفوف المواطنين.

و تتباين مستويات الإشاعات التي يتم تداولها بخصوص جائحة كورونا تبعاً للعديد من المقاصد و الأهداف و الاعتبارات مما يزيد من غرابة الكثير مما ينشر كما يزيد من خطورته فضلاً عن تأثيراته الآتية و المستقبلية على توجهات الأفراد في كافة أماكن انتشارهم حوالي 95, 69% من المرضى بهذا الفيروس كانوا يعانون من أعراض بسيطة لا تحتاج العلاج داخل المستشفيات و البقية كانت حالتهم شديدة تستعدي اللجوء إلى المستشفى و يمكن أن نشير إلى أن تداعيات الوباء و انتشاره ساهم في تباين الحصيلة في معدل الوفيات من سنة إلى أخرى ففي سنة 2020 بلغ معدل الوفيات المسجلة في المستشفيات حوالي 41% و تراجعت في نهاية سنة 2020 إلى 2,9%

و قد أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي اليوم من المحطات المهمة التي تقوم بدور مهم في الترويج للإشاعات لدى شرائح أوسع و تتضمن مختلف فئات المجتمع و من هنا يمكن طرح التساؤلات الآتية:

ما هي آثار مواقع التواصل الاجتماعي و للإشاعة على رواد مواقع التواصل الاجتماعي؟

- وحتى نحيط بكل جوانب إشكالياتنا فضلنا طرح التساؤلات الفرعية التالية:

- كيف ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في انتشار الشائعات؟

- ما هي عادات و أنماط استخدام رواد المواقع الإلكترونية لمواقع التواصل الاجتماعي؟

- ما هي أهداف نشر الشائعات المتعلقة بجائحة كورونا على مواقع التواصل الاجتماعي؟

- ما هو أثر مواقع التواصل الاجتماعي في ترويج الشائعات خلال الجائحة؟

- ما الحلول المقترحة للحد من الترويج للإشاعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

2- أهمية الدراسة:

تتمثل أهمية الدراسة في أهمية الموضوع في حد ذاته ، الذي يعني بدراسة مواقع التواصل الاجتماعي وهذا في مجال الاتصال الذي يبحث في دور هذه المواقع من خلال الفيسبوك، التويتر، يوتيوب،... الخ، والتي انتقلت من استخدامها لأغراض ترفيهية كالتسلية و الدردشة و بناء صداقات و علاقات اجتماعية وكذلك التعارف و أخرى للدراسة، إلى أغراض علمية و إنسانية و اجتماعية و الذي يهدف إلى توعية الجمهور في الحصول على معلومات عن فيروس كورونا من المواقع الرسمية منها لتفشي الشائعات و مند تفشي الفيروس انتشرت الأخبار الكاذبة في المواقع الإلكترونية الرسمية و تساهم هذه الدراسة في الارتقاء بالإجراءات الوقائية و العلاجية لمواجهة الشائعات و كذلك أهمية الدراسة من خلال النتائج المتوصل إليها تفيدنا في الحصول على بيانات و معطيات تساعدنا على الإجابة عن التساؤلات المطروحة حول مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في الترويج للإشاعة بالإضافة إلى حداثة الأسلوب الذي تظهر به الأخبار السريعة و غير الدقيقة و المجهولة بعدما كانت تستغرق وقت طويل لمعرفة الصدى أو عدم رجوع الصدى.

أما من الناحية العلمية تتضح أهمية موضوعنا في اعتباره من البحوث العلمية الحديثة حيث أنه بحسب علمنا لم نجد إلا دراسات قليلة جداً مشابهة لدراستنا تناولت موضوع الإشاعات على مواقع التواصل الاجتماعي خلال أزمة كورونا.

3- أسباب اختيار الموضوع:

يعود اختيار موضوع الدراسة إلى عدة أسباب ذاتية وكذا أسباب موضوعية شكلت لدينا دافعا من أجل دراسة الموضوع وتمثلت فيما يلي:

الأسباب الذاتية:

- الرغبة الذاتية في دراسة الموضوع بشكل عميق.
- التعرف على أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في حياة الأفراد.
- الإقبال المتزايد لفئات المجتمع على استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة.

الأسباب الموضوعية:

- معرفة مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الإشاعات خلال أزمة كورونا.
- صلة وترابط الموضوع بمجال دراستنا.
- زيادة مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي عبر العالم لما تقدمه من خدمات و تطبيقات عديدة لمستخدميها.
- كون مواقع التواصل الاجتماعي نمط اتصالي جديد.
- قابلية الموضوع للبحث والدراسة العلمية.
- لاعتباره موضوع الساعة وقلة الدراسات حول الموضوع.

4- أهداف الدراسة:

تتجلى أهداف دراستنا في مايلي:

التعرف على كيفية مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الأخبار الحقيقية و تكذيب الشائعات عن فيروس كورونا و تقديم التعليمات والإرشادات الصحية الصحيحة من خلال المواقع الرسمية الموثوقة و مواجهة الشائعات؟

إبراز دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الإشاعة خلال أزمة كورونا.
لفت الأنظار إلى المخاطر الناتجة عن سوء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.
الاستفادة من نتائج الدراسة وجعلها منطلق لدراسات أخرى.

الكشف عن مصداقية ما ينشر و التصدي له عبر الإرشادات و التأكد من مصدر الخبر و عدم الاستناد على معلومات مضللة حيث أن الشائعات تعد من أقوى العوامل التي تخل بالأمن المعنوي و النفسي و الاجتماعي و المادي و الفكري في المجتمعات.

محاولة إيجاد حلول للحد من ظاهرة ترويج للإشاعة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

5- الدراسات السابقة:

لا يختلف اثنان عن فكرة وهي أن العلم يمتاز بالتراكم المعرفي، وبالتالي لا يوجد بحث أو دراسة بدأت من

نقطة الصفر إذ أن كل بحث أو دراسة هو بداية لبحث لاحق ومكمل لبحث سابق، وذلك من أجل الترقية العلمية وتطوير البحوث، ولهذا اعتمدنا في بحثنا على مجموعة من الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع دراستنا التي تتمثل فيما يلي :

الدراسة الأولى:

- محمد بن عائض التوم (2019م): الشائعات في وسائل التواصل الاجتماعي "تويتر نموذجا".

استهدفت الدراسة تحديد مضمون الشائعة وأنواعها، وأسلوبها وأغراضها، والمستهدفين منها، من خلال الاعتماد على موقع تويتر كأحد وسائل التواصل الاجتماعي، وتنتمي هذه الدراسة إلى نمط الدراسات الوصفية التحليلية، وقد استخدم المنهج الكيفي والكمي من خلال استخدام أسلوب تحليل المضمون لمجموع التغريدات المكتملة العناصر التي تحديدها مسبقا من قبل الباحث، وهي (62) تغريدة الخاصة بحساب هيئة مكافحة الشائعات، وذلك في الفترة من (7/1/2016 م - 28/12/2016)

وقد تم تحويل البيانات إلى بيانات كمية لإظهار النتائج الكمية للبحث، وتوصلت الدراسة إلى أن مضمون الشائعة يأخذ أشكالاً وأنواعاً متعددة، ترتبط غالباً بطبيعة الظروف والمواقف التي تظهر فيها، وتكون موجهة إلى أفراد ورموز مجتمعية أو جماعات أو حركات أو تنظيمات أو مجتمعات تربطهم عوامل معينة كعامل العرق أو الدين أو حتى قضية تمثل رابطاً بينهم، وتتعدد الأغراض من الشائعة ما بين تأجيج المجتمع ضد الدولة، وتأجيج العاطفة الدينية، وزعزعة الأمن، كما تنوعت الشائعات ما بين الشائعات الدينية، والشائعات الاجتماعية، والشائعات السياسية، والشائعات الأمنية، وأخيراً الشائعات العلمية، كما تنوع أسلوب الشائعة على الترتيب: أسلوب الاستفزاز ، يليه أسلوب التخويف، ثم أسلوب الاستغلال، وأخيراً أسلوب السخرية،

التعقيب على الدراسة:

أوجه التشابه: فيما يخص أوجه التشابه بين الدراستين فنجدتها في منهج الدراسة الذي هو وصفي وإعتماد الإستمارة كأداة بحث وأيضاً في موضوع الدراسة المتمثل في أثر مواقع التواصل الاجتماعي في ترويج الإشاعات.

أوجه الاختلاف: أما الاختلاف فنجدته في مجتمع البحث والعينة حيث الباحث إستخدم فئة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي (سرت و ليبيا) و أستغل مناهج أخرى في بحثه مثل المسح الإعلامي.

حدود الإستفادة : إستفدنا من هذه الدراسة على مستوى الأطر الثلاثة المنهجي، النظري، التطبيقي حيث ساعدتنا في إستغلال المنهج الوصفي أما في النظري إستفدت منها كمرجع

الدراسة الثانية:

-وكال بلال (2018م): الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي ومدى تأثيرها على المجتمع الجزائري، دراسة ميدانية في مجتمع المسيلة.

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات من وجهة نظر المجتمع الجزائري (مجتمع المسيلة)، قصد التعرف على درجة نشر الشائعات على هذه الشبكات، ومعرفة الشبكة الأكثر نشراً لهذه الظاهرة، والتعرف على أسباب انتشارها، والحلول والمعالجات المقترحة

لمواجهتها، ولتحقيق أهداف الدراسة تم استخدام المنهج الوصفي، واستمارة الاستبيان لجمع بيانات الدراسة، وتكون مجتمع الدراسة من أعضاء مجتمع المسيلة حيث بلغت عينة الدراسة (60) شخصا، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: أن درجة نشر الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي جاءت بنسبة متوسطة، كما حازت شبكة الفيسبوك على المرتبة الأولى من بين أكثر الشبكات التي استخدمتها العينة، كما بينت نتائج الدراسة أن أهم أسباب نشر الشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي هو سهولة إنتاج المعلومات ونشرها على تلك الشبكات.

أوجه التشابه: تتمثل أوجه التشابه بين هذه الدراسة ودراستنا أيضا في منهج الدراسة حيث إعتدنا على المنهج الوصفي و كذلك العينة القصدية كما تتشارك في دراسة دور مواقع التواصل الاجتماعي في ترويج الإشاعات على المجتمع الجزائري(مجتمع مسيلة)

أوجه الاختلاف:

في حين تكمن أوجه الاختلاف في عينة الدراسة حيث في دراستنا العينة هي رواد صفحات التواصل الاجتماعي(صفحة فيد أيك)

حدود الاستفادة:

ساعدتنا هذه الدراسة في الجانب المنهجي بحيث وفرت لي القاعدة اللازمة لمعرفة طريقة استعمال المنهج الوصفي .

الدراسة الثالثة:

- حمدان خضر سالم ، جاسم محمد شبيب (2016م): طرائق مواجهة الشائعات في موقع التواصل الاجتماعي "الفيسبوك".

هدف البحث إلى طرق مواجهة الشائعات في موقع التواصل الاجتماعي "الفيسبوك"، وبيان أنواع استراتيجيات مكافحة الشائعات، ورصد أهم الأساليب المستخدمة في مواجهة الشائعات والقضاء عليها في موقع " الفيسبوك"، ويعد البحث من البحوث الوصفية، واعتمد على المنهج المسحي وعلى إطار نظري وعملي من خلال تصميم استمارة استبيان لمعرفة آراء المبحوثين حول مكافحة الشائعات في المجتمع العراقي، واعتمد كذلك عددا من الأدوات البحثية الأخرى كالمراجع والكتب العربية والأجنبية والمترجمة، والمحلات العلمية، والدراسات والبحوث فضلا عن المقابلات، وملاحظة عدد من الصفحات الشخصية والعامية والمجموعات في "موقع الفيسبوك"، وتمثل مجتمع البحث في أفراد المجتمع العراقي من مستخدمي موقع " الفيسبوك" في مدينة بغداد، وكان قوام العينة (500) مبحوث من الذكور والإناث مستخدمي موقع الفيسبوك، والذين تبدأ أعمارهم من (18) سنة فأكثر، اختيروا وفق العينة العشوائية المتعددة المراحل (العنقودية) ووفق معيار المحافظة، القضاء، الناحية أو المنطقة، المحلة، الزقاق)، المعتمدة من الجهاز المركزي للإحصاء، وأهم ما توصل إليه البحث أن أبرز طرق مكافحة الشائعات هي الدعوة إلى وجود هيئة أو مركز مستقل و متخصص برصد وتحليل ومكافحة الشائعات، ودعوة الجهات التشريعية والقضائية إلى تشديد العقوبات القانونية بحق كل من يبث ويستخدم الشائعات لكافة أغراضها السيئة، والاستعانة بالمصادر الحكومية والإعلامية، والشخصيات الموثوقة للتحقق من مصداقية ما ينشر في الفيسبوك، والاستعانة بمواقع وتطبيقات إلكترونية للتحقق من محتوى المنشورات، والدعوة إلى تشكيل

فرق عمل تطوعية لغرض التوعية بمخاطر الشائعات، وأن أهم الأساليب المستخدمة في مكافحة الشائعات المصدقية والشفافية في بث ونشر الأخبار، وسرعة الرد على الأخبار الكاذبة والمزيفة من قبل المصادر المعتمدة، وتحذير الأصدقاء من تناول منشورات الشائعات، والمشاركة الفردية والجماعية والمؤسسية في توعية أفراد المجتمع من مخاطر الشائعات .

أوجه التشابه:

في ما يخص أوجه التشابه فنجدها في منح الدراسة و الذي هو المنهج الوصفي و اعتماد الإستمارة و الملاحظة كأداة بحث .

أوجه الاختلاف:

فنجده في عينة الدراسة حيث إعتد الباحث على مستخدم مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك أما في دراستنا إعتدنا عينة رواد صفحات التواصل الاجتماعي صفحة (فيد أيك)

حدود الإستفادة:

ساعدتنا هذه الدراسة في الجانب المنهجي و النظري و التطبيقي حيث وفرت لنا طريقة إستعمال المنهج الوصفي و كذا تحليل الإستمارة و أيضا في أخذ لمحة عن سبل مواجهة الإشاعات في مواقع التواصل الاجتماعي.

6- تحديد المفاهيم:

- تعريف الأثر

لغة:

- يقال أثر على الشيء تأثيرا أي ترك فيه أثرا.. و الأثر له ثلاث معاني: الأول : بمعنى النتيجة، وهو الحاصل من الشيء، والثاني : بمعنى العلاقة ، والثالث : بمعنى الجزء.1.

اصطلاحا:

التأثير هو التغيير الذي يطرأ على مستقبل الرسالة كفرد فقد تلفت الرسالة انتباهه و يدركها ، وقد تضيف إلى معلوماته معلومات جديدة ، وقد تجعله يكون اتجاهات جديدة أو يعدل اتجاهاته القديمة ، وقد تجعله يتعرف بطريقة جديدة ، أو يعدل سلوكه السابق ، فهناك مستويات عديدة للتأثير ابتداء من الاهتمام بحدوث تدعيم داخلي للاتجاهات إلى حدوث تغيير على تلك الاتجاهات ثم في النهاية إقدام الفرد على سلوك علني.

1. إبراهيم مصطفى و آخرون : المعجم الوسيط (الجزء الأول) المكتبة الإسلامية للطباعة و النشر و التوزيع تركيا 2٢ 1972 ص5.

إجرائيا: هو مجموعة التغييرات التي تطرأ على سلوك الشباب و ذلك من خلال المضامين المختلفة من معلومات و رسائل و فيديوهات التي يتلقاها من مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة .

- مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي:

اصطلاحا: منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به ، ومن تم ربطه من خلال نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم اهتمامات و الهوايات نفسها أو جمعه مع أصدقاء الجامعة أو الثانوية (راضي زاهر: 2003م، ص23).

التعريف الإجرائي: مواقع اجتماعية تفاعلية تتيح التواصل لمستخدميها من خلال واقع افتراضي لالتقاء الأصدقاء و المعارف و الأهل يماثل الواقع الطبيعي من خلال تكوين علاقات مع الأصدقاء من مختلف الأعمار و الأجناس و من كافة أنحاء العالم ، و تجمعهم اهتمامات و نشاطات مشتركة بالرغم من اختلاف وعيهم و تفكيرهم و ثقافتهم، و هي عبارة عم منافذ للتعبير عما يدور بعقولهم و حصرناها في موقع الفايبيوك .

مفهوم الترويج:

لغة: راج الشيء: " أي تعاطاه الناس و شاع بينهم (قحطاني العبدلي و بشير عباس العلق: 1998م، ص 245).

اصطلاحا: " انه الاتصال بالأفراد و المجموعات تهدف تسهيل تبادل المعلومات و إقناع الجمهور بقبول منتجات المؤسسة " (محسن فتحي عبد الصبور: 2000م، ص 15).

إجرائيا: " الترويج عبارة عن تشهير معلومة أو سلعة لمؤسسة ما بين الناس و إقناعهم بقبول هاته السلعة الكسب و تحقيق أهداف معينة".

مفهوم الإشاعة:

اصطلاحا: " هي عبارة عن ظاهرة اجتماعية فلايد من شخصين على الأقل لتكون إشاعة و مع ذلك ففي أية لحظة بعينها يكون فرد واحد هو " عجلة الأقصوصة" مما يدور في ذهنه . و على وجه الدقة فان السلسلة شيء يزيد على مجرد حاصل حلقاتها (كامل محمد عويصة).

إجرائيا: يقصد بها الأخبار و الروايات و الواقع الكاذبة المختلفة التي يتم نشرها بين أفراد المجتمع عبر شبكات التواصل الاجتماعي لزعة الأمن و الاستقرار و إحداث أزمات مصطنعة لا أساس لها من الصحة.

تعريف الشائعة في القرآن و السنة:

حذر القرآن الكريم من الاهتمام بالشائعة و منع تداولها إذ قال تعالى " ولا تقف ما يسر لك به علم إن السمع و الأبصار و الفؤاد كل أولئك كان عنه مسؤولا " الآية 36 سورة الإسراء.
و القرآن الكريم يؤكد أن الشائعة تحدث الفتنة و الانقسام إن تسم الإنصات لها، قال تعالى: " وخرجوا فيكم ما زادوكم إلا خبالا و لأوضعوا خلالكم يبغونكم الفتنة و فيكم سماعون لهم و الله عليم بالظالمين " الآية 47 سورة التوبة.

فيروس كورونا كوفيد 19: هو مرض تتسبب به سلالة جديدة من الفيروسات التاجية (كورونا) الاسم الإنجليزي للمرض مشتق كالتالي "CO": هما أول حرفين من كلمة كورونا

(corona) و "VI" هما أول حرفين من كلمة فيروس، virus و D وهو أول حرف من كلمة Disease. وأطلق على هذا المرض سابقاً اسم 2019 novel. وهو فيروس جديد يرتبط بعائلة الفيروسات نفسها التي ينتمي إليها الفيروس الذي يتسبب بمرض المتلازمة التنفسية الحادة الوخيمة (سارز) وبعض أنواع الزكام العادي. (بيندير ، 2020، ص67).

-**التعريف الإجرائي:** " كورونا كوفيد 19 هو عبارة عن فيروس جديد قاتل وسريع الانتشار يصيب الإنسان، باعتباره أحد الأمراض والفيروسات الخطيرة التي تهدد الصحة البشرية في كل العالم "

الإشاعة الإلكترونية:

تتمثل في الخبر أو الموضوع أو القضية التي يتم تداولها من خلال الأنترنت أو مواقع التواصل الاجتماعي وكذلك الهاتف الجوال، هذه الإشاعة تنتقي مادتها وأدواتها من مصادر متنوعة تختلف عن الإشاعة التقليدية من حيث المحتوى والبناء حيث يعبر عنها بالنص المكتوب والمنطوق والصورة المرفقة والصوت والرسوم المتحركة والفيديو كذلك. لهذا تأخذ الإشاعة الإلكترونية شكلاً يختلف نوعاً ما عن الإشاعة التقليدية هذا الشكل تكون نتيجة لما للشبكات الاجتماعية من سمات وخصائص.

7- نظريات الدراسة:

1. نظرية الاستخدامات والإشباع

خلال الأربعينيات من القرن 20 أدى إدراك عواقب الفروق الفردية والتباين الإعلامي على السلوك المرتبط بالوسائل إلى بداية متطورة جديدة للعلاقة بين الجماهير وهذه الوسائل فظهرت نظرية الاستخدامات والإشباع حيث يؤمن هذا المدخل أن الجمهور إرادة يستطيع من خلالها تحديد أي الوسائل يستخدم وأي محتوى يختاره، فيركز على الدوافع الخاصة ويفرض أن المحتوى الأكثر فعالية لوسائل الاتصال لا يستطيع التأثير على الشخص غير المستخدم الوسيلة، في الإطار الاجتماعي والنفسي الذي يعيش فيه، حيث يمثل قيم واتجاهات وأدوار الأفراد لهذه الوسيلة والمضمون والمقدم من خلالهما.1.

تطبيق نظرية الاستخدامات والإشباع في الدراسة:

تغيير نظرية الاستخدامات والإشباع من المداخل التي تساعدنا على معرفة أنماط استخدام المجتمع لمواقع التواصل الاجتماعي، وكذلك معرفة دوافع وإسهامات مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الإشاعات، ولذلك تم الاعتماد على نظرية الاستخدامات والإشباع لمعرفة الدوافع والمساهمات التي تؤديها مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك من خلال معرفة إجابات المبحوثين

1. بسام عبد الرحمن المشاقبة: نظريات الاتصال، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2015، ص146.

8- صعوبات الدراسة:

قد واجهتنا بعض الصعوبات منها:

- قلة المراجع و البحوث في هذا الموضوع رغم أهميته في ميدان الاتصال
- ضيق الوقت
- قلة الدراسات العلمية حول وباء كورونا
- صعوبة الحصول على إحصائيات دقيقة بخصوص هذا الموضوع.

II. الإجراءات المنهجية للدراسة:

1- المجال الزمني للدراسة:

يقصد به المدة التي إستغرقتها الدراسة.

مرت دراستنا بعدة محطات كانت كالآتي :

إعداد الجانب المنهجي للدراسة إبتداء من شهر ماي و في هذه الفترة تم جمع أكبر قدر من المراجع و الدراسات السابقة ثم قمنا بصياغة الإشكالية و تساؤلات الدراسة و بعدها شرعنا بإنجاز باقي الإجراءات المنهجية للدراسة و بداية الجانب النظري حيث عرفنا فترة إنقطاع عن العمل بالموازاة مع إجراء الإمتحانات ثم إستأنفنا العمل تدريجيا في أواخر شهر ماي حيث قمنا بإتمام الجانب النظري الذي إستمر قرابة يومين أما بالنسبة للجانب التطبيقي فقد شرعنا فيه من الأسبوع الثالث من شهر جوان حيث قمنا بإجراء بعض التعديلات عليه, قمنا بإعداد إستمارة لكن لم نقم بتوزيعها لعدم القدرة على الإلتقاء برواد منصات التواصل الإجتماعي و توزيعها عليهم.

2- المجال المكاني للدراسة:

نقصد به المكان الذي من المفروض ان تجرى فيه الدراسة .

و ليتمكن الباحث من جمع معلومات كافية عن موضوع الدراسة المتمثل في أثر مواقع التواصل الإجتماعي في الترويج للإشاعات خلال أزمة كورونا حيث إتجهنا إلى منصات التواصل الإجتماعي (الفيسبوك) كمكان للبحث.

3- منهج الدراسة:

تقوم هذه الدراسة على استخدام منهج المسح الإعلامي و التحليلي باعتباره جهدا علميا منظما يساعد في الحصول على المعلومات و البيانات الخاصة بالظاهرة التي يتم دراستها حيث يعتبر هذا المنهج من ابرز المناهج المستخدمة في مجال الدراسات الإعلامية و قد تم استخدام هذا المنهج لتوصيف و تحليل الشائعات و كيفية مواجهتها.

يهدف هذا المنهج لتسجيل و تقسيم الظاهرة في وضعها الراهن بعد جمع البيانات اللازمة و الكافية عنها و عن عناصرها من خلال مجموعة من الإجراءات المنظمة التي تحدد نوع البيانات و مصدرها و طرق الحصول عليها.

4- مجتمع البحث وعينة الدراسة:

- مجتمع البحث

يعرف مجتمع البحث على أنه هو المجتمع الذي يشمل جميع عناصر و مفردات المشكلة أو الظاهرة قيد الدراسة، ويتكون مجتمع الدراسة عادة من عناصر و مفردات كما يعرف أيضا على انه هو المجتمع الأكبر أو مجموع المفردات التي تستهدف الباحث دراستها التحقيق نتائج الدراسة، ويمثل هذا المجتمع الكلي أو المجتمع الأكبر المجتمع المستهدف الذي يهدف الباحث إلى دراسته، ويتم تعميم نتائج الدراسة على كل مفرداته و عليه سيكون مجتمع بحثنا لهذه الدراسة هم رواد مواقع التواصل الاجتماعي باختلاف جنسهم و سنهم و المستوى التعليمي و الحالة الاجتماعية ومنه نختار عينة البحث.

- عينة الدراسة:

تعرف عينة الدراسة على أنها: "هي الجزء الذي يمثل مجتمع الأصل أو النموذج الذي يجري الباحث مجمل و محور عمله عليه، لا يمكن أن ينجح البحث إلا إذا كان الباحث يستخدم أساليب خاصة باختيار العينات، إن الباحث عند دراسته الأفراد و المجتمعات لا يستطيع أن يأخذ كافة الأفراد أو المجتمع بأسره لدراسته لأن هذا يتطلب جهدا ووقتا وتكاليف مادية كبيرة جدا لهذا يختار الباحث عينة محددة من هذا المجتمع لدراسته، فكلما زاد مجتمع الأصل كلما قلت النسبة وكلما قلت النسبة زاد مجتمع الأصل للعينات" كما تعرف أيضا على أنها: "طريقة جمع البيانات والمعلومات من عناصر و مجتمع الدراسة وبما يخدم ويتناسب ويعمل على تحقيق هذه الدراسة وارتأينا اختيار عينة من رواد صفحات التواصل الاجتماعي(صفحة فيد أيك للدراسة و تفاعلهم مع الشائعة في هذه المواقع و قد إختارنا منشورات لتقيس ردة فعل رواد تلك الصفحات مع المنشورات المضللة التي تحمل أخبار زائفة تبين أنه لا أساس لها من الصحة.

أداة جمع البيانات : تم الإعتماد بصفة أساسية على الإستمارة الإستبيان الإلكترونية التي تضمنت محاور ندرج منها مجموعة أسئلة بالإضافة إلى صفات العينة:

المحور الأول: يضم أسئلة متعلقة بالخصائص الديمغرافية و الاجتماعية لعينة الدراسة و هي الجنس و العمر و المستوى التعليمي و المهنة و يعطي هذا الجزء للإستمارة وصفا لمجتمع الدراسة و يوضح أهم الخصائص الديمغرافية و الاجتماعية لمفردات العينة.

المحور الثاني: يضم أسئلة متعلقة بجمع المعلومات عن عادات و أنماط إستخدام مواقع التواصل الاجتماعي من قبل رواد منصات التواصل الاجتماعي خلال أزمة كورونا.

المحور الثالث: يضم أسئلة متعلقة لكيفية مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات المتعقة بجائحة كورونا . المحور الرابع: يضم أسئلة متعلقة بأثر مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات المتعلقة بجائحة كورونا.

الإطار النظري

الفصل الأول: مواقع التواصل الاجتماعي

I. استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي

- 1- نشأة مواقع التواصل الاجتماعي
- 2- أهداف مواقع التواصل الاجتماعي
- 3- خصائص مواقع التواصل الاجتماعي
- 4- إيجابيات و سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي
- 5- نماذج عن أشهر مواقع التواصل الاجتماعي

1- نشأة مواقع التواصل الاجتماعي:

ظهر مصطلح الشبكات الاجتماعية أو مواقع التواصل الاجتماعي في عام 1954 من قبل "جون بازير" الذي كان باحث في العلوم الإنسانية في جامعة لندن، وظهرت في السبعينات من القرن العشرين بعض الوسائل الإلكترونية الاجتماعية من النوع البدائي.1.

بدأت مجموعة من الشبكات الاجتماعية في الظهور في التسعينات مثل class notes.com عام 1995 للربط بين زملاء الدراسة وموقع six de grees عام 1997، وركز ذلك الموقع على الروابط المباشرة بين الأشخاص، وظهرت في تلك المواقع ملفات شخصية خاصة بالمستخدمين، وخدمة إرسال الرسائل الخاصة بمجموعة من الأصدقاء بالرغم من توفير تلك المواقع لخدمات مشابهة لما توجد في الشبكات الاجتماعية الحالية، إلا أن تلك المواقع لم تستطع أن تدرجها لمالكيها وتم إغلاقها، وبعد ذلك ظهرت مجموعة من الشبكات الاجتماعية التي لم تستطع أن تحقق النجاح الكبير بين الأعوام 1999 و2001.2.

شهد عام 2002 الميلاد الفعلي للشبكات الاجتماعية عندما ظهر موقع (friendster) في كاليفورنيا من قبل (obranjonthan) ويقوم مفهوم الموقع على دائرة الأصدقاء، والتقنية المتعددة للأفراد على شبكات التواصل الاجتماعي خلال المجمعات الافتراضية، ويسمى بالصدقات بسبب دوائر العرض، من صور وملفات والأصدقاء والأفراد ويستخدم على نطاق واسع في آسيا وهو متاح بعدة لغات، وفيه رابط يوفر للمستخدم اختيار اللّغة.3.

قبل ظهور الفيسبوك أنشأ في عام 2003 موقع (my space) الأمريكي حتى أصبح أكبر شبكات التّواصل الاجتماعي في عام 2006 وأهم ما يقدمه (my space) هي تفصيلات الملفات الشخصية ممّا يسمح للمستخدمين بخلق خلفيات أصلية، وتضمن عرض الشرائح ومشغلات الصوت والصورة، إضافة إلى المدونات في أوقات كثيرة، ويعتبر بمثابة موقع ويب للموسيقيين.4.

1. جرار ليلي، الفيسبوك والشباب العربي، مكتب الفلاح للنشر والتوزيع، الأردن، 2012ص39.
2. الرعود عبد الله ممدوح: دور شبكات التّواصل الاجتماعي في التّعبير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين، مذكرة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، عمان، 2011ص11.
3. حسن محمود هثمي : العلاقات العامة وشبكات التّواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2015ص80.
4. الرعود عبد الله ممدوح: المرجع السابق، ص34.

انطلق الفيسبوك عام 2004 مع شاب أمريكي اسمه "مارك زوكربورغ"، وهو في 19 من عمره درس في جامعة هارفارد، أراد تأسيس موقع يتقابل فيه أصدقاء الجامعة، الفكرة لاقت قبولا من الجامعة كلها فانضموا إليه ثم انضم زملاءه في مدرسة الثانوية، ثم العالم كله منذ عام 2006. 1.

تلا انطلاق الفيسبوك موقع اليوتوب (youtube) الذي يعتبر أكبر موقع للفيديو المنتجة على المستوى الشخصي في العالم، وقد قام بتأسيس الموقع ثلاث موظفين سنة (2005 تشلد هيرلي) أمريكي (ستيف تشين) تايواني (وجاد كريم) بنغالي الذين يعملون في شركة Paypal المتخصصة في التجارة الإلكترونية، وشهدت مدينة menlopark مولد youtube في ولاية كاليفورنيا بالولايات المتحدة الأمريكية. 2.

2- أهداف مواقع التواصل الاجتماعي:

تسعى مواقع التواصل الاجتماعي إلى تحقيق أهداف شتى ومتنوعة بغية تحقيق تواصل فعال بين أفراد هذه الشبكات ومن أهم هذه الأهداف:

- إلغاء الحواجز بين الأفراد وهدم الفوارق العرقية والدينية لجعل الجميع في بوتقة واحدة تدعى الإنسانية، برغم كسر بعض الشبكات لهذه النقطة.
- سرعة التواصل بين البشر و إلغاء الفوارق الزمنية في نقل الخبر، فقد أصبحت هذه الشبكات الاجتماعية تطبيقا مجانيا على أي هاتف نقال، بما يعني أن الخبر يصل المستخدم في أي وقت وعلى مدار الساعة.
- إيجاد مساحة حرة للتعبير عن الرأي دون تدخل السلطات بمعنى أدق، يتحدث الكل بما يرغب دون رقابة أو محاسبة.
- التواصل الفعال بين القيادات الحاكمة والمواطنين ما يعزز اللحمة الوطنية ويقوي أواصر الانتماء لدى الشعوب، الأمر الذي يعدّ كسرا للحواجز بين الحاكم والمحكوم، كما أنه يساعد على تقريب المسافات وزيادة أوجه الفهم بين القيادات الحاكمة والمواطنين.
- الاستخدام المهني عن طريق توافر الشركات في هذه المواقع الشبكية واستخدامها في البحث عن الوظائف، مم يعزز التواصل في الكثير من راغبي العمل، واختيار الأفضل بينهم وبهذا الوضع تستطيع الشركات التوصل للغالبية العظمى من الباحثين عن العمل.

1. البسيوني محمد علي : دولة الفيسبوك، دار الشروق للنشر والتوزيع، مصر، 2009 ص11.
2. عبد الرزاق محمد الدليمي: الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2011 ص194.

- إعلاء القيم والمبادئ والأخلاق للشباب وتعزيز شخصيتهم، ورفع معنوياتهم لزيادة الثقة بأنفسهم، و إيصال مفاهيم الحياة في الواقع الافتراضي والفرق بينها وبين الحياة الواقعية التي نعيشها إيصال مفاهيم الحرية بشتى أفكارها بشكل موضوعي لدى الشباب، وتوضيح فكرة حرية الرأي والتعبير.
- إقامة الندوات الافتراضية تحت رعاية منظمات عربية إسلامية معروفة لزيادة عدد الأشخاص المستفيدين من هذه الندوات، واستقبال عدد كبير من المفكرين والمتفكرين والمعتدلين، والاستفادة من خواص درشة الفيديو.1.

3- خصائص مواقع التواصل الاجتماعي:

- 1- **التفاعلية:** من خلال التواصل يتم بسهولة متجاوزا بذلك حدود الزمان والمكان، ويلتقي الفرد بمجموعة تشاركه الاهتمام بموضوعات معينة تساعده على حل المشكلات المطروحة كما يسمح له بتبادل الخبرات.
- 2- **سهولة الاستخدام:** من بين الأمور التي ساعدت بشكل كبير في انتشار الشبكات الاجتماعية هي بساطتها، لدى فإن أي شخص يملك مهارات أساسية في الانترنت يمكنه إنشاء وتسيير موقع شبكة اجتماعية، كما أن التسجيل في هذه الشبكات مجاني ومفتوح أمام الجميع.2.
- 3- **الملفات الشخصية/الصفحات الشخصية profile pay:** من خلال الملفات الشخصية يمكنك التعرف على اسم الشخص ومعرفة المعلومات الأساسية عنه: الجنس، تاريخ الميلاد، البلد، الاهتمامات والصورة الشخصية، بالإضافة إلى غيرها من المعلومات ويعد الملف الشخصي بوابة الدخول إلى عالم الشخص، فمن خلال الصفحة الرئيسية للملف الشخصي يمكنك مشاهدة نشاط الشخص مؤخرا ومنهم أصدقائه وما هي الصور التي رفعها وما غير ذلك من النشاطات.
- 4- **الأصدقاء / العلاقات Friends connections:** هم بمثابة الأشخاص الذين يتعرف عليهم الشخص لغرض معين، وشبكات التواصل الاجتماعي تطلق مسمى صديق ami / friend على هذا الشخص المضاف إلى قائمة أصدقائك، بينما تطلق بعض الشبكات الخاصة بالمحترفين مسمى اتصال أو علاقة على هذا الشخص المضاف إلى قائمتك.3.
- 5- **العالمية:** حيث تلغى الحواجز الجغرافية والمكانية وتتخطى الحدود الدولية، حيث يستطيع الفرد في الشرق التواصل مع الفرد في الغرب ببساطة وسهولة.4.
- 6- **إرسال/ الرسائل:** تتيح هذه الخاصية إمكانية إرسال رسالة مباشرة إلى شخص ما سواء كان في قائمة الأصدقاء لديك أو لم يكن.

1. علي عبد الفتاح: الإعلام الاجتماعي، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2014 ص121.122.
2. جلول خلاف: وسائل الاتصال الحديثة وتأثيرها على العلاقات الأسرية، دار المعرفة الجزائر، 2001 ص86.
3. مريم مراكشي: استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته بالشعور بالوحدة النفسية، رسالة ماجستير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، 2014 ص 59.58.
4. صالح العلي: مهارات التواصل الاجتماعي (أسس ومفاهيم وقيم) دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، ص 147.

7- الصفحات: اتسعت هذه الفكرة من طرف موقع فايسبوك و إستخدمها تجاريا بطريقة فعالة حيث تعمل حاليا على إنشاء حملات إعلانية موجهة تتيح لأصحاب المنتجات الإعلانية أو الفعاليات توجيه صفحاتهم و إظهارها لفئة محدودة من المستخدمين.1.

8-إمكان إنشاء ملفات شخصية: هذه الخاصية توفر للمشارك عمل ملف خاص به يحتوي على جميع البيانات التي قام بإدخالها عند تسجيل الدخول على الموقع ,إسمه،وظيفته، تاريخ ميلاده وحالته الإجتماعية) حيث يمكنه إستغلال هذا الملف ونشر ذكرياته الخاصة فهو بمثابة مدونة بسيطة، وتختلف سعتها حسب إمكانية كل شبكة.

9-خاصية الصور: هذه الخاصية تتيح إمكانية إعداد ألبوم صور، كما يعرض من خلالها صور أصدقائه المضافين إليه وصور عائلته وصور مناسباته العائلية الخاصة أو العامة.2.

10-خاصية الفيديو: تتيح للمشارك تحميل الفيديوهات الخاصة به ومشاركتها مع الأصدقاء على هذا الموقع.

11- خاصية المجموعات: تتيح هذه الخاصية للمستخدمين إمكانية الإعلان عن حدث ما جار حدوثه وإخبار الأصدقاء والأعضاء به.

12-خاصية المروّات: هذه الخاصية متوفرة على كثير من مواقع التواصل الإجتماعي وهي إمكانية التسويق من خلال الموقع، وهذه الخاصية توفر للمشارك إعداد ملف كامل عنه وعن حياته واهتماماته، ويمكن تقديم روابط مفيدة لمن هم في نفس مجاله، ولهم نفس الاهتمامات.3.

4- إيجابيات و سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي:

بما أن لكل شيء إيجابيات وسلبيات فإن مواقع التواصل الاجتماعي لها إيجابيات وسلبيات حيث تضاربت الآراء على قبول أو رفض المواقع الاجتماعية على الشبكة الاجتماعية وعلى هذا الأساس نذكر إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي.

1-إيجابيات مواقع التّواصل الاجتماعي:

-إمكانية التعارف على أشخاص يقدمون المساعدة في الحياة العامة.
-بالإمكان استخدام هذه المواقع وبشكل قانوني كمرکز للإعلان التجاري من خلال استخدام خاصية الصفحات التي تتوفر في معظم الشبكات وتعتبر هذه الفائدة كبيرة للغاية لأنها مجانية وتوفر لك فرصة للانتشار في كافة المناطق التي تغطيها الشبكة.

1. جمال الزرن: المسائل النفسية والاجتماعية والتنمية لشبكات التواصل الاجتماعي، تونس، 2012ص15.

2. رمضان الخامسة: استخدام الشبكات الاجتماعية على الانترنت و انتشار قيم العولمة لدى الشباب الجامعي، رسالة ماجستير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2012ص42.

3. عباس صادق: الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، دار الشروق، عمان، 2008ص99.

- اكتساب المعارف الجدد والمتنوعين، فكانت الشبكات تتيح للمستخدم نشر مقالات خاصة.1.

- منبر جديد للتعبير عن الذات، فكثير من الأفراد ينفجرون في الشبكات معلنين عن معرفتهم وانتماءاتهم وأرائهم التي عادة ما نجد الكثير من المعجبين بها ما يزيد ثقة الفرد بنفسه.2.
- تضع العالم بأكمله بين المستخدمين وبسهولة كبيرة يصل إلى حيث يشاء.
- تسمح للمشارك بالبوح بكل ما في نفسه من دون خجل أو خوف.
- كسر احتكار مجموعات شبابية معينة للعمل الشبابي، إما لصلاتهم مع المسؤولين عن الأجهزة الحكومية المعنية بالشباب أو لاعتبارات سياسية أو طائفية منعت دمجهم في القدرات الشبابية، وتم ذلك عن طريق إتاحة الانترنت ومن بينها مواقع التواصل الاجتماعي للتعبير عن أصوات الشباب بكل حرية دون السيطرة عليها.
- إداية الفواصل التطبيقية: إذ توفر شبكات التواصل الاجتماعي فرصة للاتصال بالدعاة، وطلبة العلم، والأدباء، والعلماء بصورة مباشرة دون وسائط .

2- سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي:

- إضعاف الذاكرة اللغوية العربية: إن كثرة استخدام وسائل التواصل الإلكتروني عبر الكتابات النصية والأوامر الإلكترونية تؤدي إلى زعزعة منظومة المفردات اللغوية للفرد، بسبب عدم التواصل الطبيعي.
- إدمان وسائل التواصل يؤدي إلى تلف الخلايا الدماغية: يؤدي الإدمان إلى إرهاق العين الباصرة، كما يؤدي إلى تلف جزئي للخلايا الدماغية، يرتبط الإدمان على الانترنت ووسائل التواصل الاجتماعي بتغيرات في الدماغ.
- إضعاف التركيز الذهني ومحو الذاكرة.
- ضعف الثقة: لا يستطيع المشترك أن يشعر بالانتماء إلى جماعة أو مجمع لا يثق بأحد من أفرادها ولا يشعر بالأمان فيه.
- العزلة الاجتماعية عن العالم الواقعي: لهدمه القيم المادية و إشغال الجميع بتأمين متطلبات الحياة.
- إمكانية تعرض هذه المواقع لحالات من القرصنة أو الفشل في أنظمة الحماية.
- الإدمان على هذه المواقع، حيث تخلق شبكات التعارف جوا من المتعة والإثارة التي تجعل الشخص يرتبط بها.

1. علي حوش، محمد بوزريرة: استخدامات طلبية و الاتصال بجامعة تاسوست لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المحققة، مذكرة ماستر: قسم إعلام واتصال، جامعة جيجل، 2016، 2017 ص 39-40.
2. صالح العلي: مرجع سابق، ص 148-149 .

5- نماذج عن أشهر مواقع التواصل الاجتماعي:

توجد العديد من نماذج مواقع التواصل الاجتماعي من أكثرها شهرة و إنتشارا ما يلي:

1- فيسبوك Facebook:

هو من أكبر الشبكات الاجتماعية من حيث حجم أعضائه والمزايا التي يقدمها للمستخدمين والتي زادت من شعبية الموقع وخصوصا في الفترة الأخيرة وتحتل شبكة الفيسبوك حاليا من حيث الشهرة والإقبال المركز الثالث بعد موقعي قوقل وميكروسوفت وبلغ عدد المشتركين فيها أكثر من 800 مليون شخص.1.

وبما أن موقع الفيسبوك هو نموذج لدراستنا فإننا سنتناوله بشيء من التفصيل لاحقا.

2 اليوتيوب Youtube:

اليوتيوب موقع إلكتروني يسمح لمستخدميه برفع التسجيلات المرئية ومشاهدتها، ومشاركتها والتعليق عليها، وغير ذلك.2.

ويعتبر اليوتيوب أحد المواقع الاجتماعية الشهيرة، ويرى الباحث بأنه هو موقع لمقاطع الفيديو متفرع من قوقل يتيح إمكانية التّحميل عليه ومنه لعدد هائل من مقاطع الفيديو، وهناك أعداد كبيرة للمستخدمين فيه ويزور الملايين يوميا، ويستفيد منه وسائل الإعلام بعرض مقاطع الفيديو التي لم تتمكن شبكات مراسليها من الحصول عليها.

تمّ تأسيس هذا الموقع من قبل ثلاث موظفين كانوا يعملون في الشركة " باي بال " عام 2005 في ولاية كاليفورنيا في الولايات المتحدة الأمريكية.3.

وتذكر موسوعة ويكيبيديا أنّ أوّل فيديو وضع على اليوتيوب يحمل عنوان "أنا في حديقة الحيوان" في 23 أبريل، 2005 وتستند موسوعة ويكيبيديا إلى موقع Alexa في إحصائية حول اليوتيوب أنه ثالث أكبر المواقع شعبية في العالم بعد ياهو و غوغل.4.

3- تويتر Twitter :

هو موقع يقدم خدمة تدوين مصغرة ويسمح لمستخدميه بإرسال تحديثات عن حالتهم كحد أقصى 140 حرف للرسالة الواحدة تظهر تلك التحديثات في صفحة المستخدم ويمكن للأصدقاء قراءتها مباشرة من صفحاتهم الرئيسية أو زيارة ملف المستخدم الشخصي كما يمكن استقبال الردود والتحديثات.5.

1. عبد الرحمان إبراهيم الشاعر: مواقع التواصل الاجتماعي و السلوك الإنساني، ص 64.
2. جبريل بن حسن العريشي: الشبكات الاجتماعية والقيم رؤية تحليلية، ، ص 37.
3. جبريل بن حسن العريشي: مرجع سابق، ص 177 .
4. صالح العلي: مرجع سابق، ص 472 .
5. نادية بن ورقلة: دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي والاجتماعي لدى الشباب العربي، مجلة دراسات وأبحاث، العدد، 11 جامعة الجلفة، الجزائر، ص 63.

4- أنستغرام Instagram :

هو تطبيق مجاني لتبادل الصور، وشبكة اجتماعية أيضا أطلق في أكتوبر من عام 2010م، ويتيح للمستخدمين التقاط صور وإضافة فلتر رقمي إليها، ومن ثمة مشاركتها مع مجموعة متنوعة من خدمات الشبكات في البداية كان دعم أنستغرام على أيفون والآي باد، والآي بود، وفي أبريل 2012 أضيف أنستغرام إلى منصة الأندرويد ثم تطوّر في يونيو، 2013 ليوضع في تطبيق تصوير الفيديو بالشكل المتقطع للمستخدمين، ومن التطورات المهمة في تطبيق الإنستغرام استحواذ شركة فيسبوك على التطبيق بصفقة بلغت مليار دولار وذلك في أبريل 2012.1.

يبلغ عدد المشتركين في موقع أنستغرام والذين يتبادلون الصور من خلال حساباتهم عليه الآن أكثر من 30 مليون مشترك خلال عامين فقط من بدء استخدام الموقع، يحملون ويشاركون مئات الملايين من الصور على حساباتهم الشخصية.

وقد قامت شركة فيسبوك بشراء أنستغرام بموظفيها الثلاثة عشر مقابل مليار دولار أمريكي لتسبق شركة قوقل في ضم الشركات الناجحة الى مجموعتها، ووفقا لتصنيف ترتيب المواقع عالميا، فإن موقع أنستغرام يأتي في المركز السابع والخمسون.2.

1- مركز المحاسب للاستشارات: دور مواقع التواصل الاجتماعي في الاحتساب، دار المحاسب للنشر والتوزيع، الرياض،

2015 ص.22ص.21.

2- رضا أمين: الإعلام الجديد، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2015 ص.121 ص.122.

الفصل الثاني: الإشاعة

- 1- نشأة و تطور الإشاعة
 - 2- أهداف الإشاعة
 - 3- خصائص الإشاعة
 - 4- أنواع الإشاعة
 - 5- أسباب ودوافع إطلاق الإشاعة
 - 6- مراحل انتشار الإشاعة
 - 7- سلبيات الشائعة
 - 8- طرق وأساليب مواجهة الإشاعة
- II. مواقع التواصل الاجتماعي والإشاعة
- 1- خصائص الإشاعة الإلكترونية
 - 2- أمثلة عن الإشاعات الإلكترونية
 - 3- دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الإشاعة

1. نشأة و تطور الإشاعة:

لا يستطيع الإنسان أن يتخيل مجتمعا مند بدء الخليقة يخلو من الإشاعات , فهي كغيرها من أحاديث الإنسان ظاهرة اجتماعية لازمة ، والواقع أن في تاريخ البشرية أمثلة واضحة تبين أن الشائعة وجدت على الأرض مع الإنسان ، بل وقبل أن ينزل الإنسان إلى الأرض، وعاشت وتبلورت وترعرعت في أحضان كل ثقافة وحضارة، وكثيرا ما يحدث أن يظل موضوع شائعة معينة كأنما هو غير قابل للاستفادة، وان كان يأخذ أشكالا متنوعة في أوقات مختلفة، بل قد يحدث أن يتبلور أحد هذه الأشكال ليصبح أسطورة لا تمت.1.

تعتبر الإشاعة ظاهرة اجتماعية قديمة ، وليست وليدة اليوم، لازمت الحياة البشرية على الأرض، واتخذت عدة أشكال عبر التاريخ الإنساني، وتطورت بتطور المجتمعات، متلازمة مع حركة الصراع والنزاع والاختلاف، ومصاحبة للأطماع الاقتصادية والعسكرية، ومرافقة للتغيرات الاجتماعية والتحويلات السياسية والثقافية، غير أنها أكثر شيوعا وانتشارا مع الحملات العسكرية والحروب، وخاصة إذا كان ذلك احتلالا وليس استعمارا.

وإذا كانت الشائعة مستمدة من الفعل الثلاثي "شاع" فان الإشاعة من الفعل الرباعي " أشاع" وتعني أنها محمولة ومنقولة بواسطة أفراد متطوعين أو مكلفين وبالوسائل والأساليب المختلفة التي تجعل منها مادة سهلة الانتشار، سريعة التأثير، فهي تنطلق من جزء من الواقع أو خبر أو حديث بعيدا عن المصدر أو الشكل الذي قيلت فيه وتلوكها الألسن وتناقضها الأفواه ووسائل الاتصال التقليدية في الحياة اليومية الاجتماعية، ولذلك تستخدم الشائعة (أحيانا) في قياس الرأي العام، فهي عبارة عن استطلاع رأي يتعرف المهتمون من بثها ونشرها وتداولها على طبيعة اتجاه الرأي العام، والتعرف على مواطن الخلل والقوة في بنیان المجتمع، ليكون بذلك سبيلا لوضع الفلسفة السياسية العامة للقضية التي كانت الإشاعة مادتها سواء كانت الإصلاح المجتمع أو للإغارة على المجتمع المقابل أو المعادي.2.

1. محمد منير حجاب: أساسيات البحوث الاجتماعية. دار الفجر للنشر و التوزيع. 2007، ص 27.

2. عبد العالي الصغيري وآخرون : الإشاعة في المعرفة الجديدة، 2011.

3- أهداف الإشاعة :

- بث الخوف والرعب والحقد والكراهية والعدوان وزرع بذور الفتنة والشك واليأس والأمل في نفوس الجمهور والمستهدف، وبهذا العبث والنسيج الإجتماعي والتماسك بين أعضاء الفئة المستهدفة.
- تشويه سمعة وصورة الأفراد والجماعات والمجتمعات والشعوب والدول والقادة، وبهذا تنتفك الوحدة العضوية لهذه الجماعات وتخلق الأفراد الغاضبين المبتعدين عن الجماعة.
- خلخلة وحدة الصف، وتصيح الفئة المستهدفة على شكل جزر لا علاقة عضوية بينها.
- تهجير المدنيين عن طريق بث الرعب في قلوبهم، ويبدأ الأفراد بالتفكير بالهجرة نحو المجتمعات المستقرة.1.
- العمل على تكوين الرأي العام أو حبسه أو تعبيته أو تضليله حول موضوع ما يلامس حياة الناس اليومية.
- خداع العدو وتضليله عن طريق تعمية الأمور عليه.
- العمل على تقوية الروح المعنوية خاصة وقت الأزمات والحروب والكوارث الطبيعية.2.
- استخدام الإشاعة لمواجهة إشاعة أخرى وهي الطريقة التي استخدمها النازيون على نطاق واسع خلال الحرب العالمية الثانية، عندما انتشرت الشائعات عن قيام هتلر بإعدام قادة النازية عام 1943م لاتهامهم بالمؤامرة ضده.

1. هياس بن رجاء الحربي: الشائعات ودور وسائل الإعلام في عصر المعلومات، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى، 2013، ص88.

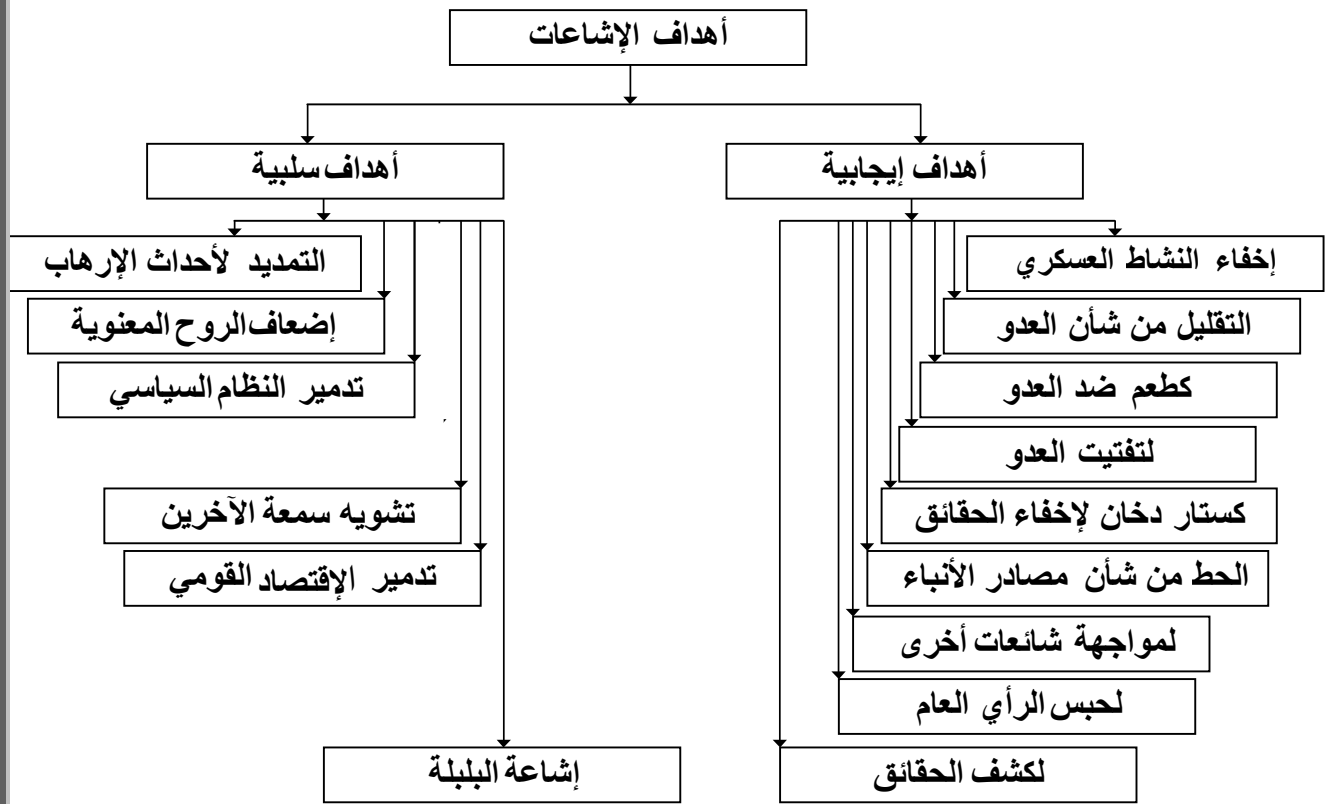
2. حسين السعيد: سيكولوجية الإشاعة رؤية قرآنية (إشاعة موحية في الحرب النفسية وأجندة المواجهة)، دار دجلة، شؤون وموزعون، بغداد، الطبعة الأولى، 2011، ص28.

- استخدام الإشاعة كستار دخان لإخفاء الحقيقة يعتمد هذا الأسلوب على حقيقة أن الشائعات يمكن أن تخفي الحقيقة، فيقوم أحد الجانبين المتخاصمين أو المتحاربين بالسماح بتسريب بعض المعلومات، وبذلك يصعب على الجانب الآخر اكتشاف الأسرار الحقيقية من الأخبار أو المعلومات الكاذبة.1.

- الإساءة إلى سمعة بعض القادة أو الحكومات أو بعض الشخصيات قصد التقليل من شأنها أو سمعتها وبالتالي تخفيض تعلق الأفراد بها، وأخطر إشاعة في التاريخ الإسلامي تلك التي أرادت أن تنال من سمعة الرسول صلى الله عليه وسلم وزوجته والتي تسمى بحديث الإفك، حيث استهدفت اتهام السيدة عائشة - رضي الله عنها- في شرفها أثناء قيام الرسول صلى الله عليه وسلم بإحدى الغزوات.2.

- تستغل الشائعات بعض الظروف (البطالة وارتفاع الأسعار ونقص السلع والمواد التموينية) للتشكيك بالوضع الاقتصادي للمجتمع ككل.3.

ويرى منير حجاب في كتابه أن هناك أهداف للإشاعة منها سلبية وأخرى إيجابية وقد لخصها في المخطط التالي:



الشكل رقم 1: يبين الأهداف المختلفة للإشاعات.4.

1. محمد منير حجاب: الشائعات وطرق مواجهتها، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007، ص104.103.
2. ميلود سفاري مراد زعيمي حاتم الصيد: الإشاعة والرأي العام، مؤسسة الزهراء للفنون المطبعية، الخروب، قسنطينة، 2003، ص61.
3. نعيمة واكد: مقدمة في علم الإعلام، طاكسيج كوم للدارسات والنشر والتوزيع، الجزائر، 2011، ص 28.
4. محمد منير حجاب: مرجع سابق، ص 100.

4- خصائص الشائعة:

- حدد العالمان Rosnow, fine وغيرهما من العلماء الخصائص الآتية للشائعة:
- من السهل أن تنطلق الشائعة وليس من السهل أن تتوقف، والشائعة تسير بسرعة الصوت والضوء عن طريق الأرقام الصناعية والإنترنت في الوقت الحاضر، لتصل إلى جميع أطراف الكون.
 - قد تكون الشائعة صادقة: أي قد تحتوي المعلومات الواردة في الشائعة على نواة للحقيقة.
 - الشائعة هي عملية نشر المعلومات خاصة إذا تعلق بموضوع هام.
 - من الصعب تعقب أو التأكد من مصدر الشائعة أثناء انتشارها.1.
 - لها أهمية وغامضة.
 - تنفس عن مشاعر مكبوتة.
 - يجب أن تكون مشحونة بشحنة انفعالية وجدانية قوية.2.
 - الإهتمام بها يكون مؤقتاً، تنطلق الشائعة وفقاً لظرفي الغموض والأهمية ويقل الإهتمام بها تبعاً لذلك وتعاود الظهور كلما وجدت الأرض الخصبة لها.
 - لا تعتمد على وسيلة بذاتها بل تنتقل بوسائل متعددة، إما عن طريق الحديث الشخصي، وهو الغالب، أو عن طريق وسائل الإعلام كما تتعدد أشكالها.3.

5- أنواع الإشاعة :

تتعدد أنواع الإشاعة، حيث صنفها العلماء إلى أنواع منها:

- الإشاعة الزاحفة:** وهي التي تروج ببطء ويتناقلها الناس همساً وبطريقة سرية تنتهي في آخر المر إلى أن يعرفها الجميع ويتضمن هذا النوع القصص الزائفة التي تروج لعرقلة أي تقدم إقتصادي أو سياسي أو إجتماعي.
- **الإشاعة الغائصة:** هي التي تروج خلال فترة معينة ، ثم لا تلبث أن تغوص بالظهور مرة أخرى عندما تنتهي لها الظروف الملائمة.
- **إشاعة الخوف:** تنتشر في الحالات التي يستولي فيها على الناس الفلق والخوف كما في أوقات الحروب والأزمات السياسية والاقتصادية.
- **الإشاعة الهجومية:** هي التي توجه ضد العدو للتشكيك في إمكانية النصر وإشاعة تيار الانهزامية.

1. محمد منير حجاب: مرجع سابق، ص 55.54 .
2. هاني الكايد: الإشاعة المفاهيم والأهداف والآثار، دار الرؤية للنشر والتوزيع عمان، الطبعة 1، 2009، ص 67 .
3. حسام الدين مصطفى: الشائعات والرسائل المتسلسلة، البناء وإستراتيجيات التعدي مجلة دراسات إعلامية، مجلة نصف سنوية، علمية ثقافية محكمة، جامعة إفريقيا العالمية، العدد الثاني، ربيع الأول، 1438 يناير، 2017 ص 6.5.

- إشاعة الأحلام و الأمانى: تنتشر بين الناس لأنها تمس حاجاتهم وأحلامهم ، وتعمل كتنفيس للرغبات والآمال التي لم تتحقق أثناء اليقظة.1.
- الإشاعة الصادقة: هي ذات مصدر موثوق وحقيقة مؤكدة تقال لاستبيان تأثير الخبر على سامعه ويتم على ضوءه استنتاج ما يحتاجه ذلك الموضوع من تعديلات وتغييرات قبل إلزام تنفيذه أو تطبيقه.
- الإشاعة الكاذبة: ومصدرها من نشأ في بيئة غير صحية درج على إلقاء الكلام جزافا ويعرف بما لا يعرف ويكره من يحقق معه في مصداقية كلامه ولا يحب المواجهة ونجده ينتقي سامعيه حتى لا يكون عرضة للمساءلة.
- إشاعة العنف: هي التي تروج الحوادث والكوارث ، والانتصارات ، والهزائم ، وهي الإشاعة التي تنتشر بسرعة ويكون لها صدى بين السواد الأعظم من الناس.
- الإشاعة التبريرية: هي تصدر عن طريق مصدر معلوم ومحدد يصدر قرار للجمهور ، يليه إشاعة أخرى يبرر فيها تداعيات صدور القرار ، حاجته وأهميته وفوائده.
- الإشاعة التدميرية: هي لتدمير الصورة الذهنية لشخص حقيقي أو معنوي بقسوة بالغة ، خدمة لشخص أو لمجموعة أشخاص أو جهة ما. 2.

6- أسباب ودوافع إطلاق الإشاعة

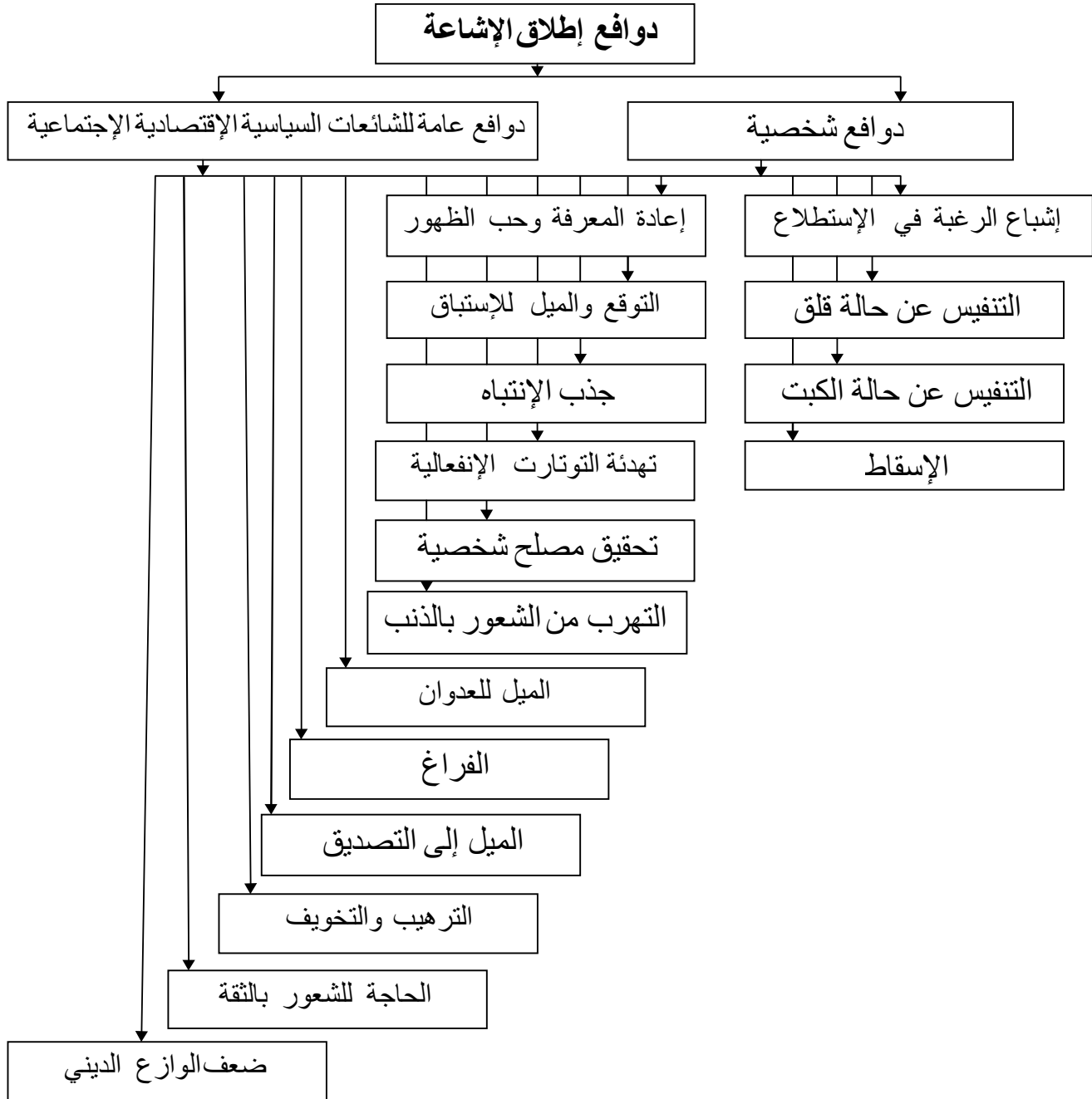
أسباب إطلاق الإشاعة:

- العدوانية: تجاه الشخص أو (الجماعة) المستهدف بالإشاعة، وذلك لتشويه السمعة أو تغيير موقف الناس منه ، أو إثارة الخوف وهذا يحدث كثيرا اتجاه الأشخاص أو الجماعات ذات الأهمية والشهرة حين تطلق عليهم الشائعات.3.
- الإسقاط: يسقط مروج الشائعات ما يضره في نفسه على شخص آخر أو أشخاص آخرين، كالخوف والإهمال وميول للكذب أو الخيانة أو الرّشوة أو التضليل، فيسقطه على الآخرين.
- التنبؤ: تشير الشائعة إلى احتمالات مستقبلية يعتقد مروج الشائعة فيقرب حدوثها، وهو يهيبئ الناس والظروف لإستقبالها.4.
- جذب الإنتباه: يرتبط هذا الدافع لنشر الشائعات بدافع حب الظهور وإدعاء المعرفة والعلم فجذب الإنتباه هنا يتحقق لمروج الشائعة لأنه يعرف ما لا نعرفه ويزيد من شعوره بأهمية ذاته، فالشخص وهو أخذ في سرد قصته يكون طوال ذلك الوقت مهيمنا على مسمعيه، كما أنّ مردد الشائعة يمكن أن يتيح لنفسه مشاعر المغدق على صديق شغوف يتذوق الفضائح أو الأفاصيص المفعمة بالخبيث والمصائب أضف إلى ذلك أن الشخص يمكن أن ينقطع به حبل الحديث فيجد ما يلائم أن نملاً الفراغ بترديد ما سمعه منذ لحظات.5.
- إشاعة الطمأنينة بالنفس: ويهدف مروج الشائعات بترديدها بهدف إشراك غيره في حمل العبء واكتساب عطف الآخرين.

- 1- كامل خو رشيد مراد:مدخل إلى الرأي العام، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، ط 1، 2011، ص139.
- 2- هاني الكايد، مرجع سبق ذكره، ص26.24.23.
- 3- جميل خليل محمد: دور الإعلام في نشر الشائعات، دار المعزز للنشر والتوزيع، الأردن، ط 1، 2014، ص127.
- 4- غرام محمد الجويلي: دور وسائل الإعلام في نشر الشائعات، مكتبة الوفاء القانونية، القاهرة، ط 1، 2014، ص144.
- 5- محمد منير حجاب: مرجع سابق، ص71.

-إستعمال الإسقاط النفسي :حين يشعر الشخص بالخوف من حدث معين يحاول من خلاله تناقل الشائعة بخصوص نفس الموضوع للسيطرة على مخاوفه.1.

يرى محمد منير حجاب أن هناك أسباب ودوافع إطلاق الإشاعة منها الشخصية والعامة ولفضها في المخطط التالي:



مخطط يبين الدوافع المختلفة لتداول الشائعات.1.

1- محمد منير حجاب: مرجع سابق، ص 63 .

7- مراحل إنتشار الإشاعة:

هناك ثلاث مراحل تمر بها الإشاعة، حتى تسري وتنتشر وهذه المراحل هي:

1- مرحلة الولادة Birth :

وتنسم بأنّها مرحلة إنتاج الإشاعة ومرحلة العرض والطلب، في هذه المرحلة يقوم العدو أو الطابور الخامس من منافقين ومخبرين وحاquدين وعمالء مأجورين ومرترقة ورجال إعلام سواء كانوا من أبناء البلد أو من الأعداء، بإنتاج الإشاعة عند توفر الوقت المناسب والجو الملائم، وإثارة النزاعات بين الأفراد والجماعات والشعوب.1.

ففي الوقت الذي يطلب الناس المعلومات التي تساعد على تفسير ما يجري حولهم في السلم والحرب ولا يجدونها يقوم مطلقو ومنتجو ومروجو الإشاعات بتزويدهم بمعلومات تلبّي رغبتهم وتقك الغموض وتقدم لهم ما يبدو أنه المجهول الذي يؤرقهم.2.

2- مرحلة المغامرة أو المجازفة Adventure:

وهي مرحلة إنتشار الإشاعة وذيوعها بين الناس إنها الدائرة التي تسير فيها الإشاعة، ولقد أثبتت عدة دراسات ميدانية وتجريبية علمية بأن إنتشار وترويج الشائعة يعتمد بشكل أساسي على قانون محدد وعلى الفعل والعمل الجماعي، فالأفراد والجماعات يطلقون الإشاعات ويشتركون في ترويجها على حد سواء.3.

3- مرحلة موت الإشاعة:

وهي المحصلة النهائية لعملية ولادة وانتشار الإشاعة وعمر الإشاعة، فمن الإشاعات ما يحيا لمدة ساعة أو ساعات، أو يوم أو أيام، أو أسبوع أو أسابيع أو أشهر أو سنوات أو قرون، أو يموت ليعاود الظهور في فترات دورية.4.

وسنوضح ذلك لاحقا من خلال الأمثلة التي سنتناولها على أنواع الإشاعات، وفي تحليل الإشاعة قام علماء العلوم الإجتماعية في الولايات المتحدة ونشرت نتائجها في تسعينيات القرن الماضي حيث أشاروا إلى أن الإشاعة هي بمثابة نوع من الفيروسات النشطة التي تنمو بسبب مقدرتها على توليد مخاوف لدى الجمهور المستهدف تمكنها من الإنتشار، وتتغير وتتجدد هذه الفيروسات وتطور لتتناسب أوضاعا جديدة، مثلها مثل فيروس الأنفلونزا الذي عيش طورا جديدا كل موسم، أما بالنسبة لعمر الإشاعة فقد أشاروا بأن بعض الإشاعات قد عاشت لعدة قرون.5.

ومن الإشاعات الساطعة على هذا المجال الإسرائيليات الموجودة في بعض كتب التراث الإسلامي، وإشاعة صلب السيد المسيح عيسى عليه السلام من قبل اليهود في حين أن الله رفعه إليه كما أخبرنا القرآن الكريم. قال تعالى: « وقولهم إنا قتلنا المسيح عيسى ابن مريم رسول الله وما قتلوه وما صلبوه ولكن شبه لهم وإن الذين اختلفوا فيه لفي شك منه ما لهم به علم إلا إبتاع الظن وما قتلوه يقينا بل رفعه الله إليه وكان الله عزيزا حكيما».6.

1. حسين السعيد: مرجع سابق، ص 22.

2. محمد عويضة: علم النفس الإشاعة، دار الكتب العلمية، بيروت، 1996.

3. هباس بن رجاء الحربي، مرجع سابق، ص 90.

4. حسين السعيد: مرجع سابق، ص 22.

5. هباس بن رجاء الحربي: مرجع سابق، ص 94.

6. القرآن الكريم.

8-سلبيات الإشاعة:

للشائعات أثر بارز في تغيير مسار كثير من الشعوب عبر التاريخ وكم من أمم هزمت بالشائعات هزيمة نفسية قبل ان تلحقها الهزائم الحربية، فالشائعات تنشر عن طريق أفراد الشعب، فهي تعيش عليه ولم تصدر أصلاً إلا لتمس موضوعاً ذا أهمية يتعلّق بالمجتمع بصفة عامة أو جزء منه بغية تشكيل الرأي العام والتأثير فيه ونشره وفق ما تريد ويترتب على الشائعات آثار سلبية تؤثر على عقول الأفراد وبناء المجتمع وتضر بالروح المعنوية والقومية والوطنية ويمكن بيان الآثار السلبية للإشاعة فيما يلي:

- ترتب على ترويج الشائعات في المجتمع خلق عدم الثقة بين الأفراد وبين التنظيمات السياسية والشعبية وتفقد القيادات السياسية والفكرية والاجتماعية الاحترام والثقة التي تحظى بها من قبل أفراد المجتمع .1.
- النيل من أخلاق المجتمع ومحاولة إفسادها مما يؤدي إلى إنهيارها وتلاشيها.2.
- إثارة الفتن والخصومات وتعميق الخلافات وذلك بين فئات المجتمع المختلفة ونشر الإضطرابات الداخلية وتعميق الإحساس بالمشاكل والأزمات من خلال النيل من سمعة وصورة الأفراد والجماعات والشعوب والدول وذلك عن طريق ما يعرف بشائعات الكراهية.3.
- إشاعة جو البلبلة وعدم الوضوح من خلال خلط الحق بالباطل والحابل بالنابل وتعميق الإحساس بالأزمة من أجل الهيمنة والسيطرة ولتنفيذ مخططات وتطلعات ذات مصالح ذاتية وأنانية رديئة.4.
- سريان الشائعات في أوساط المجتمع يؤدي إلى حالة من الخوف والإرباك، خاصة عندما لا يكون للأفراد تجارب حياتية ولو بحددها الأدنى، ويعبرون عن الخوف بأساليب متعدّدة لعدم معرفتهم بأساليبه ومصادره ويتزامن معه زيادة القابلية الشديدة لتقبل الشائعات والإرباك في وسائل الإدراك المعرفي مما سيثبوش القدرة على التقدير السليم للأموار والأحداث المحيطة.5.

1. أحمد نوفل: الحرب النفسية، دار الفرقان للنشر والتوزيع، عمان، الردين، الطبعة الأولى، 1989، ص 07.
2. مطلوع ضياء الدين والعمرى عبد الله: تقنيات الإتصال والإعلام وآثارها في النشئ السعودي، مجلة البحوث الأمنية، الرياض، كلية الملك فهد الأمنية المجلد 11، العدد 22، 2002، ص 177.
3. محمد منير حجاب: مرجع سابق، ص 107.
4. محمد منير حجاب: مرجع سابق، ص 108.
5. الحنشت، محمود عثمان: الشائعات وكلام الناس، أسرار التكوين فنون المواجهة مكتبة ابن سينا للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، الطبعة الاولى، 1996، ص 27.

9- أساليب مواجهة الإشاعة:

- اليقظة للشائعات في أوقات الأزمات والحروب والحوادث والصعوبات وفترات التحول الإجتماعي.
- تربية النشئ على التفكير النقدي الذي يمحص الأمور قبل أن يصدقها أو يقبلها أو يرفضها.1
- قيام الأجهزة المعنية بتتبع مصادر الشائعات ومروجها والتحذير والتنبيه من أخطارها من خلال الإتصال المباشر بالناس وتوعيتهم وتقبل ملاحظاتهم والتنسيق مع مؤسسات المجتمع المدني المختلفة لنشر الوعي والرد الموضوعي المستند إلى الحقائق والأرقام لتنفيذ الشائعات وكشف زيفها ومخاطرها ومصادر لها.
- تكذيب الشائعات وكشف زيفها وتعريفها وبيان تناقضها لإسقاط فاعلتها وتوحيد الفعل ضد مروجها والتعامل معها بحذر لضمان إبطال مفعولها مع مراعاة أن يكون التكذيب من قبل مصدر مسؤول معروف وموثوق به بشكل تأثيرا على الرأي العام.
- تحليل الشائعات لمعرفة أهدافها ودوافعها ومصدرها، ومن يقف وراءها والمستفيد منها وتتبع مسارها للوصول إلى الجذور وضمان ضبط مروجيها وكشف دوافعهم والجهات التي يعملون لحسابها.2
- الرد غير المباشر أي عند الرد على الشائعة ينبغي عدم تكرارها بنفس ألفاظها حيث أن التكرار ينشر الإشاعة.
- إطلاق شائعة مضادة والتي تعمل على تحويل إنتباه الجمهور عن الشائعة المثارة
- التجاهل أحد أساليب مواجهة الشائعة الإهمال والتجاهل والبحث أولاً عن جوانب الثقة فيالمصدر وفي المعلومة نفسها، إنَّ التوقف عن المتابعة مع الحرص على إتاحة معلومات صحيحة يحد من إنتشارها ويوحي بعدم الأهمية، ومن تم يفقد المروجون للشائعة دافعيتهم للإستمرار وتنتهي الإشاعة.3
- التثبيت من صحة المعلومات الواردة: إن التثبيت أو التثبيت من مصدر الإشاعة يعتبر خطوة مهمة في السيطرة على الإشاعة ومقاومتها، ويعتبر معرفة مصدر الإشاعة مهما للتبيين من مدى صحتها أو زيفها وهذا يدلنا على الدوافع الكامنة من وراء تلك الإشاعة.4
- قتل الإشاعة بإشاعة أكبر منها حجما وأشد أثرا وذات أولوية أكبر لدى الجمهور المستفيد وبعد فترة وجيزة يتم تكذيب الأخيرة لإحداث بلبلة أكبر وأكبر تسيطر على كافة أحاديث الجمهور المستهدف ليل نهار أو في معظم وقته.5

- 1- عزام محمد الجويلي: مرجع سابق، ص 147.
- 2- نايف بن محمد المرواني: الشائعات وآثارها السلبية في بنية المجتمع وتماسكه، الندوة العلمية لمجابهة الشائعات، مركز الدراسات والبحوث، قسم الندوات واللقاءات العلمية جيبوتي، 2010ص24 .
- 3- محمد منير حجاب: مرجع سابق، ص 251.252.
- 4- هباس بن رجاء الحربي: مرجع سبق ذكره، ص98.
- 5- عزام محمد الجويلي: مرجع سابق، ص 245 .

- توفير عنصر الثقة وذلك خاصة في البلاغات الرسمية.
- استعمال المعارضة حيث يمكن للرئيس أو المدير أو مسؤول المؤسسة محاربة الإشاعة بتهيئة الجو وتفاذي الصراع من خلال إعطاء فرص للمعارضة أو للنقابة للتعبير عما يشعرون به الأفراد بصورة علنية..1.

• مواقع التواصل الاجتماعي والترويج للإشاعة:

بما أن هذه الدراسة تناولت دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الإشاعة فإنه يجدر القول أن مواقع التواصل الاجتماعي من خلال ما تؤديه من أدوار ووظائف في المجتمع ظهر ما يمكن تسميته بالإشاعة الإلكترونية كنتيجة قوية للتوسع السائد في استخدام الأنترنت والشبكات الاجتماعية بالإضافة للهاتف النقال.

2- خصائص الإشاعة الإلكترونية:

- **السرعة:** حيث أنها تستغرق وقتا قصيرا لتنتقل من مكانها إلى الموقع أو العنوان الإلكتروني المعني وكذلك يمكن مشاهدتها من قبل أشخاص كثر مجرد المرور على الحائط الخاص بك في الفيس بوك.
- **الكلفة:** لا تحتاج الإشاعة الإلكترونية إلى نفقات لتوزيعها فهي ذات تكلفة منخفضة.
- **التفاعل عن بعد:** تتميز الإشاعة الإلكترونية بأنها تملك خاصية التفاعل عن بعد حيث يمكن تناقلها بالصوت والردشة التي يقوم بها الأفراد أو الصور ومقاطع الفيديو.3.
- **تخطي حدود المكان:** جرت العادة بأن الشائعات المعتادة تروج في مدينة معينة وبعد فترة وعلى حسب أهمية الإشاعة قد تنقل إلى المدن المجاورة، أما إشاعات الأنترنت فإنها تصل إلى البعيد قبل القريب وتقفز عبر الحدود وتتخطى البحار والمحيطات في دقائق معدودة.
- **التعرف على المصدر:** عند محاولة التعرف على المصدر للشائعة المتناقلة في المجالس فإنه يصعب القيام بذلك حيث يتطلب الأمر التحقيق ومقابلة الناس، وتحري صدق ما يقولون ودقة أما في شائعة الأنترنت فمن الممكن التتبع الإلكتروني لمصدر الشائعة من دون التأثر بنسيان الناقلين أو تزييفهم لأن الأمر يتم بطريقة الكترونية ومن الممكن وضع اليد على الرسائل ومصادر ها.4.

-
- 1- جابر نصر الدين ولوليا الهاشمي: مفاهيم أساسية في علم النفس الاجتماعي , مخبر التطبيقات النفسية و التربوية, جامعة منتوري قسنطينة, الطبعة 2, 2006, ص144.145 .
 - 2- نياض موسى البداينة: استخدام التقنيات الحديثة في الشائعات (أعمال ندوة أساليب مواجهة الشائعات أكاديمية نايف للتربية للعلوم الأمنية- الرياضة), 2001, ص67.
 - 3- محمد منير حجاب: مرجع سابق، ص123.

3- أمثلة عن الإشاعة الإلكترونية:

لا يمكن فهم ازدهار تجارة التضليل وتسويق الإشاعة في الجزائر باعتبارها من أكثر الدول العربية تعرضاً لهذه الموجات، اليوم مع إنتشار وباء كورونا، إلا بربطها بالقلق التي رافقت أكثر من عام من عمر الحراك الشعبي، الذي شهد بدوره كما هائلاً من ترويج للمعلومة الكاذبة كون الحراك أشبه بالحرب السلمية، لا يطلق فيها الرصاص لكن تطلق الشعارات والشائعات.

ومع تفشي فيروس COVID19 تحول تجار السياسة إلى تجارة الأوبئة، لتشهد البلاد كما هائلاً من الإشاعات، بدأت بإشاعة إصابة عدد من وزراء الحكومة بفيروس كورونا، ووفاة والي ولاية معسكر بينما هو أصيب فقط ولم يتوفى، ولم تنتهي عند إشاعة غلق محطات الوقود التي أحدثت أزمة كبيرة مباشرة بعد إطلاقها، حيث شهدت محطات الوقود طوابير هائلة من السيارات، بعد أن صدق السائقون الإشاعة، وهذا على الرغم من تدخل المسؤولين في وزارة الطاقة وتليهم الإشاعة، وتمكن السلطات من إلقاء القبض على مروج الإشاعة على الفيسبوك.

غير أن أخطر الإشاعات على الإطلاق هو التشكيك في الأرقام الرسمية حول عدد المصابين بالفيروس وعدد الوفيات، وقد انخرط للأسف في هذه العملية حتى بعض الأطباء بعضهم عن حسن نية، وبعضهم عن سوء نية مسبقة، عندما تحدثوا عن اعداد لا تحصى من الوفيات في المستشفيات الجزائر العاصمة والبلدية التي تخضع لحجر صحي كامل، وقد شاهدوهم بأعينهم، وان السلطات تتحفظ على الاعتراف بها.

ورغم أن عدد المصابين يمكن بالفعل أن يكون اكبر، بحكم عدم القدرة على الكشف عن الجميع.

4- دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الإشاعة:

زاد إنتشار الإشاعة وسرعة تداولها بين أفراد المجتمع وخاصة من خلال شبكات التواصل الاجتماعي، الأمر الذي أدى إلى تغيير بنية الشائعة وطريقة انتشارها في المجتمع، وذلك بسبب إختلاف طبيعة وخصائص البيئة لتلك الشائعات، فقد سمحت الشبكات الاجتماعية لإنتشار الشائعات التي ربما تؤدي إلى تهديد السلم الاجتماعي وتثير البلبلة والفتن في المجتمع.

وقد كان من المتوقع أن تقل الشائعات تدريجياً من الناحية النظرية وذلك مع تطور وانتشار وسائل الإتصال بشكل كبير، إذ لم يبق هناك الكثير من الأشياء المخفية، إلا أن الشائعات في الواقع بدأت تتزايد وباستمرار، بل وأصبحت تستفيد من وسائل الإتصال التقليدية والإلكترونية في نفس الوقت، ويبدو أن هذا عائد إلى أحد العاملين أو كليهما.1.

الأول: زيادة ميل بعض المواقع المهمة إلى تحريف بعض الحقائق أو حتى إخفاء جزء منها الأمر الذي يؤدي إلى زيادة الضبابية والغموض، بالإضافة إلى ضعف المصداقية في الأخبار المعلنة والتصريحات الرسمية وتناقض بعضها مع الواقع.

الثاني: الرغبة الكبيرة لدى الناس في معرفة الكثير من الأحداث، المجهولة لديهم.2. ويعد نشر الشائعات من أسس مخاطر إساءة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، لأن الشبكات تسهم في إنتشار الشائعة وتضخيمها بشكل مبالغ فيه في فترة قصيرة لا تستغرق ساعات.3.

1. وديع محمد العزيمي: الإشاعات وشبكات التواصل الاجتماعي المخاطر وسبل المواجهة، مجلة الإعلام والعلوم الاجتماعية للأبحاث التخصصية، العدد 3، 2016، ص37.
2. تركي بن عبد العزيز السديري: توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية الأمنية ضد خطر الشائعات، رسالة ماجستير، جامعة نايف العربية للعلوم المنية الرياض، المملكة العربية السعودية، 2014ص29.

وفي ظل شبكات التواصل الإجتماعي التي أوجدت مجتمعات إفتراضية ذابت خلالها الحدود الجغرافية ولا قيود الإجتماعية فإن أي شخص يستلم رسالة إلكترونية أو منشور على صفحات شبكات التواصل الإجتماعي تحتوي على شائعة، فإنه عندما يرسلها أو يشاركها مع أصدقائه فإن الشائعة تحتفظ بهيكلتها وجاذبيتها مدة أطول.1.

حيث توجد عدة عوامل يمكن أن تسهم في إنتشار الشائعات عبر مواقع التواصل الإجتماعي ومن بين هذه العوامل كثرة وجود هذه الشبكات وسرعة إنتقال المعلومات بين المستخدمين سواء أكانت صحيحة أم غير صحيحة، بالإضافة إلى عدم وجود رقابة فاعلة وقوانين تجرم نقل الأخبار غير الصحيحة عبر هذه الشبكات، وصعوبة التعرف على شخصية مطلق الإشاعة على وجه التحديد، إذ أن إنتشار الشائعات يعد من أخطر سلبيات شبكات التواصل الإجتماعي لاسيما في أوقات الأزمات الامنية أو السياسية أو الإقتصادية وفي ظل غياب دور.2. وسائل الإعلام الأخرى في تغطية تلك الأزمات ورغبة الجمهور في معرفة التفاصيل والتطورات التي تحدث باستمرار.3.

ويمكن تصنيف الشائعات عبر شبكات التواصل الإجتماعي من حيث أهداف نشرها إلى قسمين:

- شائعات مع سبق الإصرار والترصد:

وهي الأخبار التي ينشرها أصحابها وهم على يقين ودراية تامة بكون هذه الأخبار عارية عن الصحة، عادة ما يكون لديهم هدف أو غرض محدد من نشر هذه الأخبار بحسب نوع الخبر والمجال الذي يقع في خانته.

ما أن يكون الغرض تجاريا بحثا ، يسعى لزيادة الإقبال على منتج معين عن طريق استخدام الإشاعة كألية تسويقية مبتكرة أو لغرض التشويش على هيئة أو شركة أو شخص منافس عن طريق تحريف الحقائق.

- شائعات عن قلة دراية وتحقيق:

إن كان النوع الأول من الشائعات يتم التخطيط له لتحقيق أهداف معينة من طرف جهات محددة، فإن النوع الثاني ينتشر بشكل عفوي غير مقصود سواء بسبب التسرع في نشر الأخبار دون التحقق من مصادرها الأصلية، عن طريق تحريف الكلام الصادر عن المصدر الأصلي فنتيجة التجزئة أو الإقتباس المخل بالمعنى.4.

1. هباس بن رجاء الحربي: مرجع سابق، ص 114

2. راند حزام الكرناف: تصور إستراتيجي لمكافحة الشائعات في مواقع التواصل الإجتماعي بالمملكة العربية السعودية (تويتر نموذجا) رسالة ماجستير غير منشورة جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، المملكة العربية السعودية، 2014، ص75.

3. راند حزام الكرناف: مرجع سابق، ص 75.

4. http://ijnet.org/ar/blog/198550. 09/08/2020. 11 :04.

وقد أخذت بعض الشائعات حيزا كبيرا من الانتشار، كالمقال الساخر " ساركوزي يقترح صياما على الطريقة الفرنسية"، بواسطة المدون أحمد المغربي (سنة 2010). تسببت هذه التدوينة في انتشار شائعة تفيد بأن ساركوزي قام فعليا بهذا التصريح، فنقلت الخبر معظم المنتديات الإلكترونية، مما لم يوقف الأمر عند هذا الحد، بل تخطاه إلى الصحافة التقليدية في مختلف البلدان العربية، خاصة أن موقع CNN نشر مقتطف من المقال باللغة العربية . بالتالي، امتد صدى الشائعة إلى قنوات إخبارية أيضا، نظرا للحجم الذي أخذه الموضوع، فقامت قناة العربية في إحدى نشراتها الإخبارية بتقديم تقرير عن هذه الإشاعة، حيث قامت بتوضيح الالتباس القائم.

للتخفيف من انتشار الشائعات عبر شبكات التواصل الاجتماعي يجدر بالصحفي التنبه إلى النقاط التالية: 1.

- على الصحفي أن لا يعيد نشر الخبر قبل التيقن من صحته من قبل مصدرين موثوق على الأقل.
- يجب على الصحفي أن يتعامل بحرص مع الأخبار المتعلقة بالمواضيع الدينية والعقائدية والمواضيع الإنسانية حيث يكثر انتشار الشائعات، كالإشاعة التي انتشرت حول الاضطهاد الذي يتعرض له مسلمو بورما من خلال (الصور) تعود لسنة 2004.

- تزداد فرص انتشار الشائعات عندما يتم نقلها من محيط شبكات التواصل الاجتماعية إلى الصحافة التقليدية، لذلك وجب التيقن والتحقق من صحة الخبر، والاستعانة بالنصائح التي قدمتها وكالة الأنباء رويترز أو غيرها، في ما يتعلق بطرق التعامل مع شبكات التواصل الاجتماعي كوسائل إعلامية .

الفصل الثالث:

الإطار التطبيقي

.IV الإِطار التّطبيقي:

1. تحليل بعض النماذج.

خاتمة

قائمة المصادر والمراجع

تحليل بعض النماذج:

حاولت الدراسة الحالية التعرف على أثر مواقع التواصل الاجتماعي في الترويج للإشاعة على رواد مواقع التواصل الاجتماعي خلال أزمة كورونا ، من خلال تطبيقها النموذج الاستخدامات و الإشاعات، إذ ستقف الدراسة من خلال تحليل البيانات على عادات وأنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي للمعلومات المروج لها حول فيروس كورونا حاجات و دوافع رواد مواقع التواصل الاجتماعي الذين يرغبون في تحقيقها من خلال متابعة المعلومات التي تنشر حول الفيروس أثر المعلومات المغلوطة على مواقع التواصل الاجتماعي على متابعتها و أخير الحلول المقترحة للحد من نشر الإشاعات على مواقع التواصل الاجتماعي.

المحور الأول: محور البيانات الشخصية:

جدول 01: يبين الخصائص الديموغرافية والاجتماعية لعينة البحث

المتغير	التصنيف	العدد	النسبة
الجنس	ذكر		
	أنثى		
المجموع			
العمر	أقل من 20 سنة		
	30-21		
	40-31		
	50-41		
	أكثر من 50		
المجموع			

		تعليم ثانوي	المستوى التعليمي
		تعليم متوسط	
		تعليم جامعي	
		دراسات عليا	
		المجموع	
		طالب	المهنة
		موظف	
		معلم	
		أستاذ جامعي	
		عامل حر (خاص)	
		لا مهنة له	
		المجموع	

تصور للطلبة عن تحليل نتائج الجدول:

يتبين من الجدول السابق أن الغالبية العظمى من مفردات عينة البحث من الذكور بنسبة (....%)، أما الإناث فبلغت نسبتهم (....%)، كما تبين أن الغالبية العظمى من مفردات عينة البحث تتراوح أعمارهم بين (31 - 40) بنسبة (....%)، يليها فئة الأعمار (41 - 50) سنة بنسبة (..... %)، ثم فئة الأعمار (21 - 30) بنسبة (....%)، كما تبين أن أغلب مفردات عينة البحث من ذوي (التعليم الجامعي) بنسبة (.... %)، يليها (التعليم ما فوق الجامعي) بنسبة (....%)، ثم (التعليم المتوسط) بنسبة (..... %)، وذلك لكون الفئات المتعلمة تعليم جيداً هي التي لديها حسابات على مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة، كما أنها من الفئات التي تمتلك اهتمام وجدية في تعبئة استمارات البحث الإلكترونية أكثر من غيرها من الفئات الأخرى.

المحور الثاني: عادات و أنماط إستخدام رواد مواقع التواصل الإجتماعي للمعلومات المروج لها حول فيروس كورونا :

النسبة %	التكرار	استخدام مواقع التواصل الاجتماعي
		دائما
		أحيانا
		نادرا
		المجموع

جدول رقم 02: حرص عينة البحث على متابعة المعلومات التي تعرض عبر الفايسبوك حول فيروس كورونا

تصور للطلبة عن تحليل نتائج الجدول:

يتضح من خلال الجدول أن أفراد العينة يتابعون المعلومات التي تعرض عبر الفايسبوك حول فيروس كورونا دائما بنسبة.... % أما درجة الاستخدام للإجابة أحيانا كانت نسبة.... %، في حين كانت نسبة الإجابة نادرا منعدمة ويرجع السبب إلى الأهمية التي تزداد يوميا لهذا المواقع الذي يحتوي على أنواع عديدة تسمح لكل الأفراد استخدامه

كما يعتبر هذا الموقع مفتوح للجميع حيث ازدادت شهرة هذه المواقع في العالم العربي خاصة، طبقا لدراسة إقليمية حديثة تظهر توسع وانتشار قاعدة مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي الرئيسية على شبكة الانترنت (فيسبوك) ليسجل أخيرا ما مجموعة 703 مليون مستخدم عربي منتصف العام الحالي حسب ما نشرته صحيفة الغد الأردنية (alarabiya.net/Ar/technologie).

جدول 03: يبين توزيع عينة البحث حسب أنواع الصفحات الأكثر متابعة و التي تنشر معلومات حول فيروس كورونا.

مصادر الشائعات	نعم	نسبة	لا	نسبة
الصفحات العالمية				
الصفحات المحلية				
الصفحات الرسمية				
صفحات متنوعة لا مصدر معلوم لها				
صفحات الأصدقاء				
مواقع أخرى				
المجموع				

تصور للطلبة عن تحليل نتائج الجدول:

يتضح من الجدول أن الغالبية العظمى من مفردات عينة البحث بنسبة...% يرون ان مصدر متابعة المعلومات المنتشرة حول فيروس كورونا هي الصفحات العالمية لكون معظم الاخبار والمعلومات المتداولة حول جائحة كورونا تنتقل إلينا من الدول الكبرى و تأتي في المرتبة الثانية متابعة المعلومات حول فيروس كورونا على مستوى الصفحات المحلية بنسبة...% و هذا يرجع لكون عينة البحث شهدو بأنفسهم نشر و متابعة العديد من المعلومات المحلية المتعلقة بجائحة كورونا. و تأتي في المرتبة الثالثة متابعة المعلومات حول فيروس كورونا على مستوى الصفحات الرسمية بنسبة...% في حين أن أقل نسبة من عينة البحث %.... يتابعونه عبر صفحات متنوعة بمصادر غير معلومة و عبر صفحات الأصدقاء.

جدول رقم 04: يبين المدة التي يقضيها أفراد العينة في متابعة المعلومات المتعلقة بفيروس كورونا؟

النسبة %	التكرار	مدة التصفح
		أقل من نصف ساعة
		ساعة
		أكثر من ساعة
		المجموع

تصور للطلبة عن تحليل نتائج الجدول:

يوضح الجدول أن نسب مدة متابعة أفراد العينة للمعلومات المتعلقة بالفيروس النسبة الأكبر هي أكثر من ساعتين مقدر ب... % وهذا راجع لتوسع في المواضيع في جميع المجالات المختلفة والمتوفرة على هاته المواقع، مما يجعل الفرد ينساق في متابعة مختلف المعلومات دون الانتباه لمضي الوقت، في حين أن نسبة... % كانت للأفراد الذين يقضون من ساعة إلى 03 ساعات في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي و هو متوسط الوقت استخدامها التي تترك للأفراد الاطلاع على أمورهم، أما الأفراد الذين يقضون اقل من ساعة فنسبتها منعدمة وهذا راجع لأن معظم أفراد العينة يقضون في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي أكثر من ساعة، ومن خلال الجدول نجد أن الإستخدام الواسع الذي يقضيه أفراد العينة في تصفح المواقع التواصل الاجتماعي كبير جدا.

جدول رقم 05: توزيع أفراد العينة حسب اللغة التي يفضلها عند استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة %	التكرار	اللغة
		العربية
		الفرنسية
		الإنجليزية أخرى
		المجموع

تصور للطلبة عن تحليل نتائج الجدول:

نلاحظ من خلال الجدول أن المبحوثين عند تصفحهم لمواقع التواصل الاجتماعي يفضلون اللغة الفرنسية بنسبة... % وهي نتيجة متقاربة مع اللغة العربية التي احتلت نسبة مقدرة ب... % ، أما باقي النسبة فكانت من قبل إجابة التي أضافوها مبحوثين وهي اللغة الانجليزية التي كانت نسبتها ب...% .

فتعتبر اللغة الفرنسية هي إحدى اللغات الرومانسية التي يتكلم بها نحو 80 مليون شخص في جميع أنحاء العالم كلغة رسمية أساسية، وحوالي 190 مليون شخص كلغة رسمية ثانية، وحوالي 200 مليون شخص آخرين كلغة مكتسبة.

وينتشر هؤلاء الناطقون بها في حوالي 544 بلدا حول العالم وهي اللغة الوحيدة الموجودة بالقارات الخمس بجانب اللغة الإنجليزية (<https://ar.wikipedia.org/wiki/>).

أما المبحوثين الذين فضلوا اللغة العربية يعود السبب إلى أن اللغة العربية تعتبر من أسى اللغات التي تحدثت بها البشرية، فاللغة بشكل عام تستخدم لخلق طريق التواصل والتخاطب بين الناس،

جدول رقم 06: يبين توزيع أفراد العينة حسب مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر استخداما .

النسبة %	تكرار	الموقع الأكثر استخداما
		فيسبوك
		يوتيوب
		إنستغرام
		تويتر
		جوجل +
		المجموع

تصور للطلبة عن تحليل نتائج الجدول:

يوضح الجدول توزيع أفراد العينة حسب المواقع التواصل الاجتماعي الأكثر استخداما التي يستخدمها الطلبة الجامعيين، أين توصلت النسب إلى أن موقع الفيسبوك هو الأكثر استخداما في تصفح هاته المواقع ، بمعدل ... مفردة أي ما يقابلها...% ، فيما جاء موقع يوتيوب بالمرتبة الثانية وبنسبة ضعيفة مقارنة مع موقع فايسبوك إذ لم تتجاوز نسبتها...% ، فيما كان إنستغرام بنسبة أقل وصلت...% ، فيما كانت باقي المواقع نسبتها منخفضة بشكل كبير. ويمكن إرجاع هذه النسب إلى اعتبار أن موقع التواصل الاجتماعي "فيسبوك" هو أكثر شهرة من المواقع الأخرى،

المحور الثالث: حاجات و دوافع رواد مواقع التواصل الاجتماعي التي يرغبون في تحقيقها من خلال متابعتهم للمعلومات التي تنشر حول فيروس كورونا؟

جدول 09: جدول يبين توزيع أفراد العينة حسب بداية إهتمامهم بالمعلومات التي تنشر حول فيروس كورونا في مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة	التكرار	الفقرات
		منذ بداية انتشار الفيروس في الصين
		عند ارتفاع عدد الإصابات
		عند ارتفاع عدد الوفيات
		عند تسجيل أول حالة في الجزائر
		عند ارتفاع عدد الإصابات في الجزائر
		عند إصابتك أو إصابة أحد معارفك بفيروس كورونا
		المجموع

تصور للطلبة عن تحليل نتائج الجدول:

يوضح الجدول توزيع أفراد العينة حسب بداية إهتمامهم بمتابعة المعلومات التي تنشر حول فيروس كورونا حيث نلاحظ أن نسبة المبحوثين إختاروا إجابة تسجيل أول إصابة في الجزائر المقدرة ب...% و تلاها ارتفاع عد الإصابات في الجزائر مقدرة ب...% في حين كانت نسبة الاهتمام عند إصابتك أو معارفك مقدرة ب...%

جدول 10 : يبين توزيع أفراد العينة حسب دوافع متابعة المعلومات المتعلقة بفيروس كورونا

النسبة	التكرار	الفقرات
		الخوف من الإصابة بفيروس كورونا
		معرفة أعراض الإصابة
		- معرفة تطورات الوضع الوبائي
		معرفة طرق العلاج من فيروس كورونا

		إشباع رغباتي المعرفية نظرا لنقص المعلومات في وسائل الإتصال التقليدية إذاعة, تلفزيون, صحافة مكتوبة"
--	--	--

تصور للطلبة عن تحليل نتائج الجدول:

يوضح الجدول توزيع أفراد العينة حسب دوافع متابعة المعلومات المنتشرة حول فيروس كورونا إذ يتضح أن الدافع من متابعة المعلومات المنتشرة حول الفيروس المتمثل في الخوف من الإصابة بفيروس كورونا بنسبة... % فيما تلاها الدافع في متابعة المعلومات المنتشرة حول الفيروس المتمثل في معرفة تطورات الوضع الوبائي... % و تلاها الدافع في متابعة المعلومات المنتشرة المتمثل في معرفة طرق العلاج من فيروس كورونا و التي وصلت إلى ... % و أخيرا دافع إشباع الرغبات المعرفية نظرا لنقص وسائل الإتصال (إذاعة صحافة مكتوبة بنسبة... %

جدول 12: لاستجابات عينة البحث حسب سبل مواجهة الشائعات المتعلقة بجائحة كورونا على مواقع التواصل الاجتماعي

الدرجة	الإنحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الفقرات
			توعية مستخدمي الشبكات على الصعيد المحلي بخطورة الشائعات وعدم تناقلها وتداولها
			رصد الشائعات وتكذيبها من قبل الجهات المختصة ، وسرعة الرد عليها قبل استفحالها في المجتمع
			إنشاء صفحات على الانترنت لإيضاح الحقائق المتعلقة بالوباء وحجم انتشاره لكافة المواطنين أو الرد من قبل الصفحات الرسمية المخولة بذلك
			التجاهل التام وعدم الاهتمام بها أو أخذها على محمل الجد

			الإبلاغ عن الشائعة أول ظهورها والتحذير من تداولها وإخطار الأصدقاء على صفحات التواصل الاجتماعي بعدم تداولها ونشرها
			التعاون مع الجهات الأمنية في التعرف على الصفحات المضللة التي تقوم بنشر الشائعات والأخبار الكاذبة والمعلومات غير الموثوقة
			المتوسط الحسابي الكلي

تصور للطلبة عن تحليل نتائج الجدول:

يتضح من الجدول أن سبل مواجهة الشائعات المتعلقة بجائحة كورونا على مواقع التواصل الاجتماعي حسب استجابات عينة البحث مرتبة حسب أهميتها كانت على النحو التالي: "توعية مستخدمي الشبكات على الصعيد المحلي بخطورة الشائعات وعدم تناقلها وتداولها " بمتوسط حسابي (....) وانحراف معياري (....) بدرجة مرتفعة، ثم "رصد الشائعات وتكذيبها من قبل الجهات المختصة، وسرعة الرد عليها قبل استفحالها في المجتمع" بمتوسط حسابي (....) وانحراف معياري (...) بدرجة مرتفعة، ثم " إنشاء صفحات على الانترنت لإيضاح الحقائق المتعلقة بالوباء وحجم انتشاره لكافة المواطنين أو الرد من قبل الصفحات الرسمية المخولة بذلك " بمتوسط حسابي (....) وانحراف معياري (.....) بدرجة مرتفعة، ثم " التجاهل التام وعدم الاهتمام بها أو أخذها على محمل الجد " بمتوسط حسابي (.....) وانحراف معياري (....) بدرجة متوسطة، ثم " الإبلاغ عن الشائعة أول ظهورها والتحذير من تداولها وإخطار الأصدقاء على صفحات التواصل الاجتماعي بعدم تداولها ونشرها" بمتوسط حسابي (.....) وانحراف معياري (.....) بدرجة متوسطة، ثم "التعاون مع الجهات الأمنية في التعرف على الصفحات المضللة التي تقوم بنشر الشائعات والأخبار الكاذبة والمعلومات غير الموثوقة " بمتوسط حسابي (.....) وانحراف معياري (.....) بدرجة متوسطة، وبلغ المتوسط الكلي لهذا البعد (.....) بدرجة متوسطة، وهذا يعني أن الأخذ بهذه الإجراءات التي تتفاوت في درجة أهميتها حسب إجابات المبحوثين يحد ولو قليلا من انتشار الشائعات والأخبار الكاذبة وتداولها على مواقع التواصل الاجتماعي في مجتمع البحث .

2- عرض النتائج العامة(تصوريا):

تبيين من البحث :

- 1- أن الغالبية العظمى من مفردات عينة البحث من الذكور بنسبة (.....%) ، في مقابل (.%) للإناث، ومن تتراوح أعمارهم بين (31- 40) بنسبة (....%)، ومن ذوي التعليم الجامعي بنسبة (.....%)، ومن الطلاب بنسبة (.....%).

2- أن الغالبية العظمى من مفردات عينة البحث بنسبة (.....%) يرون أن مواقع التواصل الاجتماعي تنتشر الشائعات المتعلقة بجائحة كورونا وتتداولها بين مستخدميها، كما أن أكثر مفردات عينة البحث بنسبة (.....%) يرون أن موقع الفيس بوك هو أكثر مواقع التواصل الاجتماعي نشرا للشائعات المتعلقة بجائحة كورونا، يليه اليوتيوب بنسبة (%.....)، كما أن الغالبية العظمى منهم بنسبة (.....%) يرون أن مصدر الشائعات المتعلقة بجائحة كورونا هو عالمي، ثم يليه المصدر المحلي بنسبة (%...).

3- أن سبل مواجهة الشائعات المتعلقة بجائحة كورونا على مواقع التواصل الاجتماعي حسب استجابات عينة البحث مرتبة حسب أهميتها كانت على النحو التالي: "توعية مستخدمي الشبكات على الصعيد المحلي بخطورة الشائعات وعدم تناقلها" بمتوسط حسابي (....) وانحراف معياري (....) بدرجة مرتفعة، ثم "رصد الشائعات وتكذيبها من قبل الجهات المختصة، وسرعة الرد عليها قبل استفحالها في المجتمع" بمتوسط حسابي (....) وانحراف معياري (.....) بدرجة مرتفعة، ثم "إنشاء صفحات على الانترنت لإيضاح الحقائق المتعلقة بالوباء وحجم انتشاره لكافة المواطنين أو الرد من قبل الصفحات الرسمية المخولة بذلك" بمتوسط حسابي (....) وانحراف معياري (.....) بدرجة مرتفعة.

الخلاصة

خاتمة :

لقد أدى التطور الهائل في تكنولوجيا الحديثة إلى ظهور نوع جديد من التواصل ، هو التواصل عبر التقنية وهذا ما وفرته مواقع التواصل الاجتماعي منذ ظهورها ، لذا سعينا من خلال هذه الدراسة إلى معرفة أثر هاته المواقع في الترويج للإشاعات خلال أزمة كورونا ، حيث يتضح جليا من خلال النتائج المتوصل إليها أن مواقع التواصل الاجتماعي لها أثر كبير في الترويج للإشاعات لدى رواد مواقع التواصل الإجتماعي، من خلال ما تروجه هذه المواقع من أخبار مزيفة وكاذبة.

قائمة المصادر و

المراجع

قائمة المصادر و المراجع:

1. القرآن الكريم

المعاجم و القواميس:

إبراهيم مصطفى و آخرون : المعجم الوسيط (الجزء الأول) المكتبة الإسلامية للطباعة و النشر و التوزيع تركيا . ط2 1972 .

الكتب:

1. بسام عبد الرحمن المشاقبة: نظريات الاتصال، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2015.
2. جرار ليلى، الفيسبوك والشباب العربي، مكتب الفلاح للنشر والتوزيع، الأردن، 2012.
3. حسن محمود هثيمي : العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
4. البسبوني محمد علي : دولة الفيسبوك، دار الشروق للنشر والتوزيع، مصر، 2009 .
5. عبد الرزاق محمد الدليمي: الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2011،
6. علي عبد الفتاح: الإعلام الاجتماعي، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2014 .
7. جلول خلاف: وسائل الاتصال الحديثة وتأثيرها على العلاقات الأسرية، دار المعرفة الجزائرية، 2001،
8. صالح العلي: مهارات التواصل الاجتماعي (أسس ومفاهيم وقيم) دار الحامد للنشر والتوزيع، طبعة 1، عمان، 2015.
9. عباس صادق: الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، دار الشروق، عمان، 2008.
10. عبد الرحمن إبراهيم الشاعر: مواقع التواصل الاجتماعي و السلوك الإنساني، ط1، 2017.
11. جبريل بن حسن العريشي: الشبكات الاجتماعية والقيم رؤية تحليلية، 2017 .
12. مركز المحاسب للاستشارات: دور مواقع التواصل الاجتماعي في الاحتساب، دار المحاسب للنشر والتوزيع، الرياض، 2015 .
13. رضا أمين: الإعلام الجديد، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2015.
14. محمد منير حجاب: أساسيات البحوث الاجتماعية. دار الفجر للنشر و التوزيع. 2007.
15. عبد العالي الأصغيري وآخرون : الإشاعة في المعرفة الجديدة، 2011.
16. هاني الكايد، الإشاعة المفاهيم و الأهداف و الآثار. دار الراية للنشر و التوزيع عمان. 2009م
17. هياس بن رجاء الحربي: الشائعات ودور وسائل الإعلام في عصر المعلومات، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى، 2013،
18. حسين السعيد: سيكولوجية الإشاعة رؤية قرآنية (إشاعة موحية في الحرب النفسية وأجندة المواجهة)، دار دجلة، شؤون وموزعون، بغداد، الطبعة الأولى، 2011،
19. محمد منير حجاب: الشائعات وطرق مواجهتها، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007.

20. ميلود سفاري مراد زعيبي حاتم الصيد: الإشاعة والرأي العام، مؤسسة الزهراء للفنون المطبعية، الخروب، قسنطينة، 2003.
21. نعيمة واكد: مقدمة في علم الإعلام، طاكسيج كوم للدارسات والنشر والتوزيع، الجزائر، 2011.
22. هاني الكايد: الإشاعة المفاهيم والأهداف والآثار، دار الولاية للنشر والتوزيع عمان، الطبعة 1، 2009.
23. كامل خورشيد مراد: مدخل إلى الرأي العام، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، ط 1، 2011.
24. جميل خليل محمد: دور الإعلام في نشر الشائعات، دار المعترف للنشر والتوزيع، الأردن، ط 1، 2014.
25. غرام محمد الجويلي: دور وسائل الإعلام في نشر الشائعات، مكتبة الوفاء القانونية، القاهرة، ط 1، 2014.
26. محمد عويضة: علم النفس الإشاعة، دار الكتب العلمية، بيروت، 1996.
27. أحمد نوفل: الحرب النفسية، دار الفرقان للنشر والتوزيع، عمان، الردين، الطبعة الأولى، 1989، ص 07.
28. الحنشت، محمود عثمان: الشائعات وكلام الناس، أسرار التكوين فنون المواجهة مكتبة ابن سينا للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، الطبعة 1، 1996.
29. جابر نصر الدين ولوليا الهاشمي: مفاهيم أساسية في علم النفس الاجتماعي، مخبر التطبيقات النفسية و التربوية، جامعة منتوري قسنطينة، الطبعة 2، 2006.

الرسائل و الدراسات و المجلات:

1. الرعود عبد الله ممدوح: دور شبكات التواصل الاجتماعي في التعبير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين، مذكرة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، عمان، 2011.
2. مريم مراكشي: استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته بالشعور بالوحدة النفسية، رسالة ماجستير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، 2014.
3. رمضان الخامسة: استخدام الشبكات الاجتماعية على الانترنت و انتشار قيم العولمة لدى الشباب الجامعي، رسالة ماجستير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2012.
4. جمال الزرن: المسائل النفسية والاجتماعية والتنموية لشبكات التواصل الاجتماعي، تونس، 2012.
5. علي حوش، محمد بوزريرة: استخدامات طلبة و الاتصال بجامعة تاسوست لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المحققة، مذكرة ماستر: قسم إعلام واتصال، جامعة جيجل، 2016، 2017.
6. نادية بن ورقلة: دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي والاجتماعي لدى الشباب العربي، مجلة دراسات وأبحاث، العدد 11، جامعة الجلفة، الجزائر، 2013.
7. حسام الدين مصطفى: الشائعات والرسائل المتسلسلة، البناء وإستراتيجيات التعدي مجلة دراسات إعلامية، مجلة نصف سنوية، علمية ثقافية محكمة، جامعة إفريقيا العالمية، العدد الثاني، ربيع الأول، 1438 يناير، 2017.
8. وديع محمد العزيمي: الإشاعات وشبكات التواصل الاجتماعي المخاطر وسبل المواجهة، مجلة الإعلام والعلوم الاجتماعية للأبحاث التخصصية، العدد 3، 2016.

9. مطلوع ضياء الدين والعمرى عبد الله: تقنيات الإتصال والإعلام وآثارها فى النشئ السعودى، مجلة البحوث الأمنية، الرياض، كلية الملك فهد الأمنية المجلد 11، العدد 22، 2002.
10. نايف بن محمد المروانى: الشائعات وآثارها السلبية فى بنية المجتمع وتماسكه، الندوة العلمية لمجابهة الشائعات، مركز الدراسات والبحوث، قسم الندوات واللقاءات العلمية جيبوتى، 2010.
11. تركى بن عبد العزيز السديري: توظيف شبكات التواصل الإجتماعى فى التوعية الأمنية ضد خطر الشائعات، رسالة ماجستير، جامعة نايف العربية للعلوم المنية الرياض، المملكة العربية السعودية، 2014،
12. ذياب موسى البداينة: إستخدام التقنيات الحديثة فى الشائعات (أعمال ندوة أساليب مواجهة الشائعات أكاديمية نايف للتربية للعلوم الأمنية- الرياضة)، 2001.
13. راند حزام الكرناف: تصور إستراتيجى لمكافحة الشائعات فى مواقع التواصل الإجتماعى بالمملكة العربية السعودية (تويتر نموذجاً) رسالة ماجستير غير منشورة جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، المملكة العربية السعودية، 2014.

المواقع إلكترونية:

1. <http://ijnet.org/ar/blog/198550.09/08/2020.11:04>
2. <https://www.al-forqan.net/articles/print-2651.html>

الملاحق



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي و البحث العلمي
جامعة العقيد أكلي محند أولحاج البويرة
كلية العلوم الاجتماعية و الإنسانية
قسم علم الإعلام و الاتصال



إستمارة بحث حول:

اثر مواقع التواصل الاجتماعي في ترويج الإشاعات
خلال أزمة كورونا

تخصص: علوم الإعلام و الإتصال

عينة البحث: رواد مواقع التواصل الإجتماعي

إعداد الطلبة:

- سحالي كريم

حدانو ليلى

- الهادي كنزة

إشراف الأستاذة:

باي أمال

ملاحظة: إن معلومات هذه الاستمارة سرية ولن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي و لذا نرجو منكم

التعاون معنا بوضع علامة (x) في المكان المناسب و شكرا

السنة الجامعية

2022/2021

المحور الأول : محور البيانات الشخصية:

1- الجنس: ذكر أنثى

2- السن: أقل من 20 من 21-30 من 31-40 أكثر من 41

3- المستوى التعليمي:

أ- أقل من ثانوي

ب- ثانوي

ج- جامعي

د- دراسات عليا

المحور الثاني: عادات و أنماط استخدام رواد مواقع التواصل الإجتماعي للمعلومات المروج لها حول فيروس كورونا.

4- هل تحرص على متابعة المعلومات التي تعرض عبر موقع فايسبوك حول فيروس كورونا؟

- دائما أحيانا نادرا

5- هل تتابع المعلومات المنتشرة حول فيروس كورونا من خلال:

- الصفحات العالمية

- الصفحات المحلية

- الصفحات الرسمية

- صفحات الاصدقاء

- صفحات متنوعة لا مصدر معلوم لها

- مواقع أخرى اذكرها

6- ما هي الأوقات التي تفضلها لمتابعة المعلومات حول فيروس كورونا:

ليلا

صباحا

ليس له وقت محدد

مساء

7- ماهي المدة التي تقضيها في متابعة المعلومات المتعلقة بفيروس كورونا؟

- اقل من نصف ساعة

- ساعة

- أكثر من ساعة

8- هل تناقش المعلومات عند تعرضك للأخبار المنتشرة حول فيروس كورونا:

إن كانت اجابتك بنعم ، هل تناقش محتوى المعلومات المنشورة حول فيروس كورونا مع:

- مع الأسرة

- مع الأصدقاء

- مع متابعي الصفحة في التعليقات الخاصة بالمنشورات

المحور الثالث : حاجات و دوافع رواد مواقع التواصل الاجتماعي التي يرغبون في تحقيقها من خلال متابعتهم للمعلومات التي تنشر حول فيروس كورونا؟

9- متى بدأ إهتمامك بمتابعة المعلومات التي تنشر حول فيروس كورونا مواقع التواصل الاجتماعي ؟

- منذ بداية انتشار الفيروس في الصين

- عند ارتفاع عدد الإصابات

- عند ارتفاع عدد الوفيات

- عند تسجيل أول حالة في الجزائر

- عند ارتفاع عدد الإصابات في الجزائر

- عند إصابتك او اصابة أحد معارفك بفيروس كورونا

10 - هل تتابع المعلومات المنتشرة حول فيروس كورونا بدافع:

- الخوف من الإصابة بفيروس كورونا

- معرفة أعراض الإصابة

- معرفة تطورات الوضع الوبائي

- معرفة طرق العلاج من فيروس كورونا

- إشباع رغباتي المعرفية نظرا لنقص المعلومات في وسائل الإتصال التقليدية " اذاعة, تلفزيون، صحافة مكتوبة"

- أخرى أذكرها

11 - ماهو الشيء الذي يجذبك لمتابعة المعلومات المنتشرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي ؟

- تنوع المعلومات

- سرعة تداول المعلومات

- مصداقية المعلومات

-جاذبية العناوين

- خاصية التفاعل مع المنشورات

-محتوى المنشورات

- أخرى تذكر

المحور الرابع : اثر المعلومات المغلوطة "الاشاعات" المنتشرة على مواقع التواصل الاجتماعي على متابعتها

12- هل كل ما تلقيته من معلومات حول فيروس كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي كان صحيح ؟

- نعم

- نوعا ما

13- هل كان تصديقك للمعلومات التي تنشر حول فيروس كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي ؟

- كبير

- متوسط

- ضعيف

14- أذكر بعض المعلومات التي تم تداولها عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتبين أنها إشاعة.

.....
.....

15- هل كانت استجابتك للإشاعات التي كان يتم تداولها عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

- كبيرة

- متوسطة

- ضعيفة

16- اذكر بعض الإشاعات التي قمت بتصديقها واثرت على سلوكك؟

.....
.....

17- كيف كان تصرفك عند سماعك لتلك الإشاعات ؟

- أثارت خوفا

- أثارت قلقي

- أثارت ارتياحي

- أخرى تذكر:

هل اثرت الشائعات التي تعرضت لها عبر مواقع التواصل الاجتماعي على قرارك في تلقي اللقاح ضد فيروس كورونا ؟

- نعم

- لا

- كيف ذلك:

- المحور الخامس : الحلول المقترحة للتقليل او الحد من نشر الإشاعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي

18- حسب رأيك ماهي انجع السبل لمواجهة انتشار الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

رتبها ترتيبا تصاعديا :

- توعية مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي بخطورة الإشاعات بعدم تداول المعلومات قبل التأكد من صحتها.

- رصد الإشاعات و تكذيبها من قبل الجهات الرسمية المختصة.

- انشاء صفحات رسمية على مواقع التواصل الاجتماعي لنشر المعلومات و حقائق والمستجدات.

- تجاهل الأمر وعدم الاهتمام به.

- توعية مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي بكيفية التمييز بين المعلومات الكاذبة والمعلومات ذات المصدقية.