



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة محمد الصديق بن يحيى -جيجل-



كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

قسم علم الاجتماع

مذكرة تخرج بعنوان

دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر

الإشاعات "الفيسبوك" نموذج

دراسة ميدانية على طلبة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

- تاسوست -

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علم الاجتماع

تخصص: علم الاجتماع الإتصال

إشراف الأستاذ:

د. فراش الربيع

إعداد الطالبات:

سعيدة نوال

لملوم مريم

السنة الجامعية

2020/2019

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

# شكر

نشكر الله ونحمده حمدا كثيرا مباركا على هذه النعمة الطيبة

والنافعة نعمة العلم و البصيرة .

نتقدم بخالص شكرنا إلى كل من كان عوننا لنا في دربنا لإنجاز

هذا التقرير إلى الأستاذ المشرف خاصة "فراش الربيع".

إلى كل من تقدم لنا بيد المساعدة من قريب أو بعد.

# إهداء

أهدي ثمرة جهدي هذا :

إلى أعلى امرأة خلقها المنان ، إلى من منحني الحنان وكان  
صدرها الأمان، إليك يا من تحت قدميك الجنان.

إلى أُمي العزيزة

إلى أروع رجل خلقه الرحمان والذي صارح الدنيا لنعيش في  
إطمئنان وأمان إلى قدوتي في هذا الزمان والذي برضاه أنال جنة  
الرضوان إلى أبي العزيز، إلى اللذين ماهمت بعمل إلا وأشرقت لي  
دروب الدنيا بإبتسامتهم إخوتي.

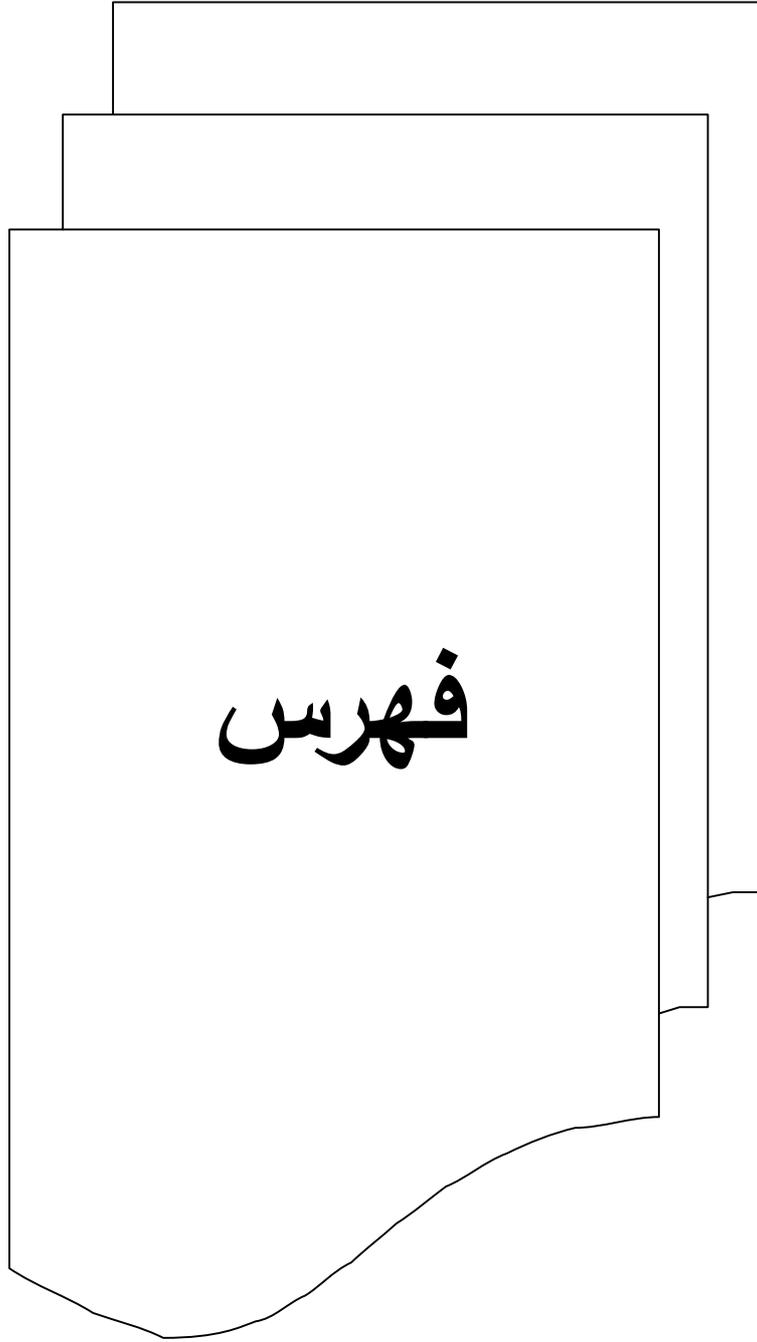
إلى كال الأصدقاء والى كل من يتتبعون نجاحاتي في الحياة متمنين

لنا التوفيق.

إليك أنت الذي تقرأه الآن حتى وإن كنت لا أعرفك.

مريم

نوال



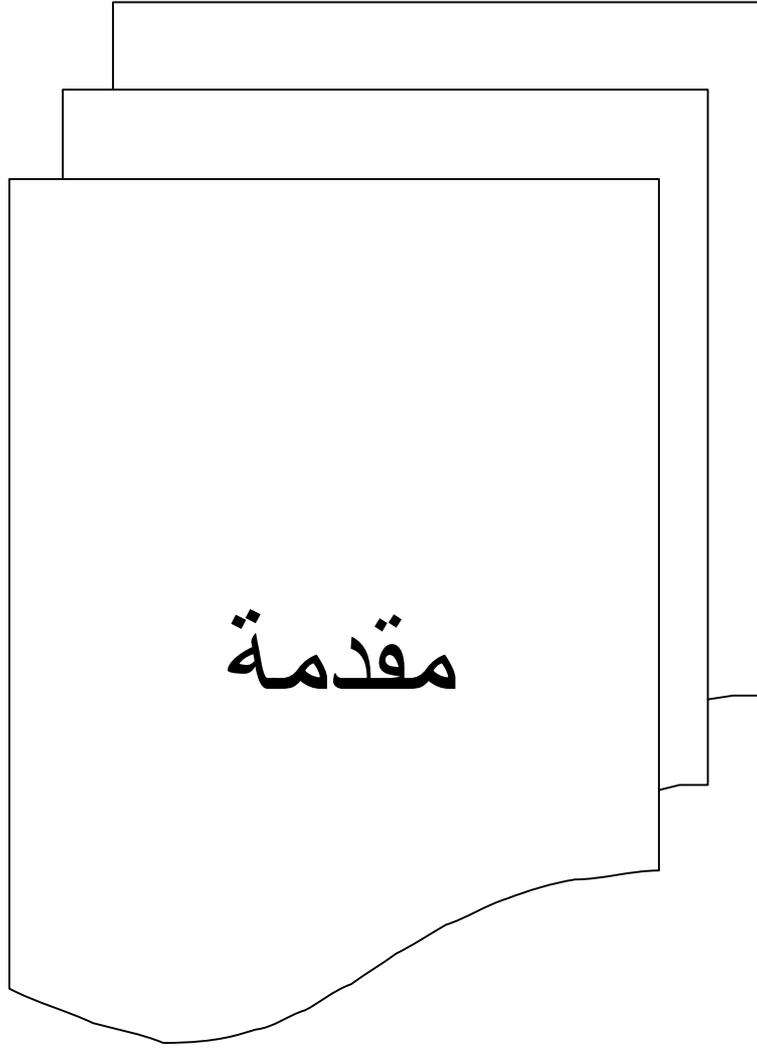
فہرس

## فهرس المحتويات

الصفحة	محتوى
/	شكر
/	اهداء
/	فهرس المحتويات
أ	مقدمة
<b>الجانب النظري</b>	
<b>الفصل الأول: الإطار التصوري للدراسة</b>	
1	أولاً: إشكالية الدراسة
2	ثانياً: أهمية الدراسة
3	ثالثاً: أسباب اختيار الموضوع
3	رابعاً: اهداف الدراسة
4	خامساً: فرضيات الدراسة
4	سادساً: تحديد مفاهيم الدراسة
10	سابعاً: الدراسات السابقة
13	ثامناً: التعقيب على الدراسات السابقة
<b>الفصل الثاني: مواقع التواصل الإجتماعي</b>	
16	1-1- استخدامات مواقع التواصل الإجتماعي
16	أولاً: نشأة مواقع التواصل الإجتماعي
18	ثانياً: أهداف مواقع التواصل الإجتماعي
19	ثالثاً: خصائص مواقع التواصل الاجتماعي
21	رابعاً: أنواع مواقع التواصل الاجتماعي
23	خامساً: إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الإجتماعي
25	سادساً: نماذج عن أشهر مواقع التواصل الإجتماعي
30	1-2- الفيسبوك كوسيلة إتصالية واستخداماته

30	أولاً: تعريف موقع الفيسبوك
31	ثانياً: لمحة تاريخية عن الفيسبوك
32	ثالثاً: خصائص موقع الفيسبوك
33	رابعاً: جمهور موقع الفيسبوك
36	خامساً: الإنتقادات الموجهة لموقع الفيسبوك
الفصل الثالث: ماهية الإشاعة	
40	1-1- الإشاعة وانتشارها
40	أولاً: نشأة الإشاعة
42	ثانياً: أهداف الإشاعة
45	ثالثاً: خصائص الإشاعة
46	رابعاً: مراحل إطلاق الإشاعة
48	خامساً: أنواع ودوافع الإشاعة
49	سادساً: أسباب إطلاق الإشاعة
52	سابعاً: سلبيات الإشاعة
53	ثامناً: قانون الإشاعة
55	تاسعاً: طرق وأساليب مواجهة الإشاعة
56	1-2- الإشاعة ومواقع التواصل الإجتماعي
57	أولاً: تعريف الإشاعة الإلكترونية
57	ثانياً: خصائص الإشاعة الإلكترونية
58	ثالثاً: أمثلة عن الإشاعات الإلكترونية
59	رابعاً: دور مواقع التواصل الاجتماعي
الفصل الرابع: النظريات المفسرة للموضوع	
64	أولاً: نظرية البنائية الوظيفية
67	ثانياً: نظرية الاستخدامات والإشباع
70	ثالثاً: نظرية الإعتماد على وسائل الإعلام

72	رابعاً: نظرية وضع الأجندة
الفصل الخامس: إجراءات الدراسة الميدانية والدراسة النقدية	
76	أولاً: إجراءات الدراسة الميدانية
76	1- المجال المكاني
76	2-المجال البشري
76	3- المجال الزمني
77	4- منهج الدراسة
79	5- الأدوات المنهجية
80	6- مجتمع الدراسة
81	7- عينة الدراسة
82	ثانياً: الدراسة النقدية
82	1- الموقف الإمبريقي من الدراسات السابقة
84	2- البعد الإمبريقي لدراسة دور المواقع الاجتماعية وانتشار الإشاعات
ج	خاتمة
90	قائمة المصادر والمراجع
101	ملاحق



مقدمة

ليست الإشاعات وليدة اليوم بل هي موجودة ومؤثرة في أغلب الثقافات والحضارات وتقترب بطابع الحياة الاجتماعية والتي تعتبر بمثابة المجال الذي تحدد على أساسه الأهداف والغاية منها وتعتمد الإشاعة على وسائل متعددة حسب البيئة الاجتماعية السائدة.

إن التطورات التقنية المتواصلة التي شهدتها العالم خاصة فيما يتعلق بتكنولوجيا الاتصال والمعلوماتية والتي جعلت من خدمات الأنترنت أداة وسيلة للتواصل وتبادل المعلومات على نطاق واسع وفي وقت وجيز.

إن سهولة الولوج للشبكات الإلكترونية خاصة مواقع التواصل الاجتماعي التي ساهمت إلى حد بعيد في زيادة أجيال وتداول شرائح اجتماعية واسعة على هذه الخدمة، وفي مقابل هذه الإيجابيات فإن التكنولوجيا الحديثة ساعدت على بروز بعض السلبيات على واقع الفرد والمجتمع ولعل أهمها اعتماد هذه الوسائط كأداة في نشر الإشاعات وتستند على معلومات مجهولة المصدر تثير اهتمام الأفراد ويتم تناولها بجدية حتى جعلت هذه المواقع أداة فاعلة لكل من يريد بث الإشاعات في ظل كثرة الأخبار وسرعة تدفق المعلومات وسهولة تداولها ومن ثم الأخذ بها والاعتماد بصدقها وتكوين الأفكار والرؤى عليها وبناء على ما سبق سعت هذه الدراسة لرصد الدور الذي يلعبه مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الإشاعات.

وقسمت الدراسة الراهنة إلى قسمين نظري وتطبيقي موزعة على عدد من الفصول وكذلك على النحو التالي:

**الفصل الأول:** بعنوان الإطار تصوري للدراسة حاولنا فيه تحديد موضوع الدراسة وصياغة إشكالية الدراسة التي يعتبر ضبطها أهم خطوة من خطوات البحث العلمي والتي يتحدد موضوع الدراسة، كذلك يندرج تحت هذا العنوان أهمية الدراسة، أسباب اختيار

الموضوع، والاهداف التي تسعى لتحقيقها وفروض الدراسة كذلك تحديد المفاهيم والدراسات السابقة.

**الفصل الثاني:** إذ جاء تحت عنوان مواقع التواصل الاجتماعي والذي قمنا بتقسيمه لقسمين: القسم الأول تحت عنوان استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي، الذي تطرقنا فيه الى المسار التاريخي لمواقع التواصل الاجتماعي وأهدافه، خصائص وأنواع، وإيجابيات وسلبيات هذه المواقع وأخيرا نماذج عن اشهر مواقع التواصل الاجتماعي.

وفي القسم الثاني الذي كان تحت عنوان الفيسبوك كوسيلة اتصالية، استخداماته باعتباره نموذج لدراستنا قمنا بالتفصيل فيه وذلك بتناول تعريفه وامتداده التاريخي، خصائصه، جمهور موقع الفيسبوك وأخيرا الانتقادات الموجهة للفيسبوك.

**الفصل الثالث** والذي كان تحت عنوان ماهية الإشاعة وهو بدوره قسمناه لقسمين القسم الأول بعنوان الإشاعة وانتشارها.

بداية بنشأة الإشاعة وتليها أهداف الإشاعة وخصائصها، ومراحل إطلاق الإشاعة، أنواع ودوافع الإشاعة، أسباب إطلاق الإشاعة، سلبيات الإشاعة، قانون الإشاعة، وأخيراً طرق وأساليب مواجهة الإشاعة.

وفي القسم الثاني الذي اتخذنا له عنوان الإشاعة ومواقع التواصل الاجتماعي بداية تعريف الإشاعة الإلكترونية، خصائص الإشاعة الإلكترونية، امثلة عن الإشاعة الإلكترونية وأخيرا دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الإشاعة.

**الفصل الرابع:** جاء تحت عنوان النظريات المفسرة لموضوع الدراسة وقد تطرقنا إلى نظريات كلاسيكية ونظريات حديثة، وهي نظرية البنائية الوظيفية، نظرية الاستخدامات والاشباع، نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام ونظرية الأجندة.

**الفصل الخامس:** والذي تضمن الجانب التطبيقي قسم إلى قسمين: القسم الأول تحت عنوان مجالات الدراسة والإجراءات المنهجية يضم المجال المكاني،المجال البشري، المجال الزمني إضافة إلى منهج الدراسة، الأدوات المنهجية، مجتمع الدراسة وعينة الدراسة.  
أما القسم الثاني يضم الدراسة النقدية.

**خاتمة.**

**الفصل الأول:**  
**الإطار التصوري**  
**للدراصة**

## أولاً: الإشكالية

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

وتعد مواقع التواصل الإجتماعي الظاهرة الإعلامية الأبرز في عالمنا اليوم كونها تستقطب شرائح واسعة من فئات المجتمع ولعل لأهمها الفئات الشبابية لما يتميز به الشباب من قابلية الإنفتاح على كل ما هو جديد خاصة في ضوء المزايا التي تتيحها مواقع التواصل الإجتماعي المختلفة الفاييس بوك، اليوتوب..، التي قربت المسافات وساعدت على التواصل وتقارب الأشخاص لدرجة أصبح العالم قرية صغيرة تتماثل فيها الأفكار ومناقشة مختلف القضايا متجاوزين الحدود الجغرافية والزمنية ومختلف القيود الإجتماعية.

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 إستعمالاتهم وفي هذا الإطار تصبح مواقع التواصل الإجتماعي قنوات لتمرير رسائل ذات أغراض محددة سلفاً وموجهة لخدمة أهداف معينة من شأنها التأثير على توجيه الرأي العام للأفراد والجماعات حسب الحاجة.

إنه في ضوء حرية إستعارة الأسماء وسهولة الولوج ونشر الرسائل والأخبار وغياب المراقبة والردع وتكسير القيود والثقافة الإجتماعية والسياسية تحت طائلة حرية التعبير فإن مستخدمي المواقع الإجتماعية عادة ما يلجأون لنشر أخبار غير موثوقة ومجهولة المصدر موجهة للتبادل على نطاق واسع والتي قد يترتب عنها أضرار لدى الأفراد والمجتمعات.

وفي هذا الإطار تطلعنا يوميا وسائل الإعلام المختلفة بسلوكات وانحرافات مست بشرف وكرامة أشخاص وعائلات نتيجة لأخبار زائفة على مواقع التواصل الاجتماعي، وقد تطل هيئات ومؤسسات بهدف تعطيلها عن أداء مصالحا وتحقيق أهدافها والتشكيك في سياستها واتباع أساليب التشويش وزرع الفتن وزعزعة الإستقرار الاجتماعي بحيث يبدو وأن المر قد أصبح ساحة لنشر الإشاعات وتوظيفها لأغراض مشبوهة وعلى كافة المستويات والمجالات.

وعليه تتحدد معلم الإشكالية الراهنة في التساؤل المنهجي التالي:

ما دور موقع التواصل الاجتماعي في نشر الإشاعات؟

ويندرج تحت هذا التساؤل الرئيسي أسئلتين فرعيتين هما:

1- هل يساهم الفيس بوك في تظليل الرأي العام؟

2- هل يسعى بعض مستخدمي مواقع التواصل الافتراضي لإلحاق الأذى؟

ثانياً: أهمية الدراسة:

تستمد هذه الدراسة أهميتها في كونها تصّلت لموضوع مهم ألا وهو دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الإشاعات، كما أنه لهذه الدراسة أهمية كبيرة تتمثل في كونها دراسة حديثة تكمن هذه الحادثة من خلال التطورات التكنولوجية الحديثة وخاصة بعد ظهور شبكات التواصل الاجتماعي التي أحدثت تحوّلات جذرية من بينها الدور الذي لعبته في نشر الإشاعات بالإضافة إلى حادثة الأسلوب الذي تظهر به الأخبار السريعة وغير الدقيقة والمجهولة بعدما كانت تستغرق وقت طويل لمعرفة رجوع الصدى أو عدم رجوع الصدى.

تمنّع الفيسبوك مقارنة بمواقع التواصل الاجتماعي الأخرى بإمكانيات كبيرة تتيح للمستخدم الوصول إلى عدد لا متناهي من الجماهير، وهو ما أتاح للإشاعة الانتشار السهل والأوسع.

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

ثالثا: أسباب إختيار الموضوع:

يعود إختيار موضوع الدراسة إلى عدّة أسباب ذاتية وكذا أسباب موضوعية شكّلت لدينا دافعا من أجل دراسة الموضوع وتمثلت فيما يلي:

الأسباب الذاتية:

- الرغبة الذاتية في دراسة الموضوع.
- التّعرف على أهمية مواقع التّواصل الإجتماعي في حياة الأفراد.
- الإقبال المتزايد للطلبة على استخدام تكنولوجيا الإتّصال الحديثة.

الأسباب الموضوعية:

- معرفة مدى مساهمة مواقع التّواصل الإجتماعي في نشر الإشاعات.
- إثراء مكتبة البحوث العلمية بهذا النوع من الدراسات العلمية.
- كون مواقع التّواصل الإجتماعي نمط إتصالي جديد.
- لاعتباره موضوع الساعة وقلّة الدراسات حول الموضوع.
- صلة وترابط الموضوع بمجال دراستنا.
- قابلية الموضوع للبحث والدراسة العلمية.

رابعا: أهداف الدراسة:

لنكّل دراسة أهداف يسير وفقها الباحث ويرغب في تحقيقها للوصول إلى النتائج المرجوة وتتجلى أهداف دراستنا فيما يلي:

- توضيح أسباب إنتشار الإشاعات في مواقع التواصل الإجتماعي.
- لفت الأنظار إلى المخاطر الناتجة عن سوء إستخدام الفايسبوك.
- التّعرف على أبرز مواضيع الإشاعات على مواقع التّواصل الإجتماعي.
- إبراز دور مواقع التّواصل الإجتماعي في نشر الإشاعة.
- الإستفادة من نتائج الدراسة وجعلها منطلق لدراسات أخرى.
- التّعرف على مراحل تكوّن الإشاعة ودوافع إطلاقها.

- التّدرّب والتّعود على القيام بالبحوث الميدانية من خلال تطبيق الإجراءات.

المنهجية التي من خلالها يتم وضع الموضوع المتناول في إطار علمي ممنهج.

خامسا: فرضيات الدراسة:

الفرضية العامة: لمواقع التواصل الاجتماعي دور في نشر الإشاعات.

وللبرهنة على هذه الفرضية العامة صيغت فرضيتين فرعيتين هما:

الفرضية الفرعية الأولى: يساهم الفيسبوك في تضليل الرأي العام ويمكن تحديد أهم مؤشرات

هذه الفرضية في:

● الفيسبوك مجالا لتداول الأخبار.

● تشويه الحقيقة.

● التأثير على الرأي العام.

الفرضية الفرعية الثانية: يساهم الفيسبوك في إلحاق الأذى وحددت هذه الفرضية من خلال

المؤشرات الأساسية التالية:

● التشهير.

● الإبتزاز.

● الإنعكاسات النفسية الاجتماعية

سادسا: مفاهيم الدراسة:

يتضمن موضوع دراستنا الذي يتمحور حول دور مواقع التواصل الاجتماعي، في نشر الإشاعة

مجموعة من المفاهيم الأساسية والتي سوف نتطرق إليها فيما يلي:

1- النور:

لغة: دار، دوراً ودوراناً، تحرك دائرياً وعاد إلى حيث كان أو إلى ما كان عليه.<sup>(1)</sup>

إصطلاحاً:

يعرّف النور اصطلاحاً على أنه مجموعة توقعات تخص مكانة تنسيقية بنائية يشغلها الفرد، أو أنه سلوك يعكس متطلبات المكانة التي يشغلها الفرد.<sup>(2)</sup>

وتؤكد نادية جمال الدين في تعريفها لمفهوم النور على أنه مجموعة من الصفات والتوقعات المحددة إجتماعياً والمرتبطة بمكانة معينة والنور له أهمية إجتماعية لأنه يوضح أن أنشطة الأفراد محكومة إجتماعياً وتتبع نماذج سلوكية محددة.<sup>(3)</sup>

النور هو إطار معياري للسلوك يطالب به الفرد نتيجة إشتراكه في علاقة وظيفية، بصرف النظر عن رغباته الخاصة والإلتزامات الداخلية الخاصة البعيدة عن هذه العلاقة الوظيفية، وتحديد محتوى النور بمتطلبات الواجبات الوظيفية والنظام الهرمي.

وتتميز الأدوار بأنها يمكن تعلمها، والنور هو نمط من الأفعال والتصرفات التي يتم تعلمها إما بشكل مقصود أو بشكل غرض والتي يقوم بها شخص ما في موقف يتضمن تفاعلاً ما.<sup>(4)</sup>

يعرّف النور على أنه رباط إجتماعي يحدد توقعات والتزامات تقترن مع المواقع الإجتماعية، فهو نتاج عن عمليات التفاعل التي يبيلورها الأفراد<sup>(5)</sup>

**خصائص النور** بما تبايع على التعريفات السابقة يتميز النور بمجموعة من الخصائص والصفات أهمها:

(1) قاموس: مجاني الطالب، دار المجاني، بيروت، الطبعة 5، 2001، ص329.

(2) خالد خيس الشحاتي: النور المدني للجامعات "قراءة أولية في الأدبيات"، المركز الديمقراطي العربي للدراسات الإستراتيجية والسياسية والإقتصادية، برلين، ألمانيا، 2017، ص9.

(3) زينب منصور حبيب: الإعلام وقضايا المرأة، دار أسامة، عمان، الطبعة 1، 2011، ص 37.

(4) سماح سالم وجمال عبد الحميد جادو: الإرشاد الإجتماعي، دار المسيرة، عمان، الطبعة 1، 2015، ص ص 102،103.

(5) معن خليل العمر معجم علم الإجتماع المعاصر، الشروق للنشر والتوزيع عمان، الطبعة 1، 2006، ص 362.

\* مجموعة من المسؤوليات والأنشطة والصلاحيات الممنوحة لشخص أو منظومة، ليقوم بمسؤولياته إتجاه نشاط ما.

\* الوظيفة التّي من خلالها يمكن تحصيل جملة من المعارف المرادة عن شيء ما، أو وسيلة ما وذلك للحصول على معرفة جديدة.

\* أنماط سلوكية تكوّن وحدة ذات معنى.

### التّعريف الإجرائي لمفهوم النور:

انطلاقاً من التّعريفات السابقة وبالاستناد إلى خصائص مفهوم النور فإنّ دراستنا تتبنى تعريفه إجرائياً على أنّه وظيفة موقع الفيسبوك في نشر الإشاعة لدى الطّلبة الجامعيين.

### 2- مواقع التّواصل الإجتماعي :

#### إصطلاحاً:

هي مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الأنترنت، ظهرت مع الجيل الثاني للويب أو ما يعرف بإسم ويب 2.0 نتيج التّواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع إفتراضي يجمعهم حسب مجموعات إهتمام، أو شبكات إنتماء (البلد، الجامعة، المدرسة، الشركة...) (1)

يُعرفها كاستل castells على أنّها قنوات تواصلية تخلق بنية إجتماعية مفتوحة متفاعلة قادرة على الإبتكار، دون المساس بشكل هذه البنية، مع صعوبة تحديد الهدف لهذه الخلايا الإجتماعية المبتكرة من خلال التّطور التّقني والمعلوماتي. (2)

يرى محمد منصور أنّ مواقع التّواصل الإجتماعي هي تركيبة إلكترونية تتم صناعتها من أفراد أو جماعات أو مؤسسات وتتم تسمية الجزء التّكويني الأساسي بإسم العقدة، بحيث يتمّ إيصال هذه العقد بأنواع مختلفة من العلاقات كتشجيع فريق معيّن أو الإلتناء إلى شركة ما أو حمل جنسية لبلد ما في هذا العالم،

(1) ماهر الشماليّة، عودة اللحام، محمود عزّت، مصطفى يوسف: الإعلام الرقمي الجديد، دار الإعصار العلمي للنشر والتّوزيع، الطّبعة 1، 2015، ص 199.

(2) خليل أبو يعقوب شدان يعقوب: أثر مواقع التّواصل الإجتماعي على الوعي السياسي بالقضية الفلسطينية لدى طلبة جامعة النجاح الوطنية، مذكرة منشورة مكملّة للحصول على درجة الماجستير في التّخطيط والتّمية السياسية، 2015، ص 30.

وقد تصل هذه العلاقات لدرجة أكثر عمقا كطبيعة الوضع الاجتماعي أو المعتقدات أو الطبقة التي ينتمي إليها الشخص.<sup>(1)</sup>

مواقع التواصل الاجتماعي بشكل مبسط هي عملية التواصل مع عدد من الناس (الأقارب، زملاء...) عن طريق مواقع وخدمات إلكترونية توفر سرعة توصيل المعلومات على نطاق واسع<sup>(2)</sup>

يعرفها راضي زاهر بأنها منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الإهتمامات والهوايات أو جمعه مع أصدقاء الجامعة أو الثانوية<sup>(3)</sup>

بالإستناد للتعريفات السابقة يتضح لنا أن مواقع التواصل الاجتماعي تتمتع بجملة من المميزات أهمها:

- مواقع التواصل الاجتماعي وسائل يستخدمها من يشاء لنشر الأخبار والآراء بشكل حر للتعبير عن وجهات نظره أي أنها متاحة للجميع.
- صممت أساسا لتكون سهلة الإستخدام وبدون تعقيدات.
- مواقع التواصل الاجتماعي لها العديد من الجوانب السلبية والإيجابية والتي تستلزم الدراسة أي أنها سلاح ذو حدين.
- تنقل المعلومات الهائلة بسرعة فائقة بين دول العالم المختلفة، وتتضمن معلومات دائمة التطور.
- مواقع التواصل الاجتماعي تتعامل مع المعلومة والخبر والحدث لحظة وقوعها، ويمكن تبادل هذه المعلومات بين الأصدقاء معززة بالصّور ومقاطع الفيديو والتعليق والرّد على بعضها، وهذا ما لم تتمكن منه وسائل الإعلام الأخرى، فالأخبار عندما تنشر على الموقع الإلكتروني فإنها تمكن الأشخاص من التفاعل معها في آنيتها.

(1) محمد منصور: تأثير شبكات التواصل على الجمهور المتلقين، الأكاديمية العربية المفتوحة، الدانمارك، 2012، ص 222.

(2) حسن عماد مكايي: الإتصال ونظرياته المعصرة، الدار المصرية اللبنانية، الطبعة 6، لبنان، 2006، ص ص 397، 398.

(3) راضي زاهر: إستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية، العدد 15، جامعة عمّان الأهلية، عمّان، 2003، ص 23.

### التعريف الإجرائي لمواقع التواصل الإجتماعي:

تتبنى دراستنا الراهنة تعريف مواقع التواصل الإجتماعي إجرائيا أنها عبارة عن مواقع إفتراضية تواصلية تفاعلية، تتيح للمشاركين عبر مختلف أنحاء العالم إمكانية التواصل مع بعضهم البعض. ومشاركة المعلومات ومختلف المضامين مع المستخدمين الآخرين، عبر وسائط إلكترونية تتيح لهم فرصة الإطلاع على آخر الأخبار فور وقوعها ومن أشهر هذه المواقع موقع الفايسبوك.

### 3-الإشاعة:

#### لغة:

جاء في لسان العرب لابن منظور: شاع الشيب : انتشر، وشاع الخبر: داع والشاعة الأخبار المنتشرة، ورجل شياح: أي مشياح لا يكتم سرا<sup>(1)</sup>

جاء في الإفصاح في فقه اللّغة قوله: الإشاعة: شاع الخبر، يشيع شيوعا، وشيعانا وشيع تشايح، ظهر وانتشر وعلم الناس به، وشاع به تشييعه شيعا وإشاعة وبه أيضا أظهره ونشره، والمشياع من لم يكتم خبرا، والشاعة: الأخبار المنتشرة وهذه جمع شائع<sup>(2)</sup>

#### إصطلاحا:

عرّفها الدكتور مختار التهامي: الإشاعة هي الترويج لخبر مختلف لا أساس له من الواقع، أو تعتمد المبالغة أو التّهويل أو التّشويه في سرد خبر فيه جانب ضئيل من الحقيقة، أو إضافة معلومة كاذبة أو مشوهة لخبر معظمه صحيح، أو تفسير خبر صحيح والتعليق عليه بأسلوب مغاير للواقع والحقيقة وذلك بهدف التأثير النفسي في الرأي العام المحلي أو الإقليمي أو العالمي أو القومي، تحقيقا لأهداف سياسية أو إقتصادية أو عسكرية على نطاق دولة واحدة أو عدّة دول أو على النطاق العالمي بأجمعه<sup>(3)</sup>.

(1) جمال الدين محمد بن مكرم ابن منظور: لسان العرب، الدار المصرية للتأليف والترجمة، القاهرة، ص 56.

(2) فهمي توفيق مقبل: دور المؤسسات التربوية في مكافحة الشائعات، في الإشاعة والحرب النفسية، منشورات المركز العربي للدراسات الأمنية والتدريب، الرياض، 1410 هـ، ص 125.

(3) مختار التهامي: الرأي العام والحرب النفسية، دار المعارف، القاهرة، الطبعة 4، 1979م، ص 114.

يرى عبد التّواب إبراهيم رضوان أنّ الإشاعة هي رواية تتناقلها الأفواه دون أن ترتكز على مصدر موثوق به يؤكد صحتها، أو ترويخ لخبر مختلف أو مبالغته أو تحريف لخبر يحتوي على جزء من الحقيقة.<sup>(1)</sup>

عرّف جمال اللّين محفوظ الإشاعة على أنّها: أخبار مشكوك في صحتها يتعذّر التحقق من أصلها، وتتعلق بموضوعات لها أهمية لدى الموجهة إليهم ويؤدي تصديقها أو نشرها إلى اضعاف روحهم المعنوية.<sup>(2)</sup>

تعرف الإشاعة حسب المعجم الإعلامي: بأنّها الحديث أو القول أو الخبر أو الرواية يتناقله الناس دون التّأكد من صحته ودون التحقق من صدقه، ويميل الناس إلى تصديق ما يسمعونه دون محاولة التّأكد من صحته ثم يروونه للغير وقد يضيفون إليه بعض التفاصيل الجديدة.<sup>(3)</sup>

هي عملية نشر الأخبار والمعلومات ونتائج هذه العملية، وهي تنطق بسهولة وسرعة عندما تكون الظروف ملائمة لما تتضمنه من أخبار.<sup>(4)</sup>

ويتضح لنا من خلال التّأمّل في التّعريفات السابقة عدّة خصائص منها:

- تتوّع تعريفات الإشاعة واختلاف آراء الكتاب والعلماء والدّارسين لهذه الظاهرة الإجتماعية كل حسب مجاله العلمي وفهمهم لظاهرة الإشاعة.
- تأكيد بعض التعاريف على أنّ الإشاعة أقوال غير متحقق من صدقها، تتصف بالغموض والأهمية والإثارة للمتلقّي فهي خبر غير موثوق لم يتأكد من صحته.
- تتوّع وسائل وأشكال الإشاعة مثل الكلمة المنقولة والرّسم والنكته وغير ذلك من الأشكال يتم تناقلها بين الناس عن طريق مواقع التّواصل الإجتماعي.
- تبين لنا بعض التّعريفات أنّ للإشاعة أهداف وغايات خاصة تعمل على تحقيقها ولها عدة أنواع سياسية، دينية، علمية، إقتصادية...
- يتضح من التعريفات المختلفة للإشاعة وجود تضخم وزيادة في تفاصيل الإشاعة من خلال نقلها ونشرها ورواجها بين أفراد المجتمع.
- الإشاعة تدور حول شخص أو فكرة، أو موضوع ما.

(1) عبد التّواب إبراهيم رضوان: مصر والحرب النفسية، الهيئة المصرية العّمة للكتاب، القاهرة، 1988م، ص130.

(2) أحمد نوفل للإشاعة، دار الامة للطبع والنشر، القاهرة، الطّبعة 4، 1988، ص16.

(3) محمد منير حجاب للمعجم الإعلامي، دار الفجر للنشر والتّوزيع، القاهرة، الطّبعة 1، 2004، ص300.

(4) فيصل محمد أبو عشبة:الدعاية والإعلام، دار أسامة للنشر، الطّبعة 1 عمان، 2011، ص215.

التعريف الإجرائي للإشاعة:

إنطلاقاً من التعريفات السابقة وبالاستناد إلى خصائص مفهوم الإشاعة فإن الدراسة الراهنة تتبنى تعريفها إجرائياً على أنها: الأخبار التي يتم تداولها عبر مواقع التواصل الاجتماعي بدون معرفة مصدرها، وعدم الثبوت من صحتها والتي تحاول هذه الدراسة معرفة موضوعاتها وأسباب انتشارها.

سابقاً: 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 سواء من كلا المتغيرين أو أحدهما.

قمنا بتقسيم الدراسات السابقة إلى دراسات غربية وعربية ودراسات محلية وسندرج الدراسات الغربية كالتالي:

1- الدراسة الغربية:

الدراسة الأولى بعنوان: استكشاف حركة الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي في الصين، حيث أجريت هذه الدراسة من طرف الباحث (boi) سنة 2012، بالصين<sup>(1)</sup>.

وقد اعتمدت في الدراسة على المنهج الوصفي، وأداة تحليل المضمون، وفي هذه الدراسة قد تم التوصل إلى مجموعة من النتائج نذكر منها: أن وسائل التواصل الاجتماعي السائدة في الصين قد عمقت ووسعت تأثير الشائعة التي تنتشر عن طريق شبكة الأنترنت لتصل إلى الأشخاص غير المستخدمين لشبكة الأنترنت وإنما تلعب دوراً مهماً في عملية نشر الشائعات في الصين.

2- الدراسات العربية:

1- الدراسة الأولى بعنوان: استخدام تكنولوجيا الإتصال في إنتشار الشائعات بالسودان، حيث أجريت هذه الدراسة من طرف الباحث مصطفى حسام الدين سنة (2007) بالسودان.

(1) أحمد حسن سلمان: شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في نشر الشائعات من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى: رسالة ماجستير، قسم الإعلام جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2017.

وقد استخدمت هذه الدراسة المنهج الوصفي عبر المسح، ودراسة الحالة، وأداة الإستمارة في جمع المعلومات، وقد تمّ التّوصل إلى مجموعة من التّائج منها:

أظهرت النتائج أنّ نسبة (75%) من المبحوثين يحصلون على أخبار بعضها كاذبة، وتوصلت الدراسة إلى أنّ التّطور التكنولوجي أدى إلى إنتشار الشائعات وقد وجدت الدراسة التّوير بالحقائق هو أمثل الطرق للحد من الشائعات وكشفت الدراسة أنّ الشائعة واسعة الانتشار في المجتمع السوداني وأكثر الشائعات راجا هي الشائعة الإجتماعية.

## 2- الدراسة الثانية بعنوان: شبكات التواصل الإجتماعي ودورها في نشر الشائعات، أجرت هذه الدراسة

من طرف الباحث أحمد حسن سلمان سنة 2007 بالأردن، وهي رسالة ماجستير في الإعلام وقد اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي<sup>(1)</sup>

اما الأدوات استخدمت الإستمارة والمقابلة.

ومن أبرز النتائج المتوصل إليها:

درجة نشر الإشاعات على مواقع التواصل الإجتماعي جاءت بنسبة متوسطة، وحازت شبكة facebook على المرتبة الأولى من أكثر الشبكات نشرًا للشائعات، وحسب نتائج الدراسة أنّ من أهم أسباب نشر الشائعات على شبكات التّواصل الإجتماعي هو سهولة إنتاج المعلومة ونشرها على تلك الشبكات<sup>(2)</sup>.

## 3- الدراسات المحلية:

الدراسة الأولى بعنوان: دور الفيس بوك في نشر الإشاعة لدى الإعلاميين الجزائريين: أجريت هذه الدراسة من طرف الباحثتين عائشة رونق بلمشري وخيرة مسعودي سنة 2015-2016 بالجزائر وهي عبارة عن مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتّصال.

هذه الدراسة وصفية استخدمت المنهج المسحي الذي يستهدف جمع المعلومات اللاّزمة واعطاء وصفا لأبعاد أو متغيرات الظاهرة المدروسة، اما الأداة فقد اعتمدت على الاستبيان.

توصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من التّائج نذكر منها مايلي:

(1) أحمد حسن سلمان، نفس المرجع.

(2) أحمد حسن سلمان، نفس المرجع.

\* يعتبر الفيس بوك مقمّة للإعلام الجديد بما يحمله من ميزات تجعل المستخدم يتحوّل من مستقبل إلى مرسل ومن مرسل إلى مستقبل، وذلك بتبادل الأفكار والمعلومات بين المستخدمين.

\* للإشاعة درجة تأثير كبيرة في المجتمع لأنّ مروجيها يضعون مجموعة من الأهداف التي تسبب الأضرار للمجتمع، كبت الرعب والتشكيك في شخصية إنسان ما.

\* يساهم الفيس بوك في نشر الإشاعة من خلال المعلومات التي ينشرها المستخدمون<sup>(1)</sup>

الدراسة الثانية بعنوان: الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي ومدى تأثيرها على المجتمع الجزائري، أجريت من طرف الباحث بلال وكال سنة 2017-2018 بالجزائر وهي عبارة عن مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتّصال، تخصص إتّصال وعلاقات عامة.

حيث اعتمدت هذه الدراسة على البحوث الوصفية المسحية واستخدمت المنهج الوصفي، وقد تمّ الإعتماد على الإستبيان. الذي تمّ تطويره لأغراض الدراسة وفقا لخطوات البحث العلمي المتعارف عليها.

وقد توصلت إلى جملة من النتائج منها:

\* أغلب المبحوثين يفضلون إستعمال الفيس بوك بنسبة 56.40%.

\* كشفت الدراسة بأنّ الأخبار الاجتماعية التي تشد المبحوثين بنسبة 27.80%.

\* توصلت الدراسة إلى أنّ أفراد العينة لا يوافقون على أنّ مواقع التّواصل الاجتماعي تساهم في إنتقال المعلومة بنسبة 41.70%.

\* أنّ المبحوثين يوافقون على إعادة نشر الأخبار المهمة التي تصلهم من مواقع التّواصل الاجتماعي مباشرة والتحقق من صحتها بنسبة 46.7%<sup>(2)</sup>

(1) عائشة رونق بلمشري، خيرة مسعودي: دور الفيس بوك في نشر الإشاعة لدى الإعلاميين الجزائريين، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتّصال، جامعة الجبالي -خميس مليانة- الجزائر، 2015-2016

(2) بلال وكال: الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي ومدى تأثيرها على المجتمع الجزائري، رسالة ماستر، قسم الإعلام والاتّصال، جامعة المسيلة، الجزائر، 2018.

## ثامنا: التعقيب على الدراسة

من خلال مراجعة هذه الدراسات والتي جاءت كآلاتي: دراسة الباحث بلال وكال سنة 2017-2018 بهدف معرفة الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي ومدى تأثيرها على المجتمع الجزائري، أحمد حسن سلمان سنة 2017 لمعرفة دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات، دراسة عائشة رونق بلمشري وخيرة مسعودي سنة 2015-2016 لمعرفة دور الفيسبوك في نشر الإشاعة لدى الإعلاميين الجزائريين، ودراسة الباحث (bai) سنة 2012 بهدف استكشاف حركة الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي، ودراسة الباحث مصطفى حسام الدين سنة 2007 حول استخدام تكنولوجيا الاتصال في انتشار الشائعات.

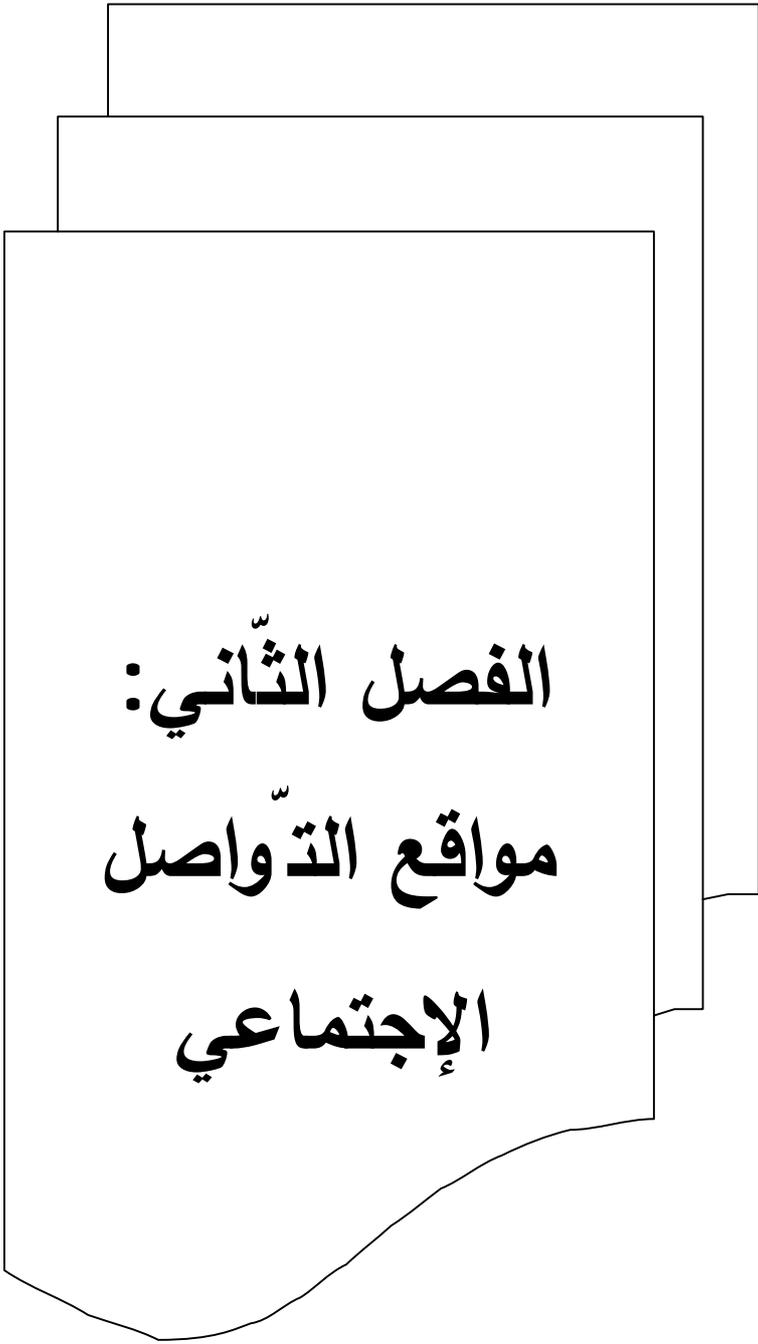
أغلب الدراسات استخدمت المنهج الوصفي ومنهج دراسة الحالة، وأغلب تلك الدراسات أجريت على الجامعات وأفراد المجتمع وكذلك المؤسسة الإعلامية رغم اختلاف مجتمع الدراسة إلا أنه تتقارب في أفكارها ونتائجها المتوصل إليها و أن لمواقع التواصل الاجتماعي من خلال مستعمليه الذين يقومون بنشر إشاعات مختلفة على هذه المواقع خاصة الإشاعات الإجتماعية.

وبالرغم من التشابه الموجود بين هذه الدراسات إلا أنها تختلف من حيث الأدوات المعتمدة فهناك من استعمل الاستمارة فقط، والبعض استخدم كل من الإستمارة، المقابلة الملاحظة وهناك من اعتمد على استمارة المقابلة، كما تختلف من حيث الهدف التي سعت كل دراسة إلى الوصول إليه وبالتالي اختلفت نوعا من حيث النتائج المتوصل إليها.

لا يمكننا أن ننكر بأي حال من الأحوال مدى استفادة الدراسة الراهنة من الدراسات السابقة سواء كانت أجنبية أو عربية أو جزائرية وتتجلى جوانب الإستفادة فيما يلي:

وضع الخطة النظرية وذلك من خلال الإطلاع على ماجاء فيها ومحاولتنا وضع خطة نظرية جديدة ومختلفة عن ماجاء فيها من أجل تقادي التكرار ومحاولة إضافة عناصر أخرى تم تجاهلها في الدراسات السابقة حيث عمدت الدراسة الراهنة إلى التطرق إلى مختلف النظريات مع التركيز على تصورهما للإشاعات على مواقع التواصل الاجتماعي.

كما استفادت الدراسة الراهنة من الدراسات السابقة من حيث تحديد المفاهيم والمصطلحات الخاصة بدراستنا إضافة إلى بناء الإشكالية والإطار النظري للدراسة، كما أنها أفادتنا في صياغة وبناء الاستمارة.



**الفصل الثَّاني:**  
**مواقع التّواصل**  
**الإجتماعي**

## الفصل الثاني: مواقع التواصل الاجتماعي

### 1-1 استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي:

#### أولاً: 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.<sup>(1)</sup>

بدأت مجموعة من الشبكات الاجتماعية في الظهور في التسعينات مثل class motes.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 وثم إغلاقها، وبعد ذلك ظهرت مجموعة من الشبكات الاجتماعية التي لم تستطع أن تحقق النجاح الكبير بين الأعوام 1999 و2001<sup>(2)</sup>

شهد عام 2002 الميلاد الفعلي للشبكات الاجتماعية عندما ظهر موقع (friudster) في كاليفورنيا من قبل (obranjonthan)، ويقوم مفهوم الموقع على دائرة الأصدقاء، والتقنية المتعددة للأفراد على شبكات التواصل الاجتماعي خلال المجمعات الافتراضية، ويسمى

<sup>(1)</sup> جرار ليلي، الفاييس بوك والشباب العربي، مكتب الفلاح للنشر والتوزيع، الأردن، 2012، ص 39.

<sup>(2)</sup> 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، ص 11.

بالصدفات بسبب دوائر العرض، من صور وملفات والأصدقاء والأفراد ويستخدم على نطاق واسع في آسيا وهو متاح بعدة لغات، وفيه رابط يوفر للمستخدم اختيار اللغة.<sup>(1)</sup>

وفي النصف الثاني من نفس العام ظهرت في فرنسا شبكة skytock كمنصة للتدوين ثم تحولت بشكل كامل إلى شبكة إجتماعية لسنة 2007، وقد استطاعت تحقيق انتشار واسع لتصل حسب إحصائيات يناير 2008، إلى المركز في ترتيب الشبكات الإجتماعية حسب عدد المشتركين.<sup>(2)</sup>

قبل ظهور الفايسبوك أنشأ في عام 2003 موقع (my space) الأمريكي حتى أصبح أكبر شبكات التواصل الاجتماعي في عام 2006 وأهم ما يقدمه (my space) هي تفصيلات الملفات الشخصية مما يسمح للمستخدمين بخلق خلفيات أصلية، وتضمن عرض الشرائح ومشغلات الصوت والصورة، إضافة إلى المدونات في أوقات كثيرة، ويعتبر بمثابة موقع ويب للموسيقيين.<sup>(3)</sup>

انطلق الفايسبوك عام 2004 مع شاب أمريكي اسمه "مارك زوكربورغ"، وهو في 19 من عمره درس في جامعة هارفرد، 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.<sup>(4)</sup>

تلا انطلاق الفايسبوك موقع اليوتوب (youtupe) 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 pay

(1) حسن محمود هثيمي العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص 80.

(2) الرعود عبد الله ممدوح: المرجع السابق، ص 33.

(3) الرعود عبد الله ممدوح: المرجع السابق، ص 34.

(4) البسبوني محمد علي دولة الفيسبوك، دار الشروق للنشر والتوزيع، مصر، 2009، ص 11.

pol المتخصصة في التجارة الإلكترونية، وشهدت مدينة menlopark مولد youtube في ولاية كاليفورنيا بالولايات المتحدة الأمريكية (1)

### ثانياً: 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 وإلغاء الفوارق الزمنية في نقل الخبر، فقد أصبحت هذه الشبكات الاجتماعية تطبيقاً مجانياً 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 ألق، إيجاد "هايد بارك" رقمية على الأنترنت، يتحدث الكل بما يرغب دون رقابة أو محاسبة.
- التواصل الفعال بين القيادات الحاكمة والمواطنين ما يعزز اللحمة الوطنية ويقوي أواصر الإنتماء لدى الشعوب، الأمر الذي يعدّ كسراً للحواجز بين الحاكم والمحكوم، كما أنه يساعد على تقريب المسافات وزيادة أوجه الفهم بين القيادات الحاكمة والمواطنين.
- الإستخدام المهني عن طريق توافر الشركات في هذه المواقع الشبكية واستخدامها في البحث عن الوظائف، مما يعزز التواصل في الكثير من راغبي العمل، واختيار الأفضل بينهم وبهذا الوضع تستطيع الشركات التوصل للغالبية العظمى من الباحثين عن العمل.
- إعلاء القيم والمبادئ والأخلاق للشباب وتعزيز شخصيتهم، ورفع معنوياتهم لزيادة الثقة بأنفسهم، وإيصال مفاهيم الحياة في الواقع الافتراضي والفرق بينها وبين الحياة الواقعية التي نعيشها.

(1) عبد الرزاق محمد الدليمي: الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية، دار وائل للنشر والتوزيع، عمّان، 2011، ص194.

- إيصال مفاهيم الحرية بثتى أفكارها بشكل موضوعي لدى الشباب، وتوضيح فكرة حرية الرأي والتعبير.

- إقامة الندوات الافتراضية تحت رعاية منظمات عربية إسلامية معروفة لزيادة عدد الأشخاص لمستفيدين من هذه الندوات، واستقبال عدد كبير من المفكرين والمثقفين والمعتدلين، والإستفادة من خواص دردشة الفيديو. (1)

### ثالثا: خصائص مواقع التواصل الاجتماعي.

**1- التفاعلية:** من خلال التّواصل يتم بسهولة متجاوزا بذلك حدود الزّمان والمكان، ويلتقي الفرد بمجموعة تشاركه الإهتمام بموضوعات معينة تساعده على حل المشكلات المطروحة كما يسمح له بتبادل الخبرات.

**2- سهولة الإستخدام:** من بين الأمور التي ساعدت بشكل كبير في إنتشار الشبكات الإجتماعية هي بساطتها، لدى فإن أي شخص يملك مهارات أساسية في الأنترنت يمكنه إنشاء وتسيير موقع شبكة إجتماعية، كما أن التّسجيل في هذه الشبكات مجاني ومفتوح أمام الجميع. (2)

**3- الملفات الشخصية/الصفحات الشخصية profile page:** من خلال الملفات الشخصية يمكنك التّعرف على إسم الشخص ومعرفة المعلومات الأساسية عنه: الجنس، تاريخ الميلاد، البلد، الإهتمامات والصورة الشخصية، بالإضافة إلى غيرها من المعلومات وبعد الملف الشخصي بوابة الدّخول إلى عالم الشخص، فمن خلال الصّفحة الرئيسيّة للملف الشخصي يمكنك مشاهدة نشاط الشخص مؤخرا ومنهم أصحابه 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 التّواصل الاجتماعي تطلق مسمى صديق / friend

(1) علي عبد الفتاح:الإعلام الاجتماعي، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص ص 121، 122.

(2) جلول خلاف: وسائل الإتصال الحديثة وتأثيرها على العلاقات الأسرية، دار المعرفة الجزائر، 2001، ص 86.

Ami على هذا الشخص المضاف إلى قائمة أصدقائك، بينما تطلق بعض الشبكات الخاصة بالمحترفين مسمى إتصال أو علاقة على هذا الشخص المضاف إلى قائمتك.<sup>(1)</sup>

**5- العالمية:** حيث تلغى الحواجز الجغرافية والمكانية وتتخطى فيه الحدود الدولية، حيث يستطيع الفرد في الشرق التواصل مع الفرد في الغرب ببساطة وسهولة.<sup>(2)</sup>

**6- إرسال/ الرسائل:** تتيح هذه الخاصية إمكانية إرسال رسالة مباشرة إلى شخص ما سواء كان في قائمة الأصدقاء لديك أو لم يكن.

**7- الصفحات:** اتسعت هذه الفكرة من طرف موقع فايس بوك واستخدامها تجارياً بطريقة فعالة حيث تعمل حالياً على إنشاء حملات إعلانية موجهة تتيح لأصحاب المنتجات الإعلانية أو الفاعليات توجيه صفحاتهم وإظهارها لفئة محددة من المستخدمين.<sup>(3)</sup>

**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 الاجتماعية 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.<sup>(4)</sup>

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

(1) مريم مراكشي: إستخدام شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته بالشعور بالوحدة النفسية، رسالة ماجستير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، 2014، ص ص 58، 59.

(2) صالح العلي: مهارات التواصل الاجتماعي (أسس ومفاهيم وقيم) دار الجامد للنشر والتوزيع، عمان، ص 147.

(3) جمال الزرن المسائل النفسية والاجتماعية والتنمية لشبكات التواصل الاجتماعي، تونس، 2012، ص 15.

(4) رمضان الخامسة: إستخدام الشبكات الاجتماعية على الأنترنت وانتشار قيم العولمة لدى الشباب الجامعي، رسالة ماجستير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2012، ص 42.

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

**12- خاصية المرونة:** هذه الخاصية متوفرة على كثير من مواقع التواصل الاجتماعي وهي إمكانية التّسويق من خلال الموقع، وهذه الخاصية توفر للمستخدم إعداد ملف كامل عنه وعن حياته واهتماماته، ويمكن تقديم روابط مفيدة لمن هم في نفس مجاله، ولهم نفس الاهتمامات.<sup>(1)</sup>

#### رابعاً أنواع مواقع التواصل الاجتماعي:

هناك العديد من المواقع الاجتماعية التي تعمل على الصعيد العالمي منها المواقع الصغيرة والمواقع المتوسطة والمواقع الضخمة التي تصل خدماتها إلى جميع أنحاء العالم ويمكن تقسيم هذه المواقع الاجتماعية إلى:

#### 1- النوع الأول:

**أ - نوع أساسي:** وهذا النوع يتكوّن من ملفات شخصية للمستخدمين وخدمات عامة مثل المراسلات الشخصية مشاركة الصور والملفات الصوتية والمرئية والروابط أو النصوص والمعلومات بناء على تصنيفات محددة مرتبطة بالتراسة أو العمل أو النطاق الجغرافي مثل: موقع الفيس بوك، ماي سبيس، وهاي فايف.

**ب - مرتبط بالعمل:** وهو من أنواع الشبكات الاجتماعية الأكثر أهمية وهي تربط أصدقاء العمل بشكل احترافي وأصحاب الأعمال والشركات وتتضمن ملفات شخصية للمستخدمين تتضمن سيرتهم الذاتية وما قاموا به من سنوات دراستهم وعملهم ومن قاموا بالعمل معهم.<sup>(2)</sup>

(1) عباس صادق: الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتّطبيقات، دار الشروق، عمان، 2008، ص 99.

(2) سليمان بكركران: الإتصال الجماهيري والخدمة الاجتماعية، دار الراسية للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص 162.

- ج- **مميزات إضافية:** هناك بعض المواقع الاجتماعية توفر مميزات أخرى مثل التّودين المصغر، مثل: موقع تويتر وبلارك والشبكات الجغرافية، مثل موقع: برايت لايت.
- د- **المواقع العربية:** من أشهر المواقع العربية الاجتماعية مثل: موقع عربيز حيث تمّ إنشائه في فيفري 2009 وكان مخصص للعرب في ألمانيا فقط، لكنّه انتشر بسرعة في اللّول العربية.<sup>(1)</sup>

- هـ- **الشبكات الاجتماعية والاعمال:** لا تتوقف الشبكات الاجتماعية فقط عند الربط بين الأصدقاء والأشخاص بل هناك شبكات تجمع صناع الأعمال وأصحاب الشركات والعاملين بها وأشهر مثال على ذلك موقع "لكندن" والذي جمع أكثر من مليون مستخدم وأكثر من 150 حرفة مختلفة ومن خلال تلك الشبكات يمكن للمستخدم كتابة سيرته الذاتية في مجال تعليمه وعمله ويمكن أن يدعو أصدقائه لمشاركة أشخاص آخرين ولبدء مجالات عمل جديدة فيما بينهم.<sup>(2)</sup>

## 2- النوع الثاني:

- أ- **شبكات شخصية:** شخصيات محددة وأفراد ومجموعة أصدقاء تمكنهم من التعارف وإنشاء صداقات بينهم مثل الفايس بوك.
- ب- **الشبكات الثقافية:** تختص بفن معين وتجمع المهتمين بموضوع أو علم معين مثل: (thing hiboroy).
- ج- **شبكات مهنية:** تهتم وتجمع أصحاب المهن المتشابهة لخلق فئات تعليمية تدريبية فاعلة مثل لكندن.<sup>(3)</sup>

(1) ليلي أحمد جرار: مرجع سابق، ص 220.

(2) ليلي جرار: نفس المرجع، ص ص 159، 160.

(3) السلطان مسخر مبارك الصاعدي: الشبكات الاجتماعية خطر أم فرصة، بحث مقدم لشبكة الألوكة، المسابقة الثانية (فرع الدراسات والأبحاث)، المملكة العربية السعودية، 2010، ص 10.

### -3 النوع الثالث:

أ- **شبكات داخلية خاصة:** تكون هذه الشبكات مجموعة من الناس تمثل مجتمع مغلق أو خاص يمثل الأفراد داخل شركة أو تجمع ما أو داخل مؤسسة تعليمية أو منظمة يتحكم في دعوة الأشخاص فقط وإلى غيرهم من الناس للدخول للموقع والمشاركة في الأنشطة في تدوين وتبادل الآراء وملفات والنّخول في مناقشات مباشرة، وغيرها مثل: linkedin.

ب- **شبكات خارجية عامة:** وهي شبكات متاحة لجميع مستخدمي الأنترنت بل صممت لجذب المستخدمين للشبكة ويسمح فيها للعديد من المستخدمين بالمشاركة في الأنشطة بمجرد أن يقوم المستخدم بالتسجيل في الموقع نفسه، مثل موقع الفاييس بوك.<sup>(1)</sup>

### خامسا: إيجابيات وسلبيات مواقع التّواصل الاجتماعي:

بما أنّ لكل شيء إيجابيات وسلبيات فإنّ مواقع التّواصل الاجتماعي لها إيجابيات وسلبيات حيث تضاربت الآراء على قبول أو رفض \*\*\* المواقع الاجتماعية على الشبكة الاجتماعية وعلى هذا الأساس نذكر إيجابيات وسلبيات مواقع التّواصل الاجتماعي.

#### 1 إيجابيات مواقع التّواصل الاجتماعي:

- إمكانية التّعارف على أشخاص يقيمون المساعدة في الحياة العامة.
- بالإمكان استخدام هذه المواقع وبشكل قانوني كمركز للإعلان التجاري من خلال استخدام خاصية الصفحات التي تتوفر في معظم الشبكات وتعتبر هذه الفائدة كبيرة للغاية لأنها مجانية وتوفر لك فرصة للإنتشار في كافة المناطق التي تغطيها الشبكة.
- اكتساب المعارف الجدد والمتنوعين، فكانت الشبكات تتيح للمستخدم نشر مقالات خاصة.<sup>(1)</sup>

(1) علي حوش، محمد بوزريعة: إستخدامات طلبية الإتصال بجامعة تاسوست لمواقع التّواصل الاجتماعي وافشباعات المحققة، مذكرة ماستر: قسم إعلام واتصال، جامعة جيجل 2017، 2016، ص 39-40.

- منبر جديد للتعبير عن الذات، فكثير من الأفراد ينفجرون في الشبكات معلنين عن معرفتهم وانتماءاتهم وآرائهم 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 بالبوخ بكل ما في نفسه من دون خجل أو خوف.

- كسر إحتكار مجموعات شبانية معينة للعمل الشبابي، إِمّا لصلاتهم مع المسؤولين عن الأجهزة الحكومية المعنية بالشباب أو لإعتبارات سياسية أو طائفية منعت دمجهم في \*\*\* القدرات الشبانية، وتمّ ذلك عن طريق إتاحة الأنترنت ومن بينها مواقع التّواصل الاجتماعي للتعبير عن أصوات الشباب بكل حرية دون السيطرة عليها. (3)

- إِدابة الفواصل الطبقية: إذ توفر شبكات التّواصل الاجتماعي فرصة للاتّصال بالدعاة، وطلبة العلم، والأدباء، والعلماء بصورة مباشرة دون وسائط. (4)

## 2- سلبيات مواقع التّواصل الاجتماعي:

- إضعاف الذاكرة اللّغوية العربية: إنّ كثرة استخدام وسائل التّواصل الإلكتروني عبر الكتابات النصية والأوامر الإلكترونية تؤدي إلى زعزعة منظومة المفردات اللّغوية للفرد، بسبب عدم التّواصل الطبيعي.

- إِدمان وسائل التّواصل يؤدي إلى تلف الخلايا الدماغية: يؤدي الإِدمان إلى إرهاق العين الباصرة، كما يؤدي إلى تلف جزئي للخلايا الدماغية، يرتبط الإِدمان على الأنترنت ووسائل التّواصل الاجتماعي بتغيرات في الدماغ.

- إضعاف التركيز الذهني ومحو الذاكرة.

(1) سليمان بكركران: مرجع سابق، ص 163.

(2) طالح العلي: مرجع سابق، ص ص 148، 149.

(3) يوسف ورداني: ثقافة الشباب بين تحديات وعجز التّولة، متاح على الرابط الإلكتروني الآتي: <http://www.alworef.org> تمت الزيارة يوم 2020/04/05.

(4) رضا أمين: مرجع سابق، ص 87.

- 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 وإشغال الجميع بتأمين متطلبات الحياة<sup>(1)</sup>
- 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.
- إمكانية الوقوع في عمليات منظم، من النص والإحتيال<sup>(2)</sup>.

#### سادسا: نماذج عن أشهر مواقع التواصل الاجتماعي:

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

#### 1- فيس بوك facebook:

هو من أكبر الشبكات الاجتماعية من حيث حجم أعضائه والمزايا التي يقدمها للمستخدمين والتي زادت من شعبية الموقع وخصوصا في الفترة الأخيرة<sup>(3)</sup>. وتحتل شبكة الفيس بوك حاليا من حيث الشهرة والإقبال المركز الثالث بعد موقعي قوقل وميكروسوفت وبلغ عدد المستخدمين فيها أكثر من 800 مليون شخص<sup>(4)</sup>.

وبما أن موقع الفيس بوك هو نموذج لدراستنا فإتأ سنتناوله بشيء من التفصيل لاحقا.

(1) رضا أمين: مرجع سابق ص 88.

(2) سليمان بكر کران: مرجع سابق، ص 164.

(3) عامر إبراهيم قندجيلي: مرجع سابق، ص 307.

(4) عبد الرحمن إبراهيم الشاعر: مرجع سابق، ص 64.

## 2- اليوتيوب: youtube:

يوتيوب موقع إلكتروني يسمح لمستخدميه برفع التسجيلات المرئية ومشاهدتها، ومشاركتها والتعليق عليها، وغير ذلك.<sup>(1)</sup>

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 للمشاركين فيه ويزور الملايين يوميا، ويستفيد منه وسائل الإعلام بعرض مقاطع الفيديو التي لم تتمكن شبكات مراسليها من الحصول عليها.

تم تأسيس هذا الموقع من قبل ثلاث موظفين كانوا يعملون في الشركة " باي بال" عام 2005 في ولاية كاليفورنيا في الولايات المتحدة الأمريكية.<sup>(2)</sup>

وتذكر موسوعة ويكيبيديا أن أول 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 وغوغل.<sup>(3)</sup>

كما يمكن لهذه الوسيلة لما تملكه من قوة في التعبير والتأثير عن طريق الصوت والصورة أن تخدم كافة قضايا الأمة العربية والإسلامية فعن طريق مقاطع اليوتيوب يمكن الدفاع عن العرب والمسلمين، وإظهار الصورة الحقيقية لهم كشعوب متحضرة محبة للسلام ومتفتحة على الشعوب والأمم الأخرى، كذلك يمكن مواجهة كافة ما تبثه أجهزة الإعلام المعادية تشويه صورة العرب والمسلمين والإضرار بقضاياهم العادلة، كما يمكن عن طريق

(1) جبريل بن حسن العريشي: مرجع سابق، ص 37.

(2) جبريل بن حسن العريشي: مرجع سابق، ص 177.

(3) صالح العلي: مرجع سابق، ص 472.

هذه الوسيلة توثيق الجرائم التي ترتكب ضد العرب والمسلمين في كثير من البلدان، وإطلاع العالم عليها. (1)

ولقد أصبح موقع الويب أكثر تطوراً وأسرع نمواً من أي وقت مضى... كما أن الويب على المستوى العالمي أصبح لا يعترف إلا بالتميز والابتكار والتفرد، فمن يريد النجاح عليه أن يعمل من أجله ولن يحققه إلا من يعطيه حقه وأصبح اليوتيوب كمستضيف بملفات الفيديو الرقمية للراغبين في مشاركتهم عبر الويب فإن اليوتيوب يقدم خدمات بشكل مجاني تعتمد على مصادر دخل أخرى تتمثل في الإعلانات والدعاية. (2)

## 2- ماي سبيس my space:

ماي سبيس موقع إلكتروني لشبكة إجتماعية تسمح للمستخدمين بإنشاء شبكات للأصدقاء والاحتفاظ بمدونة شخصية والانضمام إلى مجموعات وتقاسم الصور وأشرطة الفيديو، وفي مقدور مستخدمي شبكة ماي سبيس تكييف صفحاتهم وفق خياراتهم الخاصة بإستعمال نظام لغة تأثير النص الفائق، مما يمثل خدمة متميزة لا تقدمها مواقع الشبكات الإجتماعية الأخرى، ومن مميزات ماي سبيس "النشرة" التي تتيح للمستخدمين نشر الرسائل بشكل يمكن جميع المستخدمين الموجودين ضمن قائمة الأصدقاء من الإطلاع عليها. (3)

ويعتبر ماي سبيس سادس أكبر موقع على الويب الإنجليزية شعبية في العالم وثالث موقع شعبية في الولايات المتحدة الأمريكية فهو من أقوى مواقع الشبكات الإجتماعية إذ حاز على إهتمام الكثيرين عام 2006، ولكن شعبية الموقع بدأت بالتراجع بعد أن قامت شركة نيوز كويب، والتي يملكها إمبراطور الإعلام رويت مدوخ واستمرت شعبية الموقع بالتراجع خاصة بعد ظهور الفاييس بوك حيث جذب الملايين من المستخدمين لشبكات التواصل

(1) علي خليل شقرة: الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي) دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص 136.

(2) عبد الرزاق محمد النليمي: مرجع سابق، ص ص 193-194.

(3) ماهر عودة الشمالية وآخرون: مرجع سابق، ص 213.

الإجتماعي وقد اضطرت شركة نيوز كويب إلى بيع موقع ماي سبيس بسعر زهيد جدا قريبا والذي يعادل 35 مليون دولار.<sup>(1)</sup>

### 3-تويتر twitter:

هو موقع يقّم 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 صفحتهم الرئيسية أو زيارة ملف المستخدم الشخصي كما يمكن إستقبال الردود والتحديثات<sup>(2)</sup>

كانت بداية هذه الخدمة المصغرة في أوائل عام 2006م، عندما أقدمت شركة (obvions) الأمريكية على إجراء بحث تطويري لخدمة التدوين المصغر، وأتاحت إستخدام هذه الخدمة لعامة الناس في نفس العام، وبعد ذلك أقدمت الشركة ذاتها بفضل هذه الخدمة المصغرة عن الشركة الأم، واستحدثت لها إسما يطلق عليه (تويتر) وذلك في أبريل 2007م.<sup>(3)</sup>

ويمكن للراغبين بالإشتراك في تويتر بشكل مباشر عن طريق الصفحة الرئيسية للموقع وبذلك يتكوّن لديهم ملف شخصي بإسم الحاسب، حيث تظهر آخر التحديثات بترتيب زمني.

لقي تويتر إستحسان الملايين من المستخدمين والعديد من الشركات العاملة في مجال الإعلام والأنترنت إلا أنّ الموقع تعرّض للكثير من الصعوبات في النصف الأول من عام 2008 بزيادة فترات توقف الموقع عن العمل لعدة أسباب، إمّا لزيادة عدد المستخدمين على

(1) علي خليل شقرة: مرجع سابق 137.

(2) نادية بن ورقلة: دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي والإجتماعي لدى الشباب العربي، مجلة دراسات وابحاث، العدد 11، جامعة الجلفة، الجزائر، ص 63.

(3) علاء الدين محمد عفيفي: الاعلام وشبكات التواصل العالمية، دار التعليم الجامعي للطباعة والنشر والتوزيع، الاسكندرية مصر الطبعة 1، 2015، ص 146

الموقع، أو سبب أعطال في خوادم الموقع، أو قواعد البيانات مما اضطر الكثيرون إلى البحث عن بديل لتويتر يلبي رغباتهم (الموسوعة الحرّة).<sup>(1)</sup>

#### 4- إنستغرام:

هو تطبيق مجاني لتبادل الصّور، وشبكة إجتماعية أيضا أطلق في أكتوبر من عام 2010 م، ويتيح للمستخدمين التقاط صّور وإضافة فلتر رقمي إليها، ومن ثمة مشاركتها مع مجموعة متنوعة من خدمات الشبكات في البداية كان دعم إنستغرام على أيفون والآي باد، والآي بود، وفي أبريل 2012 أضيف إنستغرام إلى منصة الأندرويد ثم تطّور في يونيو 2013 ليوضع في تطبيق تصوير الفيديو بالشكل المتقطع للمستخدمين، ومن التّطورات المهمة في تطبيق الإنستغرام إستحواد شركة فيسبوك على التّطبيق بصفقة بلغت مليار دولار وذلك في أبريل 2012.<sup>(2)</sup>

يبلغ عدد المشتركين في موقع إنستغرام والنّين يتبادلون الصّور من خلال حساباتهم عليه الآن أكثر من 30 مليون مشترك خلال عامين فقط من بدء إستخدام الموقع، يحملون ويشاركون مئات الملايين من الصّور على حساباتهم الشخصية.

وقد قامت شركة فيسبوك بشراء إنستغرام بموظفيها الثلاثة عشر مقابل مليار دولار أمريكي لتسبق شركة قوقل في ضم الشركات الناجحة الى مجموعتها، ووفقا لتصنيف ترتيب المواقع عالميا، فإنّ موقع إنستغرام يأتي في المركز السابع والخمسون.<sup>(3)</sup>

(1) محسن بن جابر بن عواض الزهراني دور مواقع التّواصل الاجتماعي في حل المشكلات التي تواجه طلاب التربية العلمية واتجاهاتهم نحوها، أطروحة دكتوراه في المناهج وطرق التّدرّيس، الفصل الثاني، جامعة أم القرى، 2013، ص 19.

(2) مركز المحتسب للإستشارات دور مواقع التّواصل الاجتماعي في الإحتساب، دار المحسب للنّشر والتّوزيع، الرّياض، 2015، ص 21، 22.

(3) رضا أمين الإعلام الجديد، دار الفجر للنّشر والتّوزيع، القاهرة، 2015، ص 121، 122.

## 2-1 الفيس بوك كوسيلة إتصالية واستخداماته:

من أهم مواقع التواصل الاجتماعي وأكثرها استخداما وفقا لبعض الدراسات والأبحاث هو موقع "فيس بوك" وقد يعود ذلك إلى مجانية وسهولة استخدامه، حيث يلعب دورا مهما في تشكيل الآراء والاتجاهات لدى جمهور المستخدمين إزاء بعض القضايا وذلك من خلال مجموعة الخدمات التي يقدمها، خاصة خدمة الأحداث الهامة وخدمة إنشاء المجموعات التي تسمح للمشاركين بتناول موضوعات مختلفة.

## أولا: تعريف موقع "فيس بوك":

الفيس بوك كلمة أعجمية مكونة من جزأين "فيس face" و"بوك book" وهي تعني كتاب الوجود، مثلما أراد بها مؤسس الموقع.<sup>(1)</sup>

والفيس بوك (facebook) يشير إلى دفتر ورقي يحمل صوراً ومعلومات لأفراد في جامعة معينة أو مجموعة، ومن هنا جاءت تسمية الموقع وتعد هذه الطريقة شائعة لتعريف الأشخاص خصوصا في الجامعات الأجنبية ببعضهم حيث يتصفح المنتسبون في الجامعة هذه الدفاتر لمعرفة المزيد عن الطلبة المتواجدين في الكلية نفسها.<sup>(2)</sup>

وهو موقع إلكتروني للتواصل الاجتماعي، وقد عرف موقع ويب أو بيدا الموقع الإلكتروني الاجتماعي على أنه التعبير المستخدم لوصف أي موقع إلكتروني يخول مستخدميه إنشاء ملفات شخصية ونشرها بشكل علني عبر ذلك الموقع وتكوين علاقات مع مشتركين آخرين على نفس الموقع يكون بإمكانهم الدخول إلى ملفات الشخصية (-orgnet.com).<sup>(3)</sup>

(1) حسان أحمد قمحية: الفيسبوك تحت المجهر، دار الذخبة، الجزيرة، 2017، ص 57.

(2) ياسين خضير البياتي: الإعلام الجديد التولة الافتراضية الجديدة، دار البداية، عمان، 2014، ص 390.

(3) ليلي أحمد جرار: مرجع سابق، ص 51.

ويعرف فيس بوك أيضا بأنه عبارة عن شبكة اجتماعية يمكن النّخول إليها مجانا وتديره شركة فيس بوك محدودة المسؤولية كملكية خاصة لها، فالمستخدمون بإمكانهم الانضمام إلى الشبكات التي تنظمها المدينة أو جهة العمل أو المدرسة أو الإقليم، وذلك من أجل الإتّصال بالآخرين والتفاعل معهم<sup>(1)</sup>، كذلك يمكن للمستخدمين إضافة أصدقاء إلى قائمة أصدقائهم وإرسال الرسائل إليهم وتحديث ملفاتهم الشخصية وتعريف الأصدقاء بأنفسهم.<sup>(2)</sup>

### ثانيا: لمحة تاريخية عن ظهور موقع "فيس بوك":

الفيس بوك هو شبكة إجتماعية استأثرت بقبول وتجاوب كبير بين الناس وخصوصا الشباب في جميع أنحاء العالم، وهي لا تتعدى حدود مدونة شخصية في بداية نشأتها في شباط عام (2004) في جامعة هارفرد في الولايات المتّحدة الأمريكية<sup>(3)</sup>، وانطلق موقع الفيس بوك كنتاج غير متوقع من موقع فيس ماتش (face mutch) التابع لجامعة هارفرد وهو موقع من نوع Hoter Not يعتمد على نشر صور لمجموعة الأشخاص<sup>(4)</sup>، من قبل طالب متعثّر في الدراسة يدعى (مارك زوكربيرج)، وكانت مدونته (الفيس بوك) محصورة في بدايتها في نطاق الجامعة ويحدود أصدقاء (زوكربيرج)، الطالب المهووس في برمجة الكمبيوتر، ولم يخطر بباله هو وصديقين له أنّ هذه المدونة ستجتاح العالم الافتراضي لفترة زمنية قصيرة جدا، فتخطت شهرتها حدود الجامعة وانتشرت في مدارس الولايات المتّحدة الأمريكية المختلفة.<sup>(5)</sup>

استمرّ موقع الفيس بوك قاصرا على طلبة الجامعات والمدارس الثانوية لمدة سنتين، وفي عام 2006 قرّر مارك زوكربيرج أن يفتح أبواب موقعة أمام من يرغب في استخدامه

(1) رأفت مهند عبد الرزاق: دور مواقع التّواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي، رسالة ماجستير، قسم الصحافة والإعلام، جامعة البتراء الأردنية، 2013، ص 12.

(2) فتحي حسين عامر: نوازل الإتّصال الحديثة من الجريدة إلى الفيسبوك، دار العربي للنشر والتّوزيع، القاهرة، 2011، ص 203.

(3) علاء اللّين محمد العفيفي: مرجع سابق، ص 160.

(4) ياسين خضير البياتي: مرجع سابق، ص 390.

(5) جواد علي سلمان: الإعلام والمجتمع، دار أمجد للنشر والتّوزيع، عمان، 2015، ص 130.

وفي أواخر أكتوبر 2007 اشترت مايكروسفت حصة في الفاييبوك نسبتها 6.1% بقيمة 240 مليون دولار.

وتعتبر "مصر" هي الأولى في الشرق الأوسط استخداما للفايبوك، حيث يضم الموقع أكثر من مليوني ونصف المليون مشترك بنسبة 25.1% من المستخدمين في العالم<sup>(1)</sup>

### ثالثا: خصائص الفيس بوك:

يتميز الفاييس بوك كغيره من مواقع التواصل الاجتماعي بمجموعة من الخصائص والسمات التي تميزه عن باقي المواقع الأخرى والتي تعطيه صورته الخاصة والمميزة وتتمثل في:

- 1- **الملف الشخصي profile**: عند الإشتراك في الموقع على المستخدم أن ينشئ ملف شخصي يحتوي على معلوماته الشخصية، صورته... تساعده في التواصل مع الآخرين.
- 2- **إضافة صديق add friend**: بها يستطيع المستخدم إضافة أي صديق أو أن يبحث عن أي فرد موجود على شبكة الفيبوك.
- 3- **إنشاء مجموعة groups**: تمكن المستخدم من إنشاء مجتمعا إلكترونيا يجمع حول قضية معينة سياسية أو إجتماعية ويستطيع جعل الإشتراك لهذه المجموعة حصريا (العائلة أو الأصدقاء) أو عام يشترك بها من هو مهتم بموضوعنا.<sup>(2)</sup>
- 4- **لوحة الحائط woll**: هي عبارة عن مساحة مخصصة بصفحة الملف الشخصي لأي مستخدم بحيث تتيح للأصدقاء إرسال الرسائل المختلفة إلى هذا المستخدم.
- 5- **الصور photo**: هي الخاصية التي تمكن المستخدمين من تحميل الألبومات والصور من الأجهزة الشخصية إلى الموقع وعرضها.

(1) فتحي حسين عامر: مرجع سابق، ص 212.

(2) محمد المنصور: مرجع سابق، ص 18.

6- التغذية الإخبارية news feed: التي تظهر على الصفحة الرئيسية لجميع المستخدمين حيث تقوم بتمييز بعض البيانات مثل التغييرات التي تحدث في الملف الشخصي وكذلك الأحداث المرتقبة وأعياد الميلاد الخاصة بأصدقاء المستخدم.<sup>(1)</sup>

7- خاصية status: أو الحالة التي تتيح للمستخدمين إمكانية إبلاغ أصدقائهم بأماكنهم وما يقومون به من أعمال في الوقت الحالي، والجدير بالذكر أنه يمكن مشاهدة لوحة الحائط الخاصة بالمستخدم لأي شخص يمكنه مشاهدة الملف الشخصي لهذا المستخدم وفقا لإعدادات الخصوصية.<sup>(2)</sup>

#### رابعاً: جمهور موقع "فيس بوك":

إن الاعتقاد السائد بأن الفيس بوك هو شبكة اجتماعية يرتادها الشباب فقط إلا أن واقع الحال يثبت خلاف ذلك حيث أن هذه الشبكة مفتوحة للجميع أساتذة جامعات وأدباء وكتاب وفنانين وغيرهم من مختلف الفئات العمرية.<sup>(3)</sup>

ويرى بهذا الصدد الأدبي النمساوي روبرت ميناس Menasse بأن الفيسبوك هي شبكة لمن يريد أن يشارك ويتعرف على الجديد فيها.<sup>(4)</sup>

وقد طرحت العديد من الأسئلة عن من هم مستخدمو "الفيسبوك"؟ ومن هم مرتادو هذه الشبكة المثير للجدل؟ وإلى أي صنف من الزوار ينتمون؟ جميع هذه الأسئلة دفقت بالكتابة الألمانية "أيلينا زنغر Zanger Elena والكاتب "خالد الكوطيط" أن يتوقف أمام نموذج من الزوار "الفيسبوك" والمشاركين فيه، وأن يعتبروا مجموعة من الزوار تتدرج ضمن النماذج التالية:<sup>(5)</sup>

(1) ياسين خضر البياتي: مرجع سابق، ص 392.

(2) ليلى أحمد جرار: مرجع سابق، ص 57.

(3) جواد علي مسلماني: مرجع سابق، ص 135.

(4) علاء الدين محمد عفيفي: مرجع سابق، ص 164.

(5) مريم مراكشي: مرجع سابق، ص 72.

**1- النموذج الأول: المتخفي:**

ضمن هذا النموذج يرى الكثيرين ممن يسجلون أنفسهم لا يفهمون مبدأ التواصل والتشابك فيخفون صورهم ولا يقدمون أية معلومات شخصية عنهم للأصدقاء، الذين يدعونهم ويقول الكاتبان، هؤلاء لا يفصحون عن هويتهم ويكتفون بالملاحظة وبالإطلاع على الصفحات الشخصية للمستخدمين الآخرين.

**2- النموذج الثاني: رفيق المدرسة:**

لم نلتقي مند وقت طويل بهذا يتحدث الكاتبان عن هذا النموذج من الأشخاص فيوضحان " هذه الرسالة يتلقاها المرء من أشخاص فقدت آثارهم مند وقت طويل وغالبا ما يكونوا زملاء من أيام الدراسة<sup>(1)</sup> .

**3- النموذج الثالث: الخطيب السابق والخطيبة السابقة:**

هم أصدقاء غير مريحين، ويتوقف الكاتبان عند هذا النوع من الأصدقاء الذين يتجسسون على صفحات المشتركين في الفيسبوك، وقد يثيرون بعض المشاكل غير المريحة لصاحب الصفحة كون أنهم يحاولون التأثير على علاقتهم الجديدة، وخلق المشاكل في علاقته مع أصدقاء جدد<sup>(2)</sup> .

**4- النموذج الرابع: الأبوين:**

لاشك أن الكثير من الآباء والأمهات لا يعرفون عن الفيسبوك ما يكفي، إضافة إلى أنهم لا يرغبون في خوض هذه التجربة الجديدة، لكن حرصهم على أولادهم يدفعهم في الكثير من الأحيان إلى التطفل على اهتمامات الأبناء والبنات لهذا التواصل الاجتماعي والدخول إلى صفحاتهم، وطلب صداقة أبنائهم، الذين يقومون بتشكيل مجاميع من الأصدقاء

(1) جواد علي مسلماني: مرجع سبق ذكره، ص ص 139-140.

(2) علاء الدين محمد عفيفي: مرجع سابق، ص 169.

نجد من تدخلات الآباء في شؤونهم، ومن هذه المجموعات التي يشكلونها الأبناء ("دعونا نقص الآباء من الفيسبوك").<sup>(1)</sup>

### 5- النموذج الخامس: المدير:

يتسم هذا النموذج بطابع أكثر ما يقال عنه تجسسي نرجسي، فالمدير يفتح صفحة شخصية له على الفيسبوك، ويدعو العاملين عنه بالتسجيل في الفيسبوك والدخول إلى صفحته الخاصة، ومن هنا يحقق نرجسيته بإعتباره يتحكم فيهم حتى وهم في العالم الافتراضي، هذا من ناحية، ومن ناحية أخرى يصبحون تحت أنظاره ويراقب تحركاتهم وسلوكهم.

### 6- النموذج السادس: القريب:

يرى الكاتبان في هذا النموذج أنه "لا داعي لمكالمة القريب البعيد، لمعرفة كيف حاله، فالخبر يمكن قراءته على الفيسبوك، ولا حاجة للحديث عن الجد أو الجدة أو عن أشياء لا أهمية لها. الفيسبوك يمنح إمكانية البقاء على اتصال بهؤلاء الأقارب دون الحاجة للاتصال بهم".<sup>(2)</sup>

### 7- النموذج السابع: الأصدقاء الحقيقيون:

يخلص الكاتبان إلى أن الأصدقاء الحقيقيون هم أصدقاء بصرف النظر إن أضيفوا إلى العالم الافتراضي أولاً، ويقولان الصديق الحقيقي هو الصديق الذي نعرفه منذ وقت طويل في هذه الحالة لا يحتاج المرء الفيسبوك للحفاظ على الصداقة لكن هؤلاء الأصدقاء إلى

(1) مريم مراكشي: مرجع سابق، ص 37.

(2) جواد علي مسلماني: مرجع سابق، ص 141-142.

لائحة الأصدقاء على الفيسبوك هو أمر طبيعي، على الرغم من قلة أو عدم أهمية ما يمكن إضافته هناك حول هؤلاء الأصدقاء<sup>(1)</sup>.

بالإضافة إلى النموذج الطبيعي الذي يمثل هذه الجمهرة الكبيرة، ويتمثل في العلماء والخبراء والباحثين والكتاب والأدباء والفنانين والصحفيين وأساتذة وطلبة الجامعات وعموم المثقفين، الذين يرفضون دائماً بأفكارهم وإنجازاتهم العلمية والثقافية، جوانب ليست بالقليلة من الحضارة الإنسانية، ويسهمون بثقافة التعايش والتسامح و الحوار، ويقدمون خلاصة أفكارهم وجهدهم وإبداعاتهم لخير البشرية.<sup>(2)</sup>

#### خامساً: الانتقادات الموجهة لموقع "فيس بوك":

تتمثل الانتقادات الموجهة إلى موقع "فيسبوك" من خلال مجموعة من الأضرار والسلبيات الناجمة عنه والتي تلحق نوعاً من الضرر والإزعاج بالنسبة لمستخدميه وهي المتمثلة في النقاط التالية:

#### 1- الأضرار النفسية:

حيث تنتج هذه الأضرار النفسية عن طريق قيام الأشخاص باستفزاز الآخرين عن طريق نشر صور لهم أو سرقة حساباتهم ونشر بعض الافتراءات على ألسنتهم وغيرها من الأعمال المشينة التي يمكن أن تؤدي الفرد.

(1) جواد علي مسلماني: مرجع سابق، ص 142.

(2) علاء الدين محمد عفيفي: مرجع سابق، ص 171.

**2- الأضرار الاجتماعية:**

حيث يمكن الفيسبوك الأشخاص من وضع أي اسم مستعار يختارونه أو إضافة أسماء عائلات، بهدف تشويه هذه العائلات عن طريق إضافة معلومات أو صورة مخلة بالآداب والأخلاق وغيرها من الأفعال المشينة الأخرى.<sup>(1)</sup>

**3- آثار سلبية على المراهقين:**

فقد انتشرت على فيسبوك العديد من الصفات والمجموعات التي تحث على الرذائل والمحرمات سواء كان ذلك فيما يتعلق بشرب الخمر أو المخدرات أو الزنا ..... الجنسية وشيلاتها.

**2- تضييع الوقت:**

بأن الشباب يقضون الكثير من أوقاتهم على مواقع التواصل هذا دون الإكتراث للوقت الذي يمضونه عليه دون عمل، أي توازن.

**3- الإساءة للدين:**

ربما يمكن اعتبار هذه بأنها الطامة الكبرى، فقد قام بعض المخربين بعمل ما يمكن تسميته بحرب بين الأديان على الفيسبوك وذلك عن طريق الإساءة لذين معين أو تشويه صورته بأي وسيلة تتاح له.<sup>(2)</sup>

**4- إضعاف العلاقات والمهارات الاجتماعية:**

(1) سلمان بكر بن بكران: مرجع سابق، ص 173.

(2) سعدية خاذا: أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الإستماع للإداعة المحلية بورقلة، مذكرة ماجستير، قسم العلوم الإنسانية، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 2014، 33.

بدأت هذه الظاهرة في المجتمع الحقيقي بين الأفراد الذين أدمنوا استخدام موقع الفيسبوك والتواصل عبر مجتمع أو مجتمعات افتراضية، وقد شمل هذا الأمر العلاقات الأسرية حيث تسبب في تدمير هذه العلاقات وتشتيت الأمر بالطلاق أو الخيانات أو الإنعزال.<sup>(1)</sup>

وفي الأخير يمكن القول أن موقع "فيسبوك" وسيلة وأداة تفاعلية بالدرجة الأولى، وذلك من خلال إمكانيته الواسعة و اللامحدودة في التواصل والمشاركة فهو يعتبر حركة اجتماعية جعلت من العالم قرية كونية أكثر انفتاحا وترابطا لهذا أصبح واحدا من أهم مواقع التواصل الاجتماعي، وقاعدة تكنولوجية متاحة لجميع شرائح وأفراد المجتمع والذي يمكنهم من تبادل المعلومات والأفكار والآراء المختلفة مع الأشخاص الذين يشاركونهم نفس التوجهات الاهتمامات.

<sup>(1)</sup> علي خليل شفرة: مرجع سابق، ص69.

الفصل الثالث:

ماهية الإشاعة

## 1-1: الإشاعة وانتشارها:

## أولاً: نشأة الإشاعة

الإشاعة أو الشائعة (Rumor) ظاهرة إجتماعية بالغة الأهمية، وبضاعف من هذه الأهمية شيوعها في كل زمان ومكان، وأنها مسلك من مسالك الجماعات، وهي أيضا أقدم الوسائل الإعلامية في التاريخ، فقبل اعتماد الكتابة كانت المشافه هي قناة التواصل الوحيدة في المجتمعات، وكانت الشائعة وسيلة لنقل الأخبار وبناء السمعة أو تقويضها، وتأجيج الفتن أو الحروب.<sup>(1)</sup>

فهي ظاهرة إجتماعية وجدت منذ أن وجد الإنسان على الأرض، وشكل من أشكال الإتصال الإنساني المنطوق والمكتوب، ونوع من أنواع الإتصال الشخصي الجماهيري، وأداة من أدوات الحرب النفسية، لذلك حظيت باهتمام علماء الإجتماع والنفس والسياسة والإقتصاد والإعلام، لما لها من تأثير كبير على حياة المدنيين والعسكريين في السلم والحرب.<sup>(2)</sup>

تنا الدكتور نوفل عن الإشاعة في التاريخ فيشير أنّها قديمة قدم الجماعة الإنسانية وينتظر أن يعيش ما عاش الإنسان، ولا يكاد يخلو مجتمع منذ فجر التاريخ من إشاعة لأنّ النفس الإنسانية فيها القابلية لهذا الأمر فيها الإستعداد إن لم تتهدب بالقدر الكافي وبقراءة تاريخ الأنبياء عليهم السلام، وقصصهم نجد أنّ كلا منهم جوبه بإشاعة يطلقونها حوله ويبثونها ويتوارثونها فهذا "نوح" اتهم بأنه يريد أن يتفضل عليكم المؤمنون 24. بمعنى يتزعم ويتآمر واتهموه وجماعته المؤمنة «بل نظنكم كاذبين» هود 27<sup>(3)</sup>.

(1) جان-نويل كابيرير: الشائعات، دار الساقى، لبنان، ط1، 2008، ص 13.

(2) إبراهيم أحمد أبو عرقوب: سيكولوجية الإشاعة، عمان، ص 05.

(3) محمد عارف الزغول: دراسات إعلامية، (الدعاية، الرأي العام، الإشاعة) دار البازوري للنشر والتوزيع، عمان، ط 1، 2007، ص

وإذا كانت الشائعة قديما تنتشر وتأتي بمفعولها وتصل إلى إعداد من الناس، بعد فترات طويلة وتتأثر بالبيئة والمكان وأعداد الناس الذين سمعوها وتناقلوها، فإن الشائعات اليوم تنتشر بسرعة فائقة تفوق سرعة الصوت وسرعة الضوء. ويكون انتشارها على مدى واسع وفي وقت قياسي وذلك يعود إلى الإتصالات الحديثة والشبكة العنكبوتية، وشبكة الهاتف الجوال والقنوات الفضائية<sup>(1)</sup> حيث باتت وسائل التواصل الإجتماعي إحدى الأدوات التي يتم إستخدامها بشكل سلبي في نشر الشائعات، بدليل أن معدلات إنتشار الشائعات تتناسب طرديا مع التقدم في تكنولوجيا الإصال وإنتشار وسائل التّواصل بين أفراد المجتمع حيث يلجأ مستخدمي هذه الرسائل للتخفي أو من خلال هويات غير حقيقية في نشر بعض الأخبار الكاذبة التي تجد رواجاً لدى الكثيرين<sup>(2)</sup>.

والخطير في الأمر أن الإشاعات تنتشر خاصة في الآونة الأخيرة بسهولة، ليس لتنامي مستخدمي وسائل التّواصل الإجتماعي فقط وإنما لأن الأحداث والتطّورات المتصاعدة التي تشهدها المنطقة من حولنا تجعل من الأكاذيب بيئة خصبة للنمو والتكاثر أيضا، خاصة إذا كانت هذه النوعية من الشائعات شهدت كل أقطاب المجتمع في إختلاف فئاته من رجال السياسة والإعلام، والإشاعات حول الأمراض والأوبئة، وغيرها من القضايا التي لا تتفصل عن الأمور الحياتية لأفراد المجتمع<sup>(3)</sup>.

وكم من أخبار كاذبة ومعلومات خاطئة، واتهامات باطلة، وشائعات معزمنة تنتشر في هذه المواقع ضد أفراد أو مجتمعات أو شعوب أو دول، ومع ذلك تجد الكثيرين لا يتثبت ولا يتحرى الصدق ولا يتأنى بل شارك في نقلها ولا يدرك أن ناقل الكذب والمروج له، سواء علم أو شك أنه كذب، أو أذاعه من دون تثبت ولا تمحيص هو أحد الكاذبين لأنه معين على

(1) أسامة غازي المدني: شبكات التواصل الإجتماعي وتشكيل الرأي، مجلة الآداب والعلوم الإنسانية، جامعة أم القرى، تمون، 2015.

(2) مجموعة باحثين: الشائعات في وسائل التواصل الإجتماعي وتأثيراتها السلبية @available on line

<https://www.sivassa.org/neus/1587.ospt.2020>.

(3) صحيفة الوثام الإلكترونية مركز الملك عبد العزيز للحوار الوطني - 09-29-273343 :www :alweem.com

الشر والعدوان ناشر للإثم والظلم، وفي سنن أبي داوود أن النبي صلى الله عليه وسلم قال «بئس مطية الرجل زعموا» صححه الألباني في تحقق سنن أبي داوود [4972].

وعلى الرغم من فاعلية وسائل التواصل الاجتماعي ودورها الإيجابي في نشر الأخبار وخدمة الجمهور، فإنها تلعب دوراً سلبياً موازياً في نشر الإشاعات والأخبار الكاذبة.

إذ تمثل وسائل التواصل الاجتماعي بطبعها بيئة خصبة لتناقل الأخبار بغض النظر عن صحتها كونها لا تخضع لأي نوع من المسائلة القانونية<sup>(1)</sup>.

### ثانياً: أهداف الإشاعة:

\* بثّ الخوف والرعب والحقد والكراهية والعدوان وزرع بذور الفتنة والشك واليأس والأمل في نفوس الجمهور والمستهدف، وبهذا العبث والنسيج الاجتماعي والتماسك بين أعضاء الفئة المستهدفة.

\* تشويه سمعة وصورة الأفراد والجماعات والمجتمعات والشعوب والدول والقادة، وبهذا تتفكك الوحدة العضوية لهذه الجماعات وتختلق الأفراد الغاضبين المبتعدين عن الجماعة.

\* خلخلة وحدة الصف، وتصبح الفئة المستهدفة على شكل جزر لا علاقة عضوية بينها.

\* تهجير المدنيين عن طريق بثّ الرعب في قلوبهم، وبيدأ الأفراد بالتفكير بالهجرة نحو المجتمعات المستقرة<sup>(2)</sup>.

\* العمل على تكوين الرأي العام أو حبسه أو تعبئته أو تضليله حول موضوع ما يلامس حياة الناس اليومية.

\* خداع العدو وتضليله عن طريق تعمية الأمور عليه.

<sup>(1)</sup> صحيفة الوثام الإلكترونية، مركز الملك عبد العزيز للحوار الوطني، <https://www.alween.com.sa/273343.29-09->

2020,14:15.

<sup>(2)</sup> هباس بن رجاء الحربي: الشائعات ودور وسائل الإعلام في عصر المعلومات، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى،

2013، ص88.

\* العمل على تقوية الروح المعنوية خاصة وقت الأزمات والحروب والكوارث الطبيعية<sup>(1)</sup>

\* 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.

\* 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 إكتشاف الأسرار الحقيقية من الأخبار أو المعلومات الكاذبة<sup>(2)</sup>.

\* 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.<sup>(3)</sup>

\* تستغل الشائعات بعض الظروف (البطالة وارتفاع الأسعار ونقص السلع والمواد التموينية) للتشكيك بالوضع الإقتصادي للمجتمع ككل.<sup>(4)</sup>

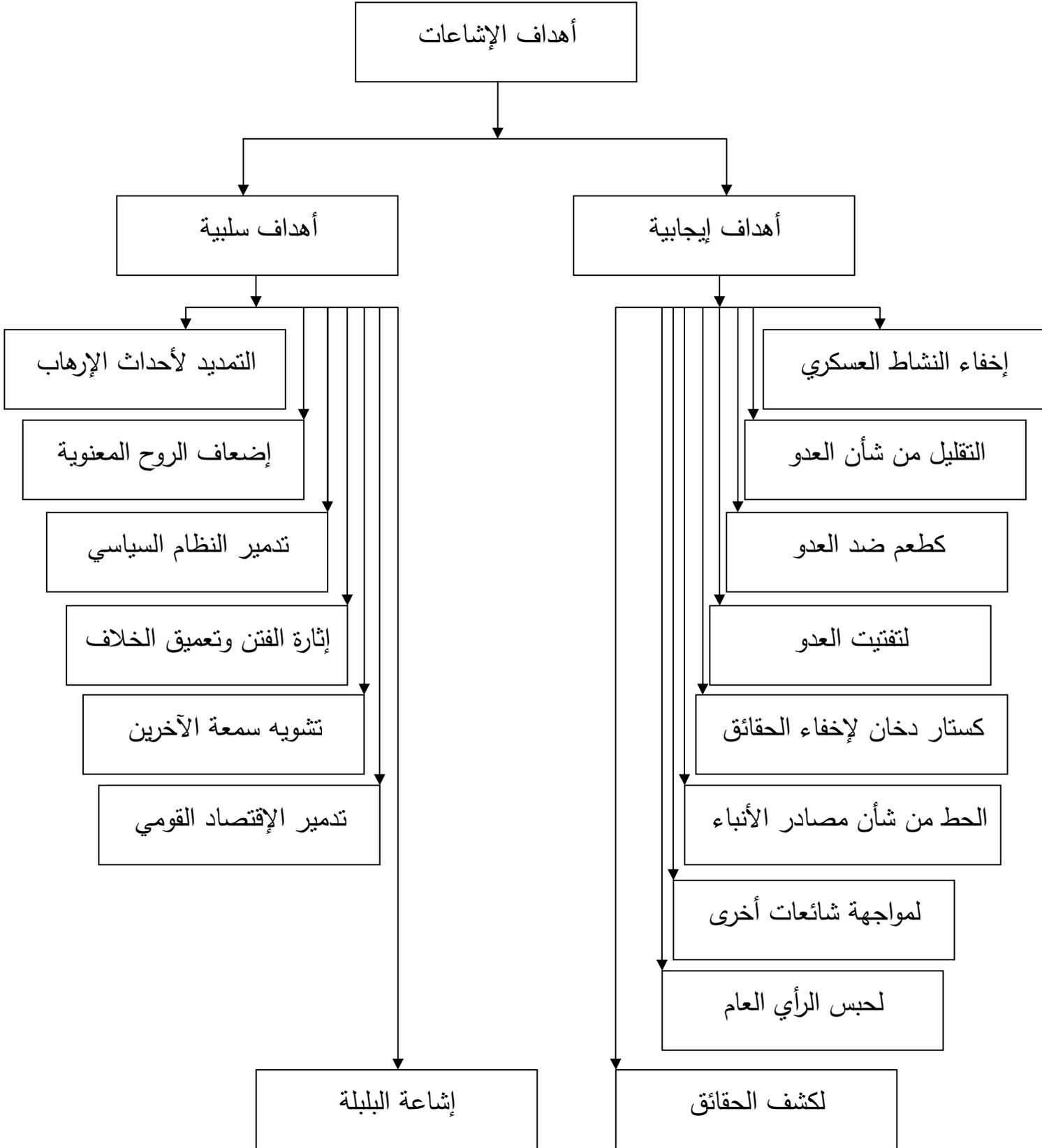
ويرى منير حجاب في كتابه أن هناك أهداف للإشاعة منها سلبية وأخرى إيجابية وقد لخصها في المخطط التالي:

(1) حسين السعيد: سيكولوجية الإشاعة رؤية قرآنية (إشاعة موحية في الحرب النفسية واجندة المواجهة)، دار دجلة، شؤون وموزعون، بغداد، الطبعة الأولى، 2011، ص 28.

(2) محمد منير حجاب: الشائعات وطرق مواجهتها، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007، ص ص 103-104.

(3) ميلود سفاري مراد زعيبي حاتم الصيد: الإشاعة والرأي العام، مؤسسة الزهراء للفنون المطبعية، الخروب، قسنطينة، 2003، ص 61.

(4) نعيمة واكد: مقدمة في علم الإعلام، طاكسيج كوم للدراسات والنشر والتوزيع، الجزائر، 2011، ص 28.



الشكل رقم 01: يبين الأهداف المختلفة للإشاعات (1)

### ثالثاً: خصائص الإشاعة:

حدّد 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 الأقمار الصناعية والانترنت 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. (2)

\* لها أهمية وغامضة.

\* تنفس عن مشاعر مكبوتة.

\* يجب أن تكون مشحونة بشحنة انفعالية وجدانية قوية. (3)

\* 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 (4)

(1) محمد منير حجاب: مرجع سابق، ص 100.

(2) محمد منير حجاب: مرجع سابق، ص ص 54-55.

(3) هاني الكايد: الإشاعة المفاهيم والأهداف والآثار، دار الرابية للنشر والتوزيع عمان، الطبعة 1، 2009، ص 67.

(4) حسام اللين مصطفى: الشائعات والرسائل المتسلسلة، البناء واستراتيجيات التعدي مجلة دراسات إعلامية، مجلة نصف سنوية،

علمية ثقافية محكمة، جامعة إفريقيا العالمية، العدد الثاني، ربيع الأول 1438، يناير، 2017، ص ص 5-6.

## رابعاً: مراحل إنتشار الإشاعة:

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

## 1- مرحلة الولادة: Brith

وتتسم بأنها مرحلة إنتاج الإشاعة ومرحلة العرض والطلب، في هذه المرحلة يقوم العدو أو الطابور الخامس من منافقين ومخبرين وحاقدين وعملاء 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<sup>(1)</sup>.

ففي الوقت الذي يطلب الناس المعلومات التي تساعدهم على تفسير ما يجري حولهم في السلم والحرب ولا يجدونها يقوم مطلقو ومنتجو ومروجو الإشاعات بتزويدهم بمعلومات تلبي رغبتهم وتفك الغموض وتقدم لهم ما يبدو أنه المجهول الذي يؤرقهم<sup>(2)</sup>.

## 2- مرحلة المغامرة أو المجازفة: Adventure

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

(1) حسين السعيد: مرجع سابق، ص 22.

(2) محمد عويضة: علم الذّفس الإشاعة، دار الكتب العلمية، بيروت، 1996،

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

## 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<sup>(1)</sup>.

وسنوضح ذلك لاحقا من خلال الأمثلة التي سنتناولها على أنواع الإشاعات، وفي تحليل الإشاعة قام علماء العلوم الاجتماعية 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 الانتشار، وتتغير وتتجدد هذه الفيروسات وتطور لتتناسب أوضاعا جديدة، مثلها مثل فيروس الأنفلونزا الذي يعيش طورا جديدا كل موسم، أما بالنسبة لعمر الإشاعة فقد أشاروا بأن بعض الإشاعات قد عاش لعدة قرون.<sup>(2)</sup>

ومن الإشاعات الساطعة على هذا المجال الإسرائيلية 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 إتياع الظن وما قتلوه يقينا بل رفعه الله إليه وكان الله عزيزا حكيما»<sup>(3)</sup>.

(1) حسين السعيد: مرجع سابق، ص 22.

(2) هباس بن رجاء الحربي: مرجع سابق، ص 94.

(3) القرآن الكريم.

## خامسا: أنواع الإشاعة:

تتعدد أنواع الإشاعة، حيث صنفها العلماء إلى أنواع منها:

- 1- **الإشاعة الصادقة (الحقيقية):** وهي ذات مصدر موثوق وحقيقة مؤكدة تقال لاستبان تأثير الخبر على سامعه ويتم على ضوءه إستنتاج ما يحتاجه ذلك الموضوع من تعديلات وتغيرات قبل إلزام تنفيذه أو تطبيقه<sup>(1)</sup>
- 2- **إشاعة الرعب:** الإشاعات التي تستهدف بث الخوف في نفوس الجنود أو المذنبين أيام الحروب، بحيث يدفعهم بث تلك الشائعات إلى الهروب أو اليأس أو التسليم ومنها كذلك إشاعة الكراهية في المجتمع.
- 3- **إشاعة الأوبئة والأمراض:** وانتشارها وخطورتها وتخويف الناس منها ومن استعمالات بعض الأشياء في الحياة أو الإشاعة التي تتعلق بأضرار سلعة ما والإشاعات التي تنتشر عن حدوث زلازل أو كوارث بيئية إلى غير ذلك مما يثير البلبلة والفرع<sup>(2)</sup>.
- 4- **الإشاعة التعبيرية:** التي يعرّ بها الأفراد عن أنفسهم ومدى شعورهم اتجاه الآخر أو الأزمة ( فيمزج أمنياته وأحلامه بإطلاق قول ويتخلى أنه حدث بالفعل) ويطلقه وكأنه حقيقة حدثت فيرتاح وقد يحدث ذلك بسبب أنه يجهل تماما أية معلومات حول المشكلة فيريد أن يصور لنفسه أن كل شيء رائع ويدعم الصورة الذهنية لنفسه ولجماعته ولكافة ما ينتمي إليه حتى يحمي نفسه لا إراديا من الشعور بالخطر الذي قد يهدده<sup>(3)</sup>.
- 5- **إشاعة العنف:** هي التي تروج أثناء الكوارث والإنهزامات أو الإنتصارات الباهرة من صفاتها أنها تنتشر بين الأعداء بسرعة كبيرة على انفعالات قوية "غضب

(1) هاني الكايد: مرجع سابق، ص55.

(2) أعمال ندوة، أساليب مواجهة الشائعات، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، ط1، 2001، ص 11-12.

(3) عزام محمد الجويلي: دور وسائل الإعلام في نشر الشائعات، مكتبة الوفاء القانونية، القاهرة، ط1، 2014، ص 243.

حزن، فرح" وهذا النوع من الشائعات يعتمد على نشر أكذوبة قوية مخيفة تدفع فئة ما أو حتى كلّ الفئات إلى الغضب والثورة والإندفاع إلى التدمير<sup>(1)</sup>.

6- **الإشاعة الزاحفة:** وهي التي تروج ببطء ويتناقلها الناس همسا وبطريقة سرّية تنتهي في آخر المر إلى أن يعرفها الجميع ويتضمن هذا النوع القصص الزائفة التي تروج لعرقلة أي تقدم إقتصادي أو سياسي أو إجتماعي<sup>(2)</sup>. والغرض الرئيسي للإشاعة الزاحفة، هو توجيه الفكر العام نحو أمر بعينه، أو فكرة بذاتها، بحيث تقر في القلوب والنفوس، وتصبح قادرة على تحطيم الروح المعنوية أو سلب الإدارة العامة، عندما تحين لحظات المواجهات وأشهر ما عرف من الإشاعات الزاحفة، هو فكرة قوة الجيش الإسرائيلي، ومناعته، وفكرة أنه غير قابل للهزيمة<sup>(3)</sup>.

7- **شائعات الأحلام والأمانى:** وهي تنتشر بين الناس لأنّ لهم حاجات ورغبات وآمال فيها وهي عبارة عن تنفيس لهذه الحاجات والآمال والرغبات<sup>(4)</sup>.

#### سادسا: أسباب إطلاق الإشاعة:

- **العدوانية:** تجاه الشخص (أو الجماعة) المستهدف بالإشاعة، وذلك لتشويه السمعة أو تغيير موقف الناس منه (منها)، أو إثارة الخوف وهذا يحدث كثيرا اتجاه الأشخاص أو الجماعات ذات الأهمية والشهرة حين تطلق عليهم الشائعات<sup>(5)</sup>.

- **الإسقاط:** يسقط مروج الشائعات ما يضره في نفسه على شخص آخر أو أشخاص آخرين، كالخوف والإهمال وميول للكذب أو الخيانة أو الرشوة أو التضليل، فيسقطه على الآخرين.

(1) عدنان زهران: الإشاعة أداة حرب على الإسلام والمسلمين (مفتاح الحرب والإسلام)، دار زهدان، عمان، دط، 2006، ص 23-

24.

(2) محمد بن دغش سعيد القحطاني: الإشاعة وأثارها على أمرالمجتمع، دار طريق للنشر والتوزيع، الرياض، ط1، 1997، ص36.

(3) هاني الكيد: مرجع سابق، ص 23-24.

(4) كامل خو رشيد مرادمدخل إلى الرأي العام، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2011، ص139.

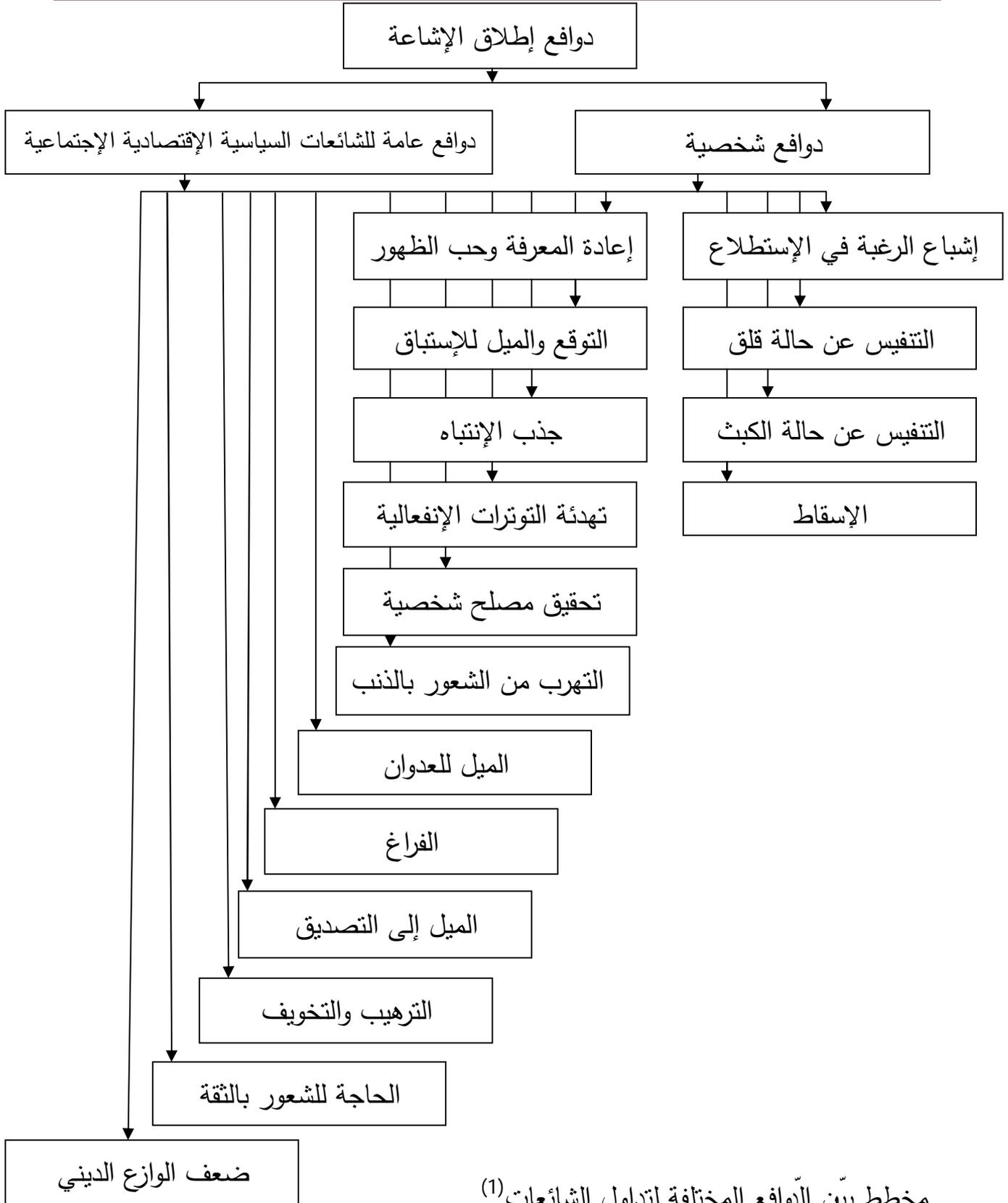
(5) جميل خليل محمددور الإعلام في نشر الشائعات، دار المعتز للنشر والتوزيع، الرذن، ط 1، 2014، ص 127.

- **التنبؤ:** تشير الشائعة إلى احتمالات مستقبلية يعتقد مروج الشائعة فيقرب حدوثها، وهو يهيئ الناس والظروف لإستقبالها<sup>(1)</sup>.
  - **جذب الإنتباه:** يرتبط هذا الدافع لنشر الشائعات بدافع حب الظهور وادعاء المعرفة والعلم فجذب الإنتباه هنا يتحقق لمروج الشائعة لأنه يعرف ما لا نعرفه ويزيد من شعوره بأهمية ذاته، فالشخص وهو آخذ في سرد قصته يكون طوال ذلك الوقت مهيمنا على مسمعيه، كما أن مردد الشائعة يمكن أن يتيح لنفسه مشاعر المغدق على صديق شغوف يتذوق الفضائح أو الأفاصيص المفعمة بالخبث والمصائب أضف إلى ذلك أن الشخص يمكن أن ينقطع به حبل الحديث فيجد ما يلائم أن نملاً الفراغ بترديد ما سمعه منذ لحظات<sup>(2)</sup>.
  - **إشاعة الطمأنينة بالنفس:** ويهدف مروج الشائعات بترديدها بهدف إشراك غيره في حمل العبء واكتساب عطف الآخرين.
  - **إستعمال الإسقاط النفسي:** حين يشعر الشخص بالخوف من حدث معين يحاول من خلاله تناقل الشائعة بخصوص نفس الموضوع للسيطرة على مخاوفه<sup>(3)</sup>.
- ويرى منير حجاب أن هناك أسباب ودوافع إطلاق الإشاعة منها الشخصية والعامة ولفضها في المخطط الثاني:

(1) غرام محمد الجويلي: مرجع سابق، ص 144.

(2) محمد منير حجاب: مرجع سابق، ص 71.

(3) حسين دبي الزويتتي: الحرب الإعلامية، دار أسامة للنشر والتوزيع، الردن، ط 1، 2015، ص 82.



مخطط يبيّن الدوافع المختلفة لتداول الشائعات<sup>(1)</sup>

<sup>(1)</sup> محمد منير حجاب: مرجع سابق، ص 63.

## سابعاً: 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 تنتشر عن طريق أفراد الشعب، فهي تعيش عليه ولم تصدر أصلاً إلاّ لتمس موضوعاً ذا أهمية يتعلق 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 ترويح 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<sup>(1)</sup>.

\* النيل من أخلاق المجتمع ومحاولة إفسادها مما يؤدي إلى إنهيارها وتلاشيها<sup>(2)</sup>.

\* 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 والنّول وذلك عن طريق ما يعرف بشائعات الكراهية<sup>(3)</sup>.

\* 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<sup>(4)</sup>.

(1) أحمد نوفل للحرب النفسية، دار الفرقان للنشر والتوزيع، عمان، الردين، الطبعة الأولى، 1989، ص 07.

(2) مطلوع ضياء الدين والعمرى عبد الله: تقنيات الإتصال والإعلام وأثارها 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.

\* سريان الشائعات في أوساط المجتمع يؤدي إلى حالة من الخوف والإرباك، خاصة عندما لا يكون للأفراد تجارب حياتية ولو بعدها الأدنى، ويعبرون عن الخوف بأساليب متعددة لعدم معرفتهم بأساليبه ومصادره ويتزامن معه زيادة القابلية الشديدة لتقبل الشائعات والإرباك في وسائل الإدراك المعرفي مما سيثبش القدرة على التقدير السليم للأمور والأحداث المحيطة<sup>(1)</sup>.

### ثامنا: قانون الإشاعة:

يذكر الكتاب ومنظرو الشائعات أن هناك قانونا هاما يوضح مدى قوة الإشاعة وشدتها وهذا القانون هو:

#### 1- قانون الأهمية والغموض:

قوة الشائعة = الأهمية X الغموض.

والمقصود بالأهمية: أي أهمية الموضوع الذي تدور حوله الشائعة بالنسبة لمصدرها أو ناقلها أو المستهدف بها.

وأما المقصود بالغموض: هو ما يحيط بموضوع الشائعة وما يكشفها من عدم وضوح إلا أن غياب الوضوح يعني غياب التفسير الدقيق للموضوع<sup>(2)</sup> وهناك عدة عوامل تشكل الغموض لأي موضوع منها:

- 1- عدم توفر معلومات صادقة ورسمية.
- 2- وجود جو يخيم عليه القلق والخوف والرعب.
- 3- التأخير في إتخاذ إجراء سريع حول القضايا الهامة والمستعجلة.

(1) الحنشت، محمود عثمان، إشاعات وكلام الناس، أسرار التكوين فنون المواجهة مكتبة ابن سينا للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، الطبعة الأولى، 1996، ص 27.

(2) عبد الرحيم بن محمد المعزوري: الإشاعة وأثارها في المجتمع، دراسة وصفية تحليلية، المدينة المنورة، الجامعة الإسلامية بالمدينة المنورة، 2010، ص 87.

4- دعم السيطرة على الأمور خاصة وقت الأزمات والكوارث<sup>(1)</sup>.

فالعلاقة بين الأهمية والغموض ليست علاقة إضافية وإنما تضاعفية بمعنى أنه إذا كانت الأهمية صفراً وإذا كان الغموض صفراً لن تكون هناك إشاعة<sup>(2)</sup>.

## 2- قانون الشكل:

تزداد فرص إنتشار الشائعات كلما كانت من ناحية الشكل والصياغة على درجة واضحة من الإنسجام والتوافق.

## 3- قانون الوسط:

تزداد سرعة إنتقال الإشاعة كلما زاد إستعداد الوسط (المجتمع) وقابليته لذلك، ويرتبط هذا بخواصه البنائية من حيث نوع العلاقة السائدة.

## 4- قانون المحتوى البسيط:

تنتشر الإشاعة بسرعة كلما كان محتواها يتكوّن من عدد قليل من العناصر أي المعلومات.

## 5- قانون التعبير:

تزداد درجة إنتشار الشائعات التي تعبر عن رمز إجتماعي أو موضوع برغبة أو برهبة أعضاء الجماعة، أي بمعنى آخر أن درجة إنتشار الإشاعة يتناسب طردياً مع شدة العملية النفسية أو الإجتماعية التي تكمن خلفها<sup>(3)</sup>.

(1) أبو عرقوب إبراهيم: الشائعات في عصر المعلومات، مركز نايف للدراسات والأبحاث، الرياض، 2003، ص 81.

(2) علي سلطاني العاتري: الشائعة من منظور الإعلام الإسلامي، دار الروافد الثقافية ناشرون بيروت، الطبعة الأولى، 2015.

(3) جابر نصر الدين: فلهيم أساسية في علم النفس الإجتماعي، مخبر التطبيقات النفسية والتربوية، جامعة منتوري قسنطينة، الطبعة الثانية، 2006، ص ص 144-145.

## تاسعا: طرق وأساليب مواجهة الإشاعة:

\* اليقظة للشائعات في أوقات الأزمات والحروب والحوادث والصعوبات وفترات التحول الاجتماعي.

\* تربية النشئ على التفكير النقدي الذي يحصص الأمور قبل أن يصدقها أو يقبلها أو يرفضها<sup>(1)</sup>.

\* 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 ومصادرها.

\* 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<sup>(2)</sup>.

\* 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.

(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 الأبحاث والبحوث، قسم الندوات واللقاءات العلمية جيبوتي، 2010، ص 23-24.

\* التجاهل أحد أساليب مواجهة الشائعة الإهمال والتجاهل والبحث أولاً عن جوانب الثقة في المصدر 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<sup>(1)</sup>.

\* التثبث من صحة المعلومات الواردة: إنَّ التثبث أو التثبيت من مصدر الإشاعة يعتبر خطوة مهمة في السيطرة على الإشاعة ومقاومتها، ويعتبر معرفة مصدر الإشاعة مهما للتبين من مدى صحتها أو زيفها وهذا يدلنا على النواضع الكامنة من وراء تلك الإشاعة<sup>(2)</sup>.

\* قتل الإشاعة بإشاعة أكبر منها حجماً وأشد أثراً 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<sup>(3)</sup>.

\* توفير عنصر الثقة وذلك خاصة في البلاغات الرسمية.

\* إستعمال المعارضة حيث يمكن للرئيس أو المدير أو مسؤول المؤسسة محاربة الإشاعة بتهيئة الجو وتفادي الصّواع من خلال إعطاء فرص للمعارضة أو للنقابة للتعبير عما يشعرون به الأفراد بصورة علنية<sup>(4)</sup>.

## 1-2 الإشاعة ومواقع التواصل الإجتماعي:

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

(1) محمد منير حجاب: مرجع سابق، ص 250-251-252.

(2) هباس بن رجاء الحربي: مرجع سبق ذكره، ص 98.

(3) عزام محمد الجويلي: مرجع سابق، ص 245.

(4) جابر نصر الدين ولوليا الهاشمي: مرجع سابق، ص 146.

## أولاً: الإشاعة الإلكترونية:

تتمثّل 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<sup>(1)</sup>.

لهذا تأخذ الإشاعة الإلكترونية شكلاً يختلف نوعاً ما عن الإشاعة التقليدية هذا الشكل تكون نتيجة لما للشبكات الاجتماعية من سمات وخصائص.

## ثانياً: خصائص الإشاعة الإلكترونية:

\* **السرعة:** حيث أنها تستغرق وقتاً قصيراً 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<sup>(2)</sup>.

\* **تخطي حدود المكان:** جرت العادة بأن الشائعات المعنادة تروج في مدينة معينة وبعد فترة وعلى حسب أهمية الإشاعة قد تنتقل 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

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

(2) ذياب موسى البداينة: استخدام التقنيات الحديثة في الشائعات (أعمال ندوة أساليب مواجهة الشائعات-أكاديمية نايف للتربية للعلوم المنية-الرياضة) 2001، ص 67.

ودقة أما في شائعة الأنترنت فمن الممكن التتبع الإلكتروني لمصدر الشائعة من دون التأثير بنسيان الناقلين أو تزييفهم لأن الأمر يتم بطريقة الكترونية ومن الممكن وضع اليد على الرسائل ومصادرها<sup>(1)</sup>.

### ثالثا: أمثلة عن الإشاعة الإلكترونية:

لا يمكن فهم ازدهار تجارة التضليل وتسويق الإشاعة في الجزائر باعتبارها من أكثر الدول العربية تعرضا لهذه الموجات، اليوم مع إنتشار وباء كورونا، إلا بربطها بالقتال التي رافقت أكثر من عام من عمر الحراك الشعبي، الذي شهد بدوره كما هائلا 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 هائلا 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 الفاييس بوك.

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 بأم أعينهم، وأن السلطات تتحفظ على الاعتراف بها.

(1) محمد منير حجاب: مرجع سابق، ص 123.

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

#### رابعاً: 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 تدرجياً من الناحية النظرية وذلك مع تطوّر وانتشار وسائل الإتصال بشكل كبير، إذ لم يبقى 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<sup>(1)</sup>.

**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 المصادقية في الأخبار المعلنة والتصريحات الرسمية وتناقض بعضها مع الواقع.

**الثاني:** الرغبة الكبيرة لدى الناس في معرفة الكثير من الأحداث، المجهولة لديهم<sup>(2)</sup>.

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<sup>(1)</sup>.

(1) وديع محمد العزيمي: الإشاعات وشبكات التواصل الاجتماعي المخاطر وسبل المواجهة، مجلة الإعلام والعلوم الاجتماعية للأبحاث التخصصية، العدد 3، 2016، ص 37.

(2) تركي بن عبد العزيز السديري: توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية المنية ضد خطر الشائعات (رسالة ماجستير) جامعة نايف العربية للعلوم المنية الرياض، المملكة العربية السعودية، 2014، ص 29.

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

كما أن الشائعة على شبكات التواصل الاجتماعي تنتقي مادتها وأدواتها من مصادر أثري بكثير من حيث المحتوى عكس الشائعة التقليدية، من مصادر أثري بكثير من حيث المحتوى عكس الشائعة التقليدية، والشائعة على الشبكات الإجتماعية تعو عن محتواها بالّص المكتوب والمنطوق والصوت والرّسوم المتحركة والفيديو أحيانا<sup>(2)</sup>.

توجد عدّة 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 التّعرف على شخصية مطلق الإشاعة على وجه التحديد، إذ أن إنتشار الشائعات يعد من أخطر سلبيات شبكات التواصل الاجتماعي لاسيما في أوقات الأزمات الامنية أو السياسية أو الإقتصادية وفي ظل غياب دور<sup>(3)</sup> وسائل الإعلام الأخرى في تغطية تلك الأزمات ورغبة الجمهور في معرفة التفاصيل والتطّورات التي تحدث بإستمرار<sup>(4)</sup>.

ويمكن تصنيف الشائعات عبر شبكات التّواصل الاجتماعي من حيث أهداف نشرها إلى قسمين:

(1) تركي بن عبد العزيز السديري: مرجع سابق، ص 29.

(2) هباس بن رجاء الحربي: مرجع سابق، ص 114.

(3) رائد حزام الكرناف: تصوّر إستراتيجي لمكافحة الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي بالمملكة العربية السعودية (تويتر نموذجا)

رسالة ماجستير غير منشورة جامعة نايف العربية للعلوم المنية، الرياض، المملكة العربية السعودية، 2014، ص 75.

(4) رائد حزام الكرناف: مرجع سابق، ص 75.

**\* 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 تجارياً بحثاً ، يسعى لزيادة الإقبال على منتج معين عن طريق استخدام الإشاعة كآلية 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 الاقتباس المخل بالمعنى<sup>(1)</sup>.

وتطوّرت الدكتورة "شريفة سوار" إستشاري في علم السلوك النفسي على أن المروج للشائعات يعتمد على بساطة تفكير المجتمع الطيب عن طريق حجب المعلومات الصحيحة والترويج لما هو في مصلحته الشخصية وزعزعة ثقة الناس في الشخص المراد تحطيمه لتجريده من حب الناس واتفاق المجتمع حوله كشخصية بارزة، وشغل الرأي العام بمواضيع تافهة واغرائهم بما لا يفيدهم عن موضوعات مهمة<sup>(2)</sup>.

وتعتبر الشائعات من أساليب إثارة الرعب بين الناس مثل ترويج إنتشار مرض ما أو جرثومة ما في نفسية الناس ومن لا يهتم بصحته ويخاف عليها<sup>(3)</sup>.

(1) <http://ijnet.org/ar/blog/198550.09/08/2020.11:04>.

(2) <http://www.abriyadh.com104680.09/08/2020.11:10>

(3) <http://www.abriyadb.com104680.09/08/2020.10:30>.

كشفت دراسة أمريكية أنّ عددا كبيرا من وسائل الإعلام الإلكترونية تفتقد إلى الدقة وتساهم في نشر شائعات مؤكدة أنه ليس كل ما ينشر على الشبكة يتمتع بالمصداقية.

وقالت الدراسة التي تحمل عنوان "أكاذيب وأكاذيب كريهة ومحتوى ينتشر بسرعة" للباحث لايز دايم لايز.

"أنه بدلا من لعب دور مصدر المعلومات الدقيقة، يساهم عدد كبير من وسائل الإعلام الإلكترونية في التضليل لتحصد مزيدا من الزيارات لموقعها ومن الإهتمام" وأضافت الدراسة التي تمت بإدارة "كريغ سيلفرمان" في معهد "تاو للصحافة الرقمية" في جامعة كولومبيا أنّ وسائل الإعلام اضطرت لمعالجة الأخبار لم يتم التحقق من صحتها لكن بعضها شرعت في نشر أخبار كاذبة، وتابعت الدراسة نفسها أنّ عددا كبيرا من المواقع لا يتحقق من صحة المعلومات التي يقوم بنشرها وبدلا من ذلك يقوم بربطه بوسيلة إعلام أخرى تشير هي نفسها إلى وسائل أخرى.

وقال سيلفرمان "لوكالة فرانس برس" إنّ المعلومات الكاذبة تثير في اغلب الأحيان إهتماما أكبر من الأخبار الصحيحة، لذلك تنتشر أوسع<sup>(1)</sup>.

(1) <http://www.alayam.com>. 15/08/2020. 16 :00.

## الفصل الرابع:

### النظريات المفسرة للدراسة

**تمهيد**

تعد النظرية قالب فكري منظم يبدأ بمجموعة من التخيلات والتي تسمى بالفروض العلمية، حيث تقوم بربط مجموعة من التغيرات وتساعد الباحث على تفسير العلاقة بين هذه المتغيرات تفسيراً منهجياً<sup>(1)</sup>.

فالنظريات تكتسي أهمية كبيرة في البحث العلمي وتعد مرحلة ضرورية لا يمكن الإستغناء عنها حيث تساعد الباحث على تنظيم الوقائع وبناء الفرضيات و الوصول الى النتائج<sup>(2)</sup>.

وحتى لا تتطلق دراستنا من فراغ، نعتقد أنه من الأنسب أن نستند على نظريات محددة، باعتبار أن موضوعنا حول دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الإشاعات فإننا رأينا أنه من الأنسب الإعتماد على نظرية البنائية الوظيفية، نظرية الاستخدامات و الإشاعات، نظرية الإعتماد على وسائل الإعلام ونظرية الأجندة، آملين في الوصول الى نتائج أكثر شمولاً وخدمة للموضوع.

**1- النظرية الكلاسيكية:****أ) نظرية البنائية الوظيفية:**

تعتبر البنائية الوظيفية من أبرز وأهم النظريات في علم الاجتماع، ويتم الإعتماد عليها بكثرة في دراسة مختلف وسائل الإعلام والآثار الناجمة عنها، سواء كانت إيجابية أم سلبية على الفرد او المجتمع او كليهما، اذ تشير البنائية الوظيفية الى تحديد عناصر التنظيم والعلاقات التي تقوم بين هذه العناصر والوظيفة تحدد الأدوار التي يقوم بها كل عنصر في علاقته بالتنظيم الكلي، وهو مدى مساهمة العنصر في النشاط الاجتماعي الكلي ويتحقق الثبات والإتزان من خلال توزيع الأدوار على العناصر في شكل متكامل وثابت.

(1) المعجم العربي الأساسي: المنظومة العربية للتربية والثقافة والعلوم، تونس، 1989، ص 206.

(2) عبد الرحيم درويش: مقدمة في علم الإتصال، مكتبة نانسى للنشر والتوزيع، 2015، ص 27.

والتنظيم في رأي هذه النظرية هو غاية في المجتمع حتى يحافظ هذا البناء على إستقراره وتوازنه ولا يسمح بوجود أي خلل في البناء سواء من حيث العلاقات أو الوظائف (1).

وتستمد هذه النظرية أصولها الفكرية العامة من آراء مجموعة كبيرة من علماء الاجتماع التقليديين والمعاصرين، اللذين ظهروا على وجه الخصوص في المجتمعات الغربية الرأسمالية، والتي تركز بصورة عامة على أهمية تحليل البناءات والنظم الاجتماعية ومعرفة دورها الوظيفي وتوجيهها من أجل الحفاظ على النظام العام واستمرارية تطوره وتحديثه في نفس الوقت، وهذا ما تمثل في نظم وأفكار رواد علم الاجتماع الغربيين أمثال "أوغست كونت" و"إميل دوركايم" وأيضا آراء العديد من علماء الاجتماع الأمريكيين المعاصرين وغيرهم من رواد الجيل الثاني من علماء الاجتماع الرأسماليين اللذين امتدت آرائهم حتى نهاية السبعينات من القرن العشرين (2).

ومن اهم المبادئ التي تركز عليها البنائية الوظيفية:

- 1- المجتمع او الجماعة، أو المؤسسة يمكن تحليلها تحليلا بنيويا وظيفيا الى أجزاء وعناصر أولية.
- 2- الوظائف التي تؤديها الجماعة أو المؤسسة أو يؤديها المجتمع، إنما تشبع حاجات الأفراد المنتمين أو حاجات المؤسسات الأخرى.
- 3- وجود نظام قيمي، او معياري تسيير البنى الهيكلية للمجتمع او المؤسسة في مجاله، فالنظام القيمي هو الذي يقسم العمل على الأفراد، ويحدد واجبات كل فرد وحقوقه (3).

(1) مي عبد الله: نظريات الإتصال، دار النهضة العربية، لبنان، ط1، 2006، ص175.

(2) عبد الرحمان عبدة الله: دراسات سوسيلوجية للإتصال و الإعلام "النشئة، التطور والاتجاهات الحديثة والدراسات الميدانية"، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2002، ص186.

(3) أديب محمد خضور: علم الإجتماع الإعلامي، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، ط2015، ص1، ص57.

\*استخدام التحليل الوظيفي في دراسات الإتصال:

ان تماسك واستمرار وسائل الإتصال الجماهيرية في مواجهة تاريخ طويل من الإنتقادات يحتاج الى تفسير، ففي البداية تبدو المشكلة بسيطة بشكل خادع ومظلل، فوسائل الإعلام تثير اعجاب الجماهير وتزيد الجماعة نوع المحتوى الذي يحصلون عليه.

ومن خلال ما ذكر يمكن القول أن العلاقة بين محتوى وسائل الإعلام وذوق الجمهور هي علاقة دائرية، كما هو الحال في مشكلة البيضة والدجاجة.

والتحليل الوظيفي في البنائية الوظيفية يبدأ بمشاهدة الوسيلة الإعلامية بوصفها نظاما إجتماعيا يعمل ضمن نظام خارجي معين (أي مجموعة الظروف الثقافية والإجتماعية).

ويرتكز التحليل الوظيفي على ظاهرة متكررة (مجموعة من السلوك)، ولتكن محتوى الذوق الهابط داخل هذا النظام، ويسعى التحليل الوظيفي الى إيضاح أن لهذه الظاهرة نتائج تساهم في استقرار، وبناء النظم ككل<sup>(1)</sup>.

ومن أهم القضايا التي اهتمت بها النظرية في الجانب الإتصالي:

-يجب دراسة وسائل الإعلام باعتبارها أنساق إجتماعية، والتي تتكون من بناءات structures والوظائف fonction، وهي محددة.

-لوسائل الاعلام اهداف وظيفية محددة تقوم بها المؤسسة والتنظيمات والوسائل المختلفة .

-تحديد العلاقة المتبادلة بين وسائل ونظم الاتصال الجماهيري، وبين بقية النظم والانساق الاجتماعية الأخرى.

-نوعية الاطار الثقافي والاجتماعي، الذي يجب ان يعكس وسائل الاعلام ونوعية المصالح ومحددات النسق الاجتماعي العام.

(1) حسن عماد مكاوي وليلي حسن السيد: مرجع سابق، ص128.

-استخدام الكثير من المفاهيم والمصطلحات التي تعكس الاطار السوسولوجي العام لها مثل المتطلبات الوظيفية وتحقيق الأهداف.<sup>(1)</sup>

### (ب) استخدام النظرية في دراستنا:

تمثل البنائية الوظيفية احدى المنظورات المفسرة لمواقع التواصل الاجتماعي في ظل التغيرات الخاصة في المجتمع عامة، والمجتمع المحلي خاصة، والتي جعلت مواقع التواصل الاجتماعي احدى اهم وسائل الاتصال التي يتواصل الافراد من خلالها، مع الاخرين على اعتبار ان وسائل التواصل نسق اجتماعي او نظام اجتماعي ضروري في المجتمع وبهذا يمكن القول ان المنظور البنائي الوظيفي يساعدنا في دراسة الدور الذي يقوم به مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي من خلال نشر الاشاعات.

## 2- النظريات الحديثة:

### (أ) نظرية الاستخدامات والاشباع:

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 والاشباع 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 وادوار الأفراد لهذه الوسيلة والمضمون والمقدم من خلالهما.<sup>(2)</sup>

ولقد انطلقت هذه النظرية من أبحاث روادها الأوائل، على رأسهم "أرتهايم" الذي يحاول الكشف على الوظائف النفسية التي تؤديها المسلسلات لربات البيوت وكذلك

(1) حسن عماد مكاوي ونبلي حسن السيد: مرجع سابق، ص129.

(2) محمد الفاتح حمدي: استخدامات تكنولوجيا الإتصال والإعلام وانعكاساتها على قيم الشباب الجامعي، مذكرة لنيل شهادة ماجستير، جامعة باتنة، 2008-2009، ص 70.

إسهامات "بيرلسون" الذي استغل اضراب الصحافة من الدوافع التي تجعل الفقراء يفتقدون يوميتهم المعتادة.<sup>(1)</sup>

وعلى هذا الأساس كانت البدايات البحوث الأولى لهذه النظرية من خلال تصنيفات الراديو والصحف، حيث افترضت عالمة الإتصال "هيرت هيونزج" وجود خمسة احتمالات للجمهور من برامج المسابقات وهي تنافسية، تربوية، التقدير الذاتي، الرياضة، واشباعات مستمعي الراديو، ومن ناحية ثانية استنتج الباحث "ستثمان" دوافع الاهتمام بالاستماع الموسيقي والراديو و"لازا سفيلد وولف فيسك" عن تطور الطفل بالفكاهة، بينما "يرلسون" لاحظ استخدامات عديدة للصحيفة من أجل الأخبار وتقاسيم الشؤون العامة.

ومن هذا المنطلق انطلقت هذه النظرية بصورة خاصة على ضوء الأبحاث التي قام بها كل من هيرت وهيونزج عام 1944 والتي هدفت للكشف عن اشباعات الجمهور والرأي وتوصلت إلى إشباع الحاجات العاطفية.<sup>(2)</sup>

وفي عام 1959 تحدث عالم الإتصال المعروف عن ضرورة تغيير الحظ الذي يسير فيه بحوث الاتصال، والتركيز على كيفية تعامل الناس مع وسائل الإعلام بدلا من الحديد عن تأثيراتها على الجمهور، واقترح الباحثين ضرورة التحول إلى دراسة المتغيرات التي تلعب دورا وسيط خلال البحث عن إجابة السؤال: ماذا يفعل الجمهور مع وسائل الإعلام؟

وتواصلت الجهود البحثية في هذا الميدان حتى وصلت إلى حالة من النضج تبلورت من خلالها عناصر هذه النظرية الجديدة وأهدافها وفروضها ليصبح لها فيما بعد تاثير كبير في أولويات بحوث الإعلام.<sup>(3)</sup>

(1) بسام عبد الرحمان المشاقبة نظريات الإتصال، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2015، ص 176.

(2) بسام عبد الرحمان المشاقبة: مرجع سابق، ص 48.

(3) كامل خو رشيد مراد، الإتصال الجماهيري والإعلام، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2011، ص ص 144-145.

## فروض نظرية الاستخدامات والإشباع:

وضع كاتر وزملائه من علماء الاتصال خمسة فروض رئيسية تتعلق بكيفية استخدام الأفراد لوسائل الاتصال والإشباع المحققة التي يسعون إلى تحقيقها وراء هذا الاستخدام وهي:

- إن أعضاء الجمهور مشاركون فعالون في عملية الاتصال الجماهيري، ويستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلي توقعاتهم.
- يعتبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات الذي يدركها أعضاء الجمهور وتتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية.
- إن أعضاء الجمهور هم الذين يختارون الوسائل والمضمون الذي يشبع حاجاتهم وأن وسائل الإعلام تنافس مع مصادر الإشباع الأخرى في تلبية هذه الحاجات<sup>(1)</sup>.

ومع ازدهار صناعة الإعلام اعتمد بعض العاملين في مجال الإعلام على هذه النظرية، لتبرير السياسة الإعلامية التي ينتهجونها، إنتاجاً وممارسة، تقوم هذه النظرية على تفسير سلوك الجمهور، اتجاه وسائل الإعلام على أساس من استخدام الأفراد للوسائل، وما يحققه استخدامهم لها من إشباع نفسي وفكري.

بناء على هذه النظرية فإن اهتمامات أفراد الجمهور وعادات المشاهدة، عندهم والغرض الذي يعوضون أنفسهم لوسائل الإعلام من أجله هو الذي يحدد ما ينتج، أو يعرض في وسائل الإعلام، وأن المؤسسات الإعلامية ووسائل الإعلام لا تعتمد إنتاج وبت مواد إعلامية بعيداً عنها لأنها فقط رغبة المشاهد وميوله الذي يطل على هذا النوع من البرامج ويستخدم وسائل الإعلام للحصول عليها، ليتحقق له الإشباع<sup>(2)</sup>.

(1) بسام عبد الرحمن المشاقبة: مرجع سابق، ص 146.

(2) منتصر حاتم حسين، إيديولوجيات الإعلام الإسلامي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2011، ص ص 145-146.

### تطبيق نظرية الاستخدامات والاشباع في الدراسة:

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

### ب) نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

#### مفهوم النظرية:

من خلال إسم النظرية يتضح مفهومها هو الاعتماد المتبادل لوسائل الإعلام والنظم الاجتماعية والجمهور إذ يعتمد الأفراد في تحقيق أهدافهم على مصادر المعلومات المنحدرة من جمع المعلومات ومعالجتها ونشرها وبين "دي فلور" و"ساندرايول" أن المعلومات متاحة في كل الوسائل الإعلامية تركز هذه النظرية على أن استخدامنا لوسائل الإعلام لا يأتي بمعزل عن التأثيرات التي يحدثها النظام الاجتماعي الذي نعيش فيه نحن ووسائل الإتصال والطريقة التي نستخدم بها وسائل الإتصال والطريقة التي تتفاعل بها مع تلك الوسائل فتتأثر بها. نتلقاه من المجتمع، وهذا يشمل كل ما نتعلمه من وسائل الإتصال، كما تتأثر أيضا بما يمكن أن يحدث في الوقت الذي نتعامل فيه مع تلك الوسائل.<sup>(1)</sup>

ومن الأهداف الرئيسية لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام الكشف عن الأسباب التي تجعل لوسائل الإعلام آثار قوية ومباشرة على المتلقين، وفي أحيان أخرى لها تأثيرات غير مباشرة وضعيفة نوعا ما.<sup>(2)</sup>

(1) إسماعيل محمود حسن: مبادئ علم الإتصالونظريات التأثير، دار العالمية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003، ص 278.

(2) مكاوي حسن عماد، والسيد ليلي حسين: مرجع سابق، ص 313.

**فرضيات النظرية:** يوجد لنظرية الإعتماد على وسائل الإعلام فرضيات عدّة منها:

- يتراوح تأثير وسائل الإتصال بين القوّة والضعف تبعاً للظروف المحيطة والخبرات السابقة<sup>(1)</sup>.
- يعد نظام وسائل الإتصال عاملاً مؤثراً في النسق الإجتماعي، ولهذا النظام علاقة بالأفراد والجماعات والنظم الإجتماعية الأخرى.
- استخدام وسائل الإعلام لا يحدث بمعزل عن تأثير النظام الإجتماعي، الذي يكون فيه الجمهور ووسائل الإتصال.
- استخدام الجمهور لوسائل الإعلام وتفاعله معها يتأثران بما يتعلمه الفرد من المجتمع ومن وسائل الإعلام ويتأثر الفرد بما يحدث نتيجة تعرضه لوسائل الإعلام.

#### آثار الإعتماد على وسائل الإعلام:

ترى هذه النظرية أن وسائل الإعلام تقوم بتحقيق ثلاثة تأثيرات من خلال إعتماد الناس عليها وهي:

- الآثار المعرفية: **cognitive effects** تشمل الآثار المعرفية لوسائل الإعلام على الغموض، وتكوين الإتجاهات، وترتيب الأولويات، واتساع المعتقدات والقيم.
- الآثار الوجدانية: **affective effects**: إنّ المقصود بالآثار الوجدانية هي المشاعر مثل الفتور العاطفي، الخوف، القلق والدعم المعنوي.
- الآثار السلوكية: **behavioral effects**: تنحصر الآثار السلوكية لإعتماد الفرد على وسائل الإعلام في سلوكين أساسيين هما التنشيط والخمول<sup>(2)</sup>

(1) كنعان علي: نظريات الإتصال، دار اليازوري، عمان، 2014، ص ص 128-129.

(2) كنعان علي: مرجع سابق، ص ص 128-129.

### تطبيق نظرية الإعتماد على وسائل الإعلام في دراستنا:

نرى أن هذه النظرية من خلال فرضيتها وتأثيراتها تتفق مع دراستنا، إذ تستطيع شبكات التواصل الاجتماعي ومن خلال ما تنشره من المعلومات والأخبار والتي يكون فيها لعدد من الإشاعات تأثيرا في اتجاهات الجمهور، وكذلك إعتماد الكثير من أفراد المجتمع على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات جعلها مصدرا للإشاعات.

### ج) نظرية ترتيب الأولويات: وضع الأجندة:

1- مفهوم النظرية: هي عبارة عن عملية إتصال جماهيري يتفاعل أطرافها من خلال سياق مجتمعي معين بهدف وضع ترتيب الأولويات والإهتمام بقضايا وأحداث معينة أو بأفكار وشخصيات ما أو بمؤسسات أو بقيم إجتماعية<sup>(1)</sup>

كما أنها تتمثل في أن القائم بالإتصال يحاول أن يرتب إهتمامات الجمهور وفق القضايا التي تتناسب الفردية أو بما يوافق إديولوجيا المؤسسة الإعلامية ويتلخص المعنى الكلي لهذه النظرية في أن وسائل الإعلام هي التي تحدد إهتمامات الجمهور، بمعنى أن هذه الوسائل عندما تهتم بموضوع معين أو قضية معينة فإن الجمهور يصبح أكثر إهتماما بهذا الموضوع أو تلك القضية<sup>(2)</sup>.

تقوم هذه النظرية على أن وسائل الإعلام تتجح بكفاءة في تعريف الناس فيما يفكرون ذلك لأن لها تأثيرات كبيرة في تركيز إنتباه الجمهور نحو الإهتمام بموضوعات ما أو أحداث وقضايا بذاتها فالجمهور لا يعلم من وسائل الإعلام من هذه الموضوعات فحسب، بل يعرف كذلك ترتيب أهميتها فهناك علاقة إرتباطية إيجابية قوية بين أهمية الموضوع في وسائل الإعلام وأهميته لدى الجمهور<sup>(3)</sup>.

(1) إسماعيل محمود حسن مبادئ علم الإتصال ونظريات التأثير، الدار العالمية للنشر والتوزيع، مصر، ط1، 2003، ص ص 272-273.

(2) محمد بن سعود البشر: نظريات التأثير الإعلامي، دار العبيكان، الرياض، ط1، 2014، ص 105.

(3) نسرين حسونة: نظريات الإعلام والإتصال، شبكة الالوكة، 2015، ص ص 7-8.

2-فروض النظرية: إنّ الوظيفة الأساسية لوسائل الإتصال فيما يجب أن يفكر الجمهور وليس كيف يفكر.

### الأنواع البحثية لقياس ترتيب الأولويات:

أ- قياس أولويات إهتمام الجمهور ووسائل الإتصال والإعلام اعتماداً على<sup>(1)</sup> المعلومات التي تجمع بواسطة المسح الإجتماعي وتحليل المضمون.

ب- التركيز على مجموعة من الملفات والقضايا ولكن مع نقل وحدة التحليل من المستوى الكلي إلى الفردي.

ج- دراسة قضية واحدة في وسائل الإتصال والإعلام عند الجمهور في فترتين زمنيتين مختلفتين.

د- دراسة قضية واحدة مع الإنطلاق من الفرد كوحدة للتحليل<sup>(2)</sup>.

والفكرة الأساسية لهذه النظرية هي أنّ هناك علاقة وثيقة بين الطريقة التي تعرض بها وسائل الإعلام الإخبارية الموضوعات في أثناء حملة إنتخابية وبين ترتيب أهمية هذه الموضوعات كما يراها هؤلاء الذين يتابعون الأخبار<sup>(3)</sup>

**العوامل المؤثرة في وضع الأولويات:** يتأثر ترتيب الأولويات بمجموعة من المتغيرات الخاصة بطبيعة القضايا من حيث هي ملموسة أم مجردة. ودرجة فضول الجمهور نحو القضايا وأهمية القضايا والخصائص الديمغرافية للجمهور، ومدى إستخدام الإتصال المباشر لأحداث التأثيرات<sup>(4)</sup>

(1) بسام عبد الرحمان المشاقبة: مرجع سابق، ص 187-188.

(2) بسام عبد الرحمان المشاقبة: مرجع سابق، ص 187-188.

(3) مصطفى يوسف كافي: الرأي العام ونظريات الإتصال، دار الحامد، الأردن، الطبعة 1، 2015، ص 223.

(4) حسن عماد مكايوي، ليلى حسين السيد: مرجع سابق، ص 223.

## إجابيات النظرية:

إنّ نظرية الأجندة تمكن من معرفة طلبة الجامعات الحصول على المعلومات من الأنترنت وتساعد على زيادة المعلومات العلمية والإعلامية والإسهام في عمليات البحث العلمي لإحتوائها على الكثير من المعلومات والمعارف المتنوعة مما يجعل الجمهور يعتمد على الأنترنت كلياً أو جزئياً.<sup>(1)</sup>

## إستخدام نظرية وضع الأجندة في دراستنا:

إنّ إعتقاد هذه النظرية ليس بالصدفة أو عن طريق الإختيار العشوائي بل إنّها تنطبق مع موضوع دراستنا، حيث أنّ نظرية الأجندة تنطلق من فرض أنّ وسائل الإتصال الجماهيري هي التي تحدّد الأولويات التي تتناولها الأخبار والتي تعطي أهمية خاصة لهذا الموضوع، ولعل أنّ مواقع التواصل الإجتماعي من أهم وسائل الإتصال الجماهيري إنتشاراً وذلك لبساطتها وسهولة التنقل بها، واستخدامها، ومع ظهور ما يسمى بالإعلام الجديد أصبح هناك مجتمع إفتراضي على شبكة الأنترنت الذي يستطيع بواسطة مواقع التواصل الإجتماعي التي تعتبر فعالة في نقل الأحداث بشكل آني وبسهولة أن ينشر الإشاعة ويروج لها وفق مصالحه.

(1) بسام عبد الرحمان المشاقبة: مرجع سابق، ص ص 94-95.

## الفصل الخامس:

إجراءات الدراسة الميدانية

والدراسة النقدية

**أولاً: إجراءات الدراسة الميدانية**

لكل دراسة حدود ومجالات ولابد من إبرازها وتتوقف هذه الدراسة على ثلاث مجالات أساسية هي:

**1-المجال المكاني:**

ويقصد به المكان الذي من المفروض ان تجرى فيه الدراسة حيث لم يتم إجراء دراستنا في جامعة جيجل القطب الجامعي تاسوست، التابع لبلدية الأمير عبد القادر ولاية جيجل والذي يضم أربع كليات وهي كالتالي:

- كلية الآداب واللغات الأجنبية.
- كلية الحقوق والعلوم السياسية.
- كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير.
- كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية.

ومن بين هذه الكليات الربعة اخترنا كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بالقطب الجامعي تاسوست وقد قمنا بإختيار هذه الكلية دون غيرها بحكم أننا ندرس بهذه الكلية وهذا ما يسمح لنا بالإحتكاك بمجتمع دراستنا إلا أن ذلك لم يكتمل.

**2-المجال البشري:**

تمثلت الحدود البشرية لدراستنا في الطلبة الذين يدرسون في كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة جيجل قطب تاسوست.

**3-المجال الزمني:**

يقصد به المدة الزمنية التي إستغرقتها الدراسة.

مرّت دراستنا بَعثة محطات كانت كالآتي:

إعداد الجانب المنهجي للدراسة إبتداء من شهر جانفي إلى شهر مارس، وفي هذه الفترة تم جمع اكبر قدر من المراجع والدراسات السابقة، ثم قمنا بصياغة الإشكالية وتساؤلات الدراسة، وبعدها شرعنا بإنجاز باقي الإجراءات المنهجية للدراسة، وبداية الجانب النظري كما عرفنا فترة إنقطاع عن العمل بالموازاة مع العطلة المفاجئة للظروف الصحية وانتشار فيروس كورونا، ثم استأنفنا العمل تدريجيا إبتداء من شهر جويلية قمنا بإتمام الجانب النظري الذي استمر قرابة شهر ونصف، وذلك من الأسبوع الأول من شهر جويلية إلى الأسبوع الأول من أوت.

أما بالنسبة للجانب التطبيقي فقد شرعنا فيه من الأسبوع الثاني من شهر أوت إلى غاية الأسبوع الأول من شهر سبتمبر مع إجراء بعض التعديلات عليه، قمنا بإعداد إستمارة لكن لم نقم بتوزيعها وذلك نظرا لعدم استئناف الدراسة بسبب الحجر الصحي وعدم القدرة على الإلتقاء بالطلبة وتوزيعها عليهم.

#### 4- منهج الدراسة:

يعتبر المنهج الطريق الواضح الذي يؤدي غلى الهدف المطلوب والمنهج أيضا هو الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم بواسطة طائفة القواعد العامة التي تهيمن على سير العقل وتحدد عملياته حتى يصل إلى نتيجة معلومة<sup>(1)</sup>

وفي دراستنا تم الإعتماد على المنهج الوصفي الذي يركز على وصف الظاهرة التي يريد دراستها وجمع أوصاف ومعلومات دقيقة عنها، والمنهج الوصفي يعتمد على دراسة

(1) مصطفى مكي: البحث العلمي آدابه وقواعده ومناهجه، دار هومشة للذشر والتوزيع، الجزائر، الطبعة 1، ص ص 14-15.

الواقع أو الظاهرة كما توجد في الواقع وهم بوصفها وصفا دقيقا يعبر عنها تعبيراً كيفياً أو تعبيراً كمياً<sup>(1)</sup>

ويقوم المنهج على دراسة وتحليل وتفسير الظاهرة من خلال تحديد خصائصها وأبعادها وتوظيف العلاقات القائمة بينها بهدف الوصول إلى وصف علمي متكامل لها، لذلك فإن المنهج الوصفي يشمل على عدد من المناهج الفرعية والأساليب المساعدة كأن يعتمد على دراسة الحالة أو الدراسة الميدانية أو التاريخية أو المسوح الإجتماعية<sup>(2)</sup>

ويعد المنهج الوصفي أكثر منهج البحث ملائمة للواقع الإجتماعي كسبيل لفهم ظواهره، واستخلاص سماه، ويأتي على مرحلتين وهي:

المرحلة (1) الإكتشاف والصياغة.

المرحلة (2) تتمثل في التشخيص والوصف من خلال تحليل البيانات والمعلومات التي تم جمعها وعلى ضوء هذا التحليل يتم اكتشاف العلاقة بين المتغيرات وتقديم التفسيرات لها.

وموضوع دراستنا هو: دور مواقع التواصل الإجتماعي في نشر الإشاعات جعلنا نعتمد على المنهج الوصفي لعدة أسباب أهمها:

1- أن هذه الدراسة تتلاءم مع المنهج الوصفي لأنها تريد وصف ظاهرة إنتشار الإشاعات والوقوف على واقعها داخل القطب الجامعي للطلبة.

2- يتيح هذا المنهج استخدام العديد من أدوات جمع البيانات مثل الإستمارة، المقابلة، والتي نتبنى من خلالها الحصول على إجابات الأسئلة المطروحة.

3- المنهج الوصفي لا يكتفي بمجرد الوصف بل يسعى على التحليل والتفسير، وهذا من خلال الإعتماد على الأسلوب الإحصائي الذي يحول المعطيات من الصيغة الكيفية إلى

(1) عمار بوحوش، محمد محمود: مناهج البحث العلمي، وطرق إعداد البحوث ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر، الطبعة 7، 2014، ص 138.

(2) خالد حامد منهج البحث في العلوم الإنسانية والإجتماعية، جسور للنشر والتوزيع، الجزائر، الطبعة 2، 2012، ص 47.

الصيغة الكمية القابلة للقياس، ويظهر ذلك عند تفريغ البيانات وعرضها في جداول تشتمل تكرارا ونسب مئوية.

وعليه فقد إعتدنا على المنهج الوصفي بهدف الوصول إلى وصف كامل ودقيق لموضوع البحث وجمع البيانات الضرورية المتعلقة به وتحليلها بأكبر قدر من الدقة والموضوعية حتى تزداد بذلك درجة إعتدانية النتائج المستخلصة منها.

### 5- الأدوات المنهجية:

تعتبر أدوات جمع البيانات الوسيلة الهامة التي تعتمد عليها كافة العلوم في جمع الحقائق ويتوقف صدق ودقة النتائج المتوصل إليها، في أي بحث على دقة الأدوات المستخدمة ودرجة مصداقيتها.

ولقد حاولنا في هذه الدراسة استخدام الأدوات التي تمكننا من الوصول إلى البيانات المستهدفة بدقة وموضوعية أكثر وذلك حسب طبيعة الموضوع وكيفية إستجابة المبحوثين ولقد إعتدنا على الإستمارة والمقابلة.

### (أ) الإستمارة:

هي عبارة عن مجموعة من الأسئلة المكتوبة التي تعد بقصد الحصول على المعلومات أو آراء المبحوثين حول ظاهرة أو موقف معين وتعد الإستبانة من أكثر الأدوات المستخدمة في جمع البيانات الخاصة بالعلوم الإجتماعية التي تتطلب الحصول على معلومات أو معتقدات أو تصورات أو آراء الأفراد.

ومن أهم ما تتميز به الإستمارة هو توفير الكثير من الوقت والجهد على الباحث.<sup>(1)</sup>

(1) محمد عبيدات، محمد أبو نصار، عقلنة ميضين: منهجية البحث العلمي، القواع والمراحل والتطبيقات، دار وائل للطباعة والنشر، عمان، 1999، ص 63.

تعرف أيضا على أنها وسيلة الإتصال الرئيسية بين الباحث والمبحوث وتحتوي على مجموعة من الأسئلة تخص القضايا التي تزيد معلومات عنها من المبحوثين.<sup>(1)</sup>

### ب)المقابلة:

تعرف المقابلة بأنها حوار مفتوح بين الباحث والمبحوث هدفه الحصول على بيانات محدّدة تتعلق بموضوع محدّد لتوظيفها في أهداف وأغراض البحث العلمي قصد الإستعانة بها في تفسير.<sup>(2)</sup>

وتحليل أبعاد الظاهرة موضوع البحث أو اختيار فرضيات ومتغيرات البحث والتوصل على نتائج تسهم في تقديم العلاج المناسب<sup>(3)</sup>

هي عبارة عن محادثة موجهة بين الباحث وشخص أو أشخاص آخرين بهدف الوصول إلى الحقيقة أو موقف معين يسعى الباحث لمعرفة من أجل تحقيق أهداف الدراسة. ومن هذه الأهداف الأساسية للمقابلة، الحصول على البيانات التي يريدها الباحث بالإضافة إلى التعرف على ملامح أو مشاعر أو تصرفات المبحوثين في مواقف معينة<sup>(4)</sup>

### 6- مجتمع الدراسة:

يعني جميع وحدات أو عناصر الظاهرة المدروسة سواء كانت أفرادا أو مباني أو منشآت أو غيرها طبقا لمجال موضوع مشكلة البحث، ومجتمع البحث، إما أن يكون مجتمعا متاحا وهو ذلك المجتمع الذي نختار منه عينة البحث وتعمم عليه نتائجها أو مجتمعها

(1) حسان سلاطونية، بلقاسم الجاللي: أسس البحث العلمي، ديوان المطبوعات الجامعية، الطبعة 2، الجزائر، 2009، ص 77.

(2) المختار محمد إبراهيم: مراحل البحث الإجتماعي وخطواته الإجرائية، دار الفكر العربي، ط1، 2015، ص 74.

(3) المختار محمد إبراهيم: مرجع سابق، ص 74.

(4) محمد عبيدات وآخرون: مرجع سابق، ص 55.

مستهدفاً قد يكون لجميع عناصره نفس خصائص المجتمع المتاح، ولكن لا تصدق نتائج التعميم عليه<sup>(1)</sup>

ومجتمع دراستنا هم طلبة كلية العلوم الإجتماعية والإنسانية بالقطب الجامعي تاسوست، بإعتبار أن حجم العينة كبير ويصعب علينا الحصر الشامل لكل أفرادها قمنا بأخذ عينة تمثل هذا المجتمع في حدود الوقت والجهة ولمكانية البحث، بالإضافة إلى المعوقات التي حالت دون إكمال هذا التوزيع، حي كان مجتمع البحث يتكون من 240 مفردة بالإعتماد على العينة العشوائية.

### 7- عينة الدراسة:

هي الجزء الذي يختاره الباحث، وفق طرق محددة ليمثل مجتمع البحث تمثيلاً علمياً سليماً<sup>2</sup>.

وتعرف بأنها نموذجي يشمل جانبا أو جزءا من وحدات المجتمع الأصلي المعني بالبحث تكون ممثلة له، بحيث تحمل صفاته المشتركة وهذا النموذج أو الجزء يغني الباحث عن دراسته كل وحدات ومفردات المجتمع الأصلي، خاصة في حالة صعوبة أو استحالة دراسة كل تلك الوحدات<sup>3</sup>.

(1) من ور اوسرير، رشيد بوعافية: أسس منهجية البحث العلمي في العلوم الإقتصادية وإدارة العمال، مكتبة الجزائر بوداوو، الجزائر، الطبعة 1، 2011، ص ص 65-66.

(2) أحمد بن مرسل: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والإتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط2، 2007، ص 124.

(3) عامر فندلحي: البحث العلمي استخدام مصادر المعلومات التقليدية والإلكترونية، دار البازوري، العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، 2007، ص157.

وهي عبارة عن المجموعة الجزئية التي يختارها الباحث، ويقوم بتطبيق دراسته عليها، بحيث تكون ممثلة لمجتمع بحثه، لذلك فإن الأمر يستدعي من الباحث أن يختار كل مفردة بطريقة معينة على أن يتم الإختيار وفق شروط علمية منتظمة<sup>1</sup>.

ولأن حجم مجتمع الدراسة يعدّ كبيراً ومن الصعب استطلاع كافة آرائه نظراً لصعوبة الوصول إليه وصعوبة تطبيق أغلب أنواع العينات عليه فإننا اعتمدنا اختيار العينة العشوائية البسيطة التي يتم انتقاء أفرادها بشكل عشوائي نظراً لتوافر الخصائص في أولئك الأفراد. ولقد اعتمدت الدراسة العينة العشوائية البسيطة وبشكل يعكس طبيعة هذا المجتمع وهو الطلبة الجامعيين، ولقد بلغت عينة الدراسة 200 مفردة إذ لم يتم توزيع الإستبانة على مجتمع الدراسة.

وذلك راجع إلى الظروف الصحية وتفشي وباء كورونا وإعلان الحجر الصحي، وقد تم اختيار هذه العينة بناءً على عدة عوامل من أهمها، أن مجتمع الدراسة يمثل نخبة في المجتمع، والتي تتعامل مع شبكات التواصل الاجتماعي بشكل يومي، وكون هذه الشريحة تمثل الجزء الأكثر وعياً فيما تتضمنه منشورات شبكات التواصل الاجتماعي من مواضيع وأقدها على تمييز الصحيح من غيرها من الإشاعات.

### ثانياً: الدراسة النقدية

#### 1- الموقف الإمبريقي من الدراسات السابقة:

تدرج دراسة موضوع مواقع التواصل الإلكتروني ودورها في إنتشار ظاهرة الإشاعة ضمن الدراسات الوصفية التي تعني بدراسة وتحديد الآثار التي تحدثها التكنولوجيا عموماً ووسائل التواصل الحديثة على أنماط الحياة المعاصرة عموماً وعمليات التواصل

<sup>1</sup>يوسف لازم كماش: البحث العلمي (مناهجه، أقسامه، أساليبه الإحصائية) دليل في إعداد رسائل الماجستير والدكتوراه، دار عجلة موزعون وناشرون عمان، ط1، 2006، ص146.

الاجتماعي علي وجه الخصوص وما يترتب عن ذلك من تغير علي اعتبار أن التكنولوجيا من العوامل الأساسية في عملية التغير الاجتماعي.

إضافة للملاحظتين السابقتين لمضمون ما ورد من الدراسات السابقة و من منطلق تصوراتنا النظرية و الأهداف المحددة للدراسة وعلى الرغم من إفتقار الدراسة الراهنة لنتائج إمبريقية دامغة نتيجة للظروف الإستثنائية (انتشار الوباء ) التي حرمتنا من ذلك إلا أن واقع الحال و شواهدة يمكن أن يكون أساسيا في عملية الاستقراء خاصة في ضوء الخلفية النظرية والمعالجة الاستنباطية المتوفرة حول متغيري الدراسة باعتبارها حدود للظاهرة حدود للظاهرة المراد رصدها امبريقيا وفي هذا الإطار يمكن النظر لمواقع التواصل الإجتماعي كأحدث الإختراعات في مجال تكنولوجيا الإتصال من حيث سهولة إستعماله وإختزاله للوقت والمسافات واضفائه لاستقلالية وحرية غير محدودة علي مستخدمين وبذلك يكون الأداة المفضلة في عمليات التواصل على حساب الطريقة المباشرة أو الوسائط الأخرى التقليدية وهنا يكمن مدى تأثيره وانتشاره الواسع.

أما الإشاعة فهي ظاهرة إنسانية منذ بداية التجمع البشري واقترانها بالأزمات التي تعترض الإنسان في الفرد والمجتمع وفي ضوء تصورنا وخلفيتنا النظرية فان الإشاعة تأخذ طابعا بنائيا سواء تعلق الأمر ببناء الشخصية أو البناء الاجتماعي صراعيا كان أو خلا ظرفيا وضمن هذا الإطار يبدو أن الدراسات السابقة تعاني نوع من القصور النظري في تناولها للموضوع إذ ركزت على دور المواقع الالكترونية من باب الأهمية والجوانب الايجابية للتكنولوجيا الحديثة كأداة ووسيلة وأهملت مضمون التواصل كنتائج لعملية اجتماعية في أبعادها السوسيو انثربولوجية ويعني ذلك إن المضمون إنسانيا وان العلاقة تتحد تبعا للمرسل والمتلقي والغرض والهدف من نشرها والسياق الاجتماعي وما يحيط به من ظروف فان الانتشار الواسع للأخبار المغرضة علي الصفحات التواصل الاجتماعي إنما ينذر براحة عميقة على المستوي البنائي للمجتمع والعلاقات الاجتماعية وان التطور التكنولوجي سهل ذلك من خلال الأدوات والوسائل المتوفرة حديثا.

## 2- البعد الإمبريقي لدراسة دور المواقع الاجتماعية وانتشار الإشاعات:

تكتسب الدراسات السابقة أهمية كبيرة في البحوث الاجتماعية بحيث تعتبر بمثابة توجيه للباحث، حيث أن الاطلاع على ما تم انجازه من الدراسات والأبحاث يسهم إلي حد ما في توضيح الرؤية وعدم الوقوع في تكرار ما سبق البحث فيها، كما تساعد الدراسات السابقة في تحديد منطلقات أخرى لأبحاث جديدة ويتضمن هذا الإطار تقديم عرض تحليلي مع المقارنة بالدراسات السابقة المعتمدة في دراستنا هذه وذلك في ضوء التصورات النظرية والأهداف المتوخاة من الدراسة والخطوات المتبعة والنتائج المتوصل إليها.

### (أ) عرض تحليلي للدراسات السابقة :

من خلال مجموعة الدراسات التي تم تناولها وبداية بالدراسة الأجنبية التي قام بها الباحث الصيني (Bai) تحت عنوان استكشاف حركة الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي علي الحياة اليومية للمواطن الصيني والتي اعتمد فيها علي المنهج الوصفي وأداة تحليل المضمون والتي أجريت سنة 2012 على المواطنين الصينيين ,وقد تم التوصل لمجموعة من النتائج أهمها :أن وسائل التواصل الاجتماعي السائدة في الصين قد عمقت ووسعت تأثير الإشاعة التي تنتشر عن طريق شبكة الانترنت لتصل إلي الأشخاص غير المستخدمين للشبكة وذلك من خلال تداول الأخبار ونشرها بين الناس .وأنها لعبت دورا مهما في عملية نشر الإشاعات في الصين ,وفي الوقت نفسه وجدت الدراسة بان جو الانفتاح والحرية التي تنتشر عن طريق الشبكة هو عامل رئيسي في القضاء علي الشائعة التي تنتشر في الشبكة ذاتها وهو أمر طبيعي نظرا للوقت الذي أصبحت فيه هذه الوسائل القلب المحرك للإخبار في كل الأوقات وعليه يمكن القضاء عليها بعد انتشارها بالإجراءات الكترونية وقوانين.

أما الدراسات العربية اعتمدنا علي دراستين هما دراسة مصطفى حسام الدين تحت عنوان استخدام تكنولوجيا الاتصال في انتشار الشائعات والتي أجريت سنة 2007 بالسودان

على الطلبة الجامعيين و التي هدفت إلى دراسة تكنولوجيا الاتصال وتأثيرها على نشر الإشاعات من خلال التعرف على اهتمامات مستخدمي الانترنت والهاتف النقال والتي اعتمدت على المنهج الوصفي ودراسة الحالة وركزت على الاستمارة كأداة لجمع البيانات وتوصلت هذه الدراسة الى جملة من النتائج نذكر منها: أن نسبة 75% من المبحوثين يحصلون على أخبار بعضها كاذبة وتوصلت الدراسة إلى أن التطور التكنولوجي أدى إلى انتشار الشائعات وأكدت الدراسة أن التتوير بالحقائق هو امثل الطرق للحد من الإشاعات وكشفت أن الشائعة واسعة الانتشار وأكثرهم انتشارا الشائعة الاجتماعية .

أما دراسة احمد حسن سلمان فقد أجرت في الأردن سنة 2017 والتي هدفت إلى تحديد درجة استخدام أعضاء هيئة التدريس لشبكة التواصل الاجتماعي وبيان درجة نشر الشائعات على الشبكات الاجتماعية وتحديد الشبكة الأكثر نشرا للإشاعة كظاهرة اجتماعية خطيرة منتشرة وتم الاعتماد على المنهج الوصفي وأداة الاستمارة والمقابلة ومن ابرز النتائج المتوصل إليها درجة نشر الاشاعات على مواقع التواصل الاجتماعي جاءت بنسبة متوسطة وجاءت شبكة لفايس بوك من أكثر الشبكات نشرا للإشاعات , إن من أهم أسباب نشر الشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي هي سهولة إنتاج المعلومة ونشرها .

أما على مستوى المحلي فقد اعتمدت دراستين أساسيتين وهما دراسة الباحثين عائشة رونق بلمشري وخيرة مسعودي سنة 2015-2016 حول حجم ومدى استخدام الإعلاميين الجزائريين للفايس بوك في نقل ونشر الإشاعة وتحديد طبيعة استعمالات الإعلاميين للإشاعات في الفاييس بوك حيث سعت للفت الأنظار عن سوء استخدام الفاييس بوك من قبل الإعلاميين.

واعتمدا على المنهج المسحي وأداة الاستبيان وقد توصلوا لمجموعة من النتائج منها : يعتبر الفاييس بوك مقدمة للإعلام الجديد لما يحمله من ميزات تجعل المستخدم يتحول من مستقبل إلى مرسل ومن مرسل إلي مستقبل وذلك بتبادل الأفكار والمعلومات بين

المستخدمين ,للإشاعة درجة تأثير كبيرة في المجتمع لان مروجيها يضعون مجموعة من الأهداف التي تسبب الضرر للمجتمع ,يساهم الفايس بوك في نشر الإشاعة من خلال المعلومات التي ينشرها المستخدمين أما الدراسة المحلية الثانية والتي أجريت من طرف الباحث "بلال وكال" تحت عنوان الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي ومدى تأثيرها على المجتمع الجزائري سنة 2017-2018 والتي هدفت الى التعرف علي ابرز مواضيع الشائعات علي شبكات التواصل الإجتماعي ,وتوضيح أسباب انتشارها وبيان درجة نشرها وتحديد الشبكة الأكثر نشرًا للإشاعة .

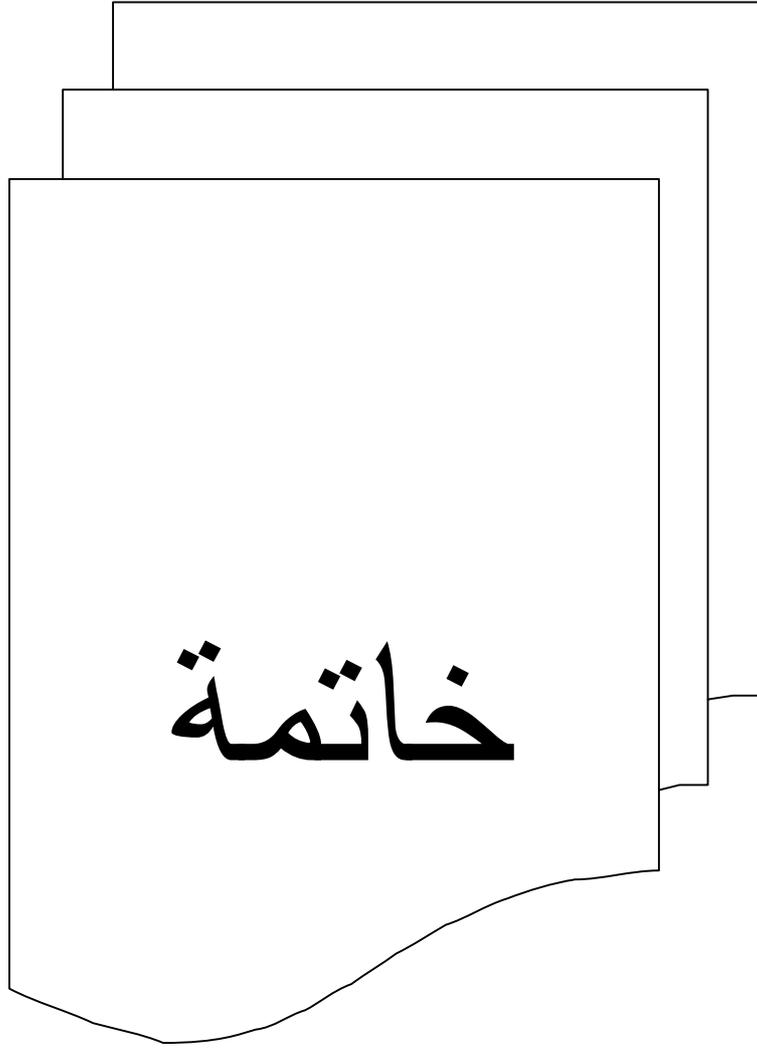
وقد استخدم المنهج الوصفي والاستبيان كأداة في ذلك .وقد توصلت الدراسة لجملة من النتائج منها :

أن أغلب المبحوثين يفضلون إستعمال الفايس بوك , كما كشفت الدراسة أن الأخبار الإجتماعية التي نشر المبحوثين نسبتها 27.80% أن أفراد العينة لا يوافقون على أن مواقع التواصل الإجتماعي تساهم في انتقال المعلومة بنسبة 41.70% أغلب المبحوثين يوافقون على إعادة نشر الأخبار المهمة التي تصلهم من المواقع التواصل الاجتماعي مباشرة والتحقق من صحتها بنسبة 46.70%.

من خلال المادة عرض الدراسات المعتمدة وسرد مضمونها والنتائج التي توصلت إليها يمكن الوقوف على جملة من التوضيحات التي يمكن حصرها في :

تباين مجالات الدراسة وما تتضمنه من أبعاد مكانية وزمانية لما للبيئة الاجتماعية والثقافية من تأثير على سلوكيات الأفراد و أنماط العيش المشترك ,والحياة الاجتماعية بصفة دائمة.

إنّ هذه الدراسات اعتمدت في غالبيتها على المنهج الوصفي إلا أن وصف الظاهرة جاء سطحيًا ولم يرق إلى تحليلها تحليلًا سوسيولوجيًا دقيقًا وذلك في ضوء نسبة الظاهرة تتلائم الظاهرة الاجتماعية في إطار البيئة الاجتماعية الثقافية لمجال الدراسة علي اعتبار أنّ عملية التواصل الاجتماعي نسقا يأخذ طابع الماضي ويتقيد بطريقة أو بأخرى بالنظام الاجتماعي للمجتمع وهي أسس ضرورية في تفسيرها لوصف الظاهرة.



خاتمة

باعتبار الجامعة نسق اجتماعي تؤثر وتتأثر بالمجتمع الذي توجد فيه لما تلعبه من

دور استراتيجي باعتبارها مكانا جامعا للعلم والمعرفة وما تلعبه من دور أساسي في الحياة التربوية والعلمية، وهذه المؤسسة كغيرها تتأثر بالظواهر التي تواجه في أية مؤسسة كظاهرة الإشاعة التي انتشرت في كل الأوساط باختلاف أنواعها و باستعمال وسائط متنوعة نجم عنها آثار سلبية كالثقة بالنفس والإيذاء و الإبتزاز وغيرها.

ونظرا لتزايد انتشار هذه الظاهرة أعطينا اهتمام بدراسة انتشار الإشاعة على مواقع التواصل الافتراضي حيث كانت الفرضية الرئيسية تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الإشاعات وانطلاقا منها انبثقت منها فرضيتين فرعيتين وهما:

\*يساهم الفيسبوك في تضليل الرأي العام.

\*يسعى بعض مستعملي مواقع التواصل الافتراضي لإلحاق الأذى.

حيث قمنا بدل إجراء الدراسة الميدانية التي كانت مسطرة في البداية لكن الظروف الصحية مع انتشار فيروس (Covid 19) لم نقم بإجرائها واستبدالها بدراسة نقدية للدراسات السابقة والتي كانت نتائجها غير بعيدة عن واقعنا ودراستنا رغم وجود اختلاف وذلك أمر طبيعي فكل دراسة عالجت الموضوع من جانب مختلف نوعا ما عن الآخر.

وبالتالي يمكننا القول أن مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في نشر الإشاعات باختلاف وسائطها واختلاف المكان والزمان وذلك رغم أن دراستنا ناقصة وعليه يتوجب على الأجيال القادمة دراستها بشكل أوسع وأعمق.

قائمة المراجع

والمصادر

أولاً: القرآن الكريم برواية ورش

المعاجم

1. محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1،  
2004.

ثانياً: الكتب

- 1- إبراهيم أحمد أبو عرقوب، سيكولوجية الإشاعة، عمان.  
2- أبو عرقوب إبراهيم، الشائعات في عصر المعلومات، مركز نايف للدراسات  
والأبحاث، الرياض، 2003.  
3- أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والإيصال، ديوان  
المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط 2، 2007.  
4- أحمد نوفل، الإشاعة، دار الأمة للطبع والنشر، القاهرة، ط4، 1988.  
5- أحمد نوفل، الحرب النفسية، دار الفرقان، للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 1989.  
6- أديب محمد خضور: علم الاجتماع الإعلامي، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان  
ط1، 2015.  
7- إسماعيل محمود حسن، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، دار العالمية، للنشر  
والتوزيع، القاهرة، 2003.  
8- بسام عبد الرحمان المشاقبة، نظريات الإتصال، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن  
2015.  
9- البسبوني محمد علي، دولة الفايستوك، دار الشروق للنشر والتوزيع، مصر، 2009.  
10- جان نويل كايفيرير، الشائعات، دار الساتي، لبنان، ط1، 2008.

- 11- جبريل حسن العريشي، الشبكات الاجتماعية والقيم رؤية تحليلية، الدار المنهجية للنشر والتوزيع، ط 1، 2017.
- 12- جرار ليلي، الفاييس بوك والشباب العربي، مكتب الفلاح للنشر والتوزيع، الأردن 2012.
- 13- جلول خلاف، وسائل الإتصال الحديثة وتأثيرها على العلاقات الأسرية، دار المعرفة، الجزائر، 2001.
- 14- جليل خليل محمد، دور الإعلام في نشر الإشاعات، دار المعترف للنشر والتوزيع الأردن، ط1، 2014.
- 15- جمال الدين محمد بن مكرم ابن منظور، لسان العرب، الدار المصرية للتأليف والترجمة، القاهرة.
- 16- جمال الزرن، المسائل النفسية والاجتماعية والقومية لشبكات التواصل الاجتماعي تونس، 2012.
- 17- جواد علي سلماني، الإعلام والمجتمع، دار امجد للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
- 18- حسان أحمد قميحة: الفاييس بوك تحت المجهر، دار النخبة، الجيزة، 2017.
- 19- حسان سلاطينية، بلقاسم الجبالي، أسس المبحث العلمي، ديوان المطبوعات الجامعية، ط2.
- 20- حسن عماد مكاوي، الإتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المعربة اللبنانية، ط6 لبنان، 2006.
- 21- حسن محمود هثيمي، العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، دط، دت.
- 22- حسين السعيد، سيكولوجية الإشاعة رؤية قرآنية (إشاعة موجبة في الحرب النفسية وأجندة المواجهة)، دار دجلة، ناشرون وموزعون، بغداد، ط1، 2011.

- 23- الحنشت محمود عثمان، الشائعات وكلام الناس، أسرار التكوين فنون المواجهة مكتبة إين سينا للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، الطبعة الأولى، 1996.
- 24- خالد حامد: منهج البحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، جسور للنشر والتوزيع ط2، 2012.
- 25- خالد خيس الشحاتي، الدور المدني للجامعات "قراءة أولية في الأدبيات، المركز الديمقراطي العربي للدراسات الإستراتيجية والسياسية والاقتصادية، برلين، ط2017.
- 26- رضا أمين، الإعلام الجديد، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2015.
- 27- زينب منصور حبيب، الإعلام وقضايا المرأة، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1 عمان، 2011.
- 28- سليمان بكر بكران، الاتصال الجماهيري والخدمة الاجتماعية، دار الراسية للنشر والتوزيع، عان، 2015.
- 29- سماح سالم سالم وجمال عبد الحميد جادو، الإرشاد الاجتماعي، دار المسيرة عمان، ط1، 2015.
- 30- صالح العلي، مهارات التواصل الاجتماعي، (أسس ومفاهيم وقيم)، دار الجامد للنشر والتوزيع، عمان.
- 31- عامر إبراهيم قنديجلي، الإعلام الإلكتروني، دار المسيرة للنشر والتوزيع، ط1 الأردن، 2015.
- 32- عامر قنديجلي، البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات التقليدية والإلكترونية دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، 2007.
- 33- عباس صادق، الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، دار الشروق، عمان 2008.

- 34- عبد التواب إبراهيم رضوان، مصر والحرب النفسية، الهيئة المصرية العامة  
الاكتتاب، القاهرة، 1988.
- 35- عبد الرحمان بن إبراهيم الشاعر، مواقع التواصل الإجتماعي السلوك الإنساني،  
دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
- 36- عبد الرحمان درويش، مقدمة في علم الاتصال، مكتبة نانسي للنشر  
والتوزيع، 2015.
- 37- عبد الرحمان عبد الله: دراسات سوسيولوجية للاتصال والإعلام، النشأة التطور  
والإتجاهات الحديثة والدراسات الميدانية، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2012.
- 38- عبد الرحيم بن محمد المعذوري، الإشاعة وآثارها في المجتمع، دراسة وصفية  
تحليلية، المدينة المنورة، الجامعة الإسلامية بالمدينة المنورة، 2010.
- 39- عبد الرزاق محمد الدليمي، الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية، دار وائل للنشر  
والتوزيع، عمان، 2011.
- 40- عدنان زهروان، الإشاعة أداة حرب على الإسلام والمسلمين، مفتاح الحرب  
والإسلام، دار زهروان، عمان، 2006.
- 41- عزام محمد الجويلي، دور وسائل الإعلام في نشر الشائعات، مكتبة الوفاء  
القانونية، القاهرة، ط1، 2014.
- 42- علاء الدين محمد العفيفي، الإعلام وشبكات التواصل الإجتماعي، دار التعليم  
الجامعي، القاهرة، 2015.
- 43- علي خليل شقرة، الإعلام الجديد (شبكات التواصل الإجتماعي) دار أسامة للنشر  
والتوزيع، عمان، 2014.
- 44- علي سلطان العاتري، الشائعة من منظور الإعلام الإسلامي، دار الروافد الثقافية  
ناشرون، بيروت، ط1، 2015.

- 45- عمار بوحوش محمد محمود: مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط7، 2014.
- 46- فتحي حسين عامر، وسائل الإتصال الحديثة من الجريدة إلى الفايبروك، دار العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2011.
- 47- فهمي توفيق مقبل، دور المؤسسات التربوية في مكافحة الشائعات في الإشاعة والحرب النفسية، مؤشرات المركز العربي للدراسات. الأمنية والتدريب الرياض، 1410 هـ.
- 48- فيصل محمد أبو عيشة، الدعاية والإعلام، دار أسامة للنش، ط1، عمان، 2011.
- 49- كامل خو رشيد مراد، الاتصال الجماهيرية والإعلام، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2011.
- 50- كامل خو رشيد مراد، مدخل إلى الرأي العام، دار المسيرة للنشر والتوزيع، ط1 2011.
- 51- كنعان علي، نظريات الاتصال، دار اليازوري، عمان، 2014.
- 52- ماهر الشماليية عودة اللحام، محمود عزت، مصطفى يوسف، الإعلام الرقمي الجديد، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، ط1، 2015.
- 53- محمد بن دغش القحطاني، الإشاعة واثرها على أمن المجتمع، دار طريق للنشر والتوزيع، الرياض، ط1، 1997.
- 54- محمد بن سعود البشر، نظريات التأثير الإعلامي، دار العبيكان الرياض، ط1 2014.
- 55- محمد عارف الزغول، دراسات إعلامية (الدعاية، الرأي العام، الإشاعة) دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2007.

- 56- محمد عبيدات وآخرون: منهجية البحث العلمي القواعد والمراحل والتطبيقات، دار وائل للطباعة والنشر، عمان، 1999.
- 57- محمد عويضة، علم النفس الإشاعة، دار الكتب العامة، بيروت، 1996.
- 58- محمد منير حجاب، الشائعات وطرق مواجهتها، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007.
- 59- مختار الهادي، الرأي العام والحرب النفسية، دار المعارف، القاهرة، ط4، 1979.
- 60- مختار محمد إبراهيم: مراحل البحث الاجتماعي وخطواته الإجرائية، دار الفكر العربي، ط1، 2015.
- 61- مراد سفاري، مراد زعيمي، حاتم الصيد، الإشاعة والرأي العام، مؤسسة الزهراء للفنون المطبعية، الخروب، قسنطينة، 2003.
- 62- مركز المحتسب للإستشارات، دور مواقع التواصل الاجتماعي في الاحتساب، دار المحتسب للنشر والتوزيع، الرياض، 2015.
- 63- مصطفى مكي: البحث العلمي آدابه وقواعده ومناهجه، دار هومشة للنشر والتوزيع، ط1.
- 64- منتصر حاتم حسين، إيديولوجيات الإعلام الإسلامي، دار أسامة للنشر. والتوزيع عمان، 2011.
- 65- منور أسير رشيد بوعافية: أسس منهجية البحث العلمي في العلوم الاقتصادية إدارة الأعمال، مكتبة الجزائر، بودواو، الجزائر، ط1، 2011.

### ثالثا: المذكرات والرسائل الجامعية

1. محسن بن جابر بن عوض الزهراني، دور مواقع التواصل الاجتماعي في حل المشكلات التي تواجه طلاب التربية العلمية وإنجازاتهم نحوها، أطروحة دكتوراه في المنهاج وطرق التدريس، جامعة أم القرى، 2013.

2. خليل أبو يعقوب شدان يعقوب، أثر مواقع التواصل الاجتماعي على الوعي السياسي بالقضية الفلسطينية لدى جامعة النجاح الوطنية، مذكرة مكملة للحصول على الماجستير في التخطيط والتنمية السياسية، 2015.
3. رأفت مهند عبد الرزاق، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي، رسالة ماجستير، قسم الصحافة والإعلام، جامعة البتراء الأردنية، 2013.
4. رائد حزام الكرناف، تصور إستراتيجي لمكافحة الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي بالمملكة العربية السعودية (تويتر نموذجاً) رسالة ماجستير غير منشورة جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية الرياض، المملكة العربية السعودية، 2014.
5. تركي بن عبد العزيز السديري: توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية الأمنية ضد خطر الشائعات (رسالة ماجستير) جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض المملكة العربية السعودية، 2014.
6. أعمال ندوة، أساليب مواجهة الشائعات، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية الرياض، ط1، 2011.
7. 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.
8. سعدية خاخا، أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الاستماع للإذاعة المحلية بورقلة، مذكرة ماجستير، قسم العلوم الإنسانية، جامعة قاصي مراح ورقلة، 214.

9. رمضان الخامسة، استخدام الشبكات الاجتماعية على الأنترنت وانتشار قيم العولمة لدى الشباب الجامعي، رسالة ماجستير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2012.
10. جابر نصر الدين، مفاهيم أساسية في علم النفس الاجتماعي، مخبر التطبيقات النفسية والتربوية، جامعة منتوري قسنطينة، الطبعة الثانية، 2006.
11. حسام الدين مصطفى، الشائعات والرسائل المتسلسلة، البناء وإستراتيجية التغذي مجلة دراسات إعلامية، مجلة نصف سنوية، علمية ثقافية، محكمة، جامعة إفريقية العالمية، العدد2، يناير 2017.
12. راضي زاهر، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية، العدد 15، جامعة عمان الأهلية، عمان، 2003.
13. السلطان مفسر مبارك الصاعدي، الشبكات الاجتماعية خطر أم فرصة، بحث مقدم لشبكة الألوكة، المسابقة الثانية (فرع الدراسات والأبحاث)، المملكة العربية السعودية، 2010.
14. محمد الفاتح حمدي، استخدامات تكنولوجيا الاتصال والإعلام وانعكاساتها على قيم الشباب الجامعي، مذكرة لنيل شهادة ماجستير، جامعة باتنة، 2008-2009.
15. مريم مراكشي، إستخدام الشبكات الاجتماعية على الأنترنت وانتشار قيم العولمة لدى الشباب الجامعي، رسالة ماجستير، جامعة محمد خيضر، بسكرة 2012.
16. علي حوش، محمد بوزيرة، استخدامات طلبة الإعلام والاتصال بجامعة تاسوست لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المحققة، مذكرة ماستر، قسم إعلام واتصال، جامعة جيجل 2016-2017.

17. محمد المنصور، تأثير شبكات التواصل على الجمهور المتلقي الأكاديمية العربية المفتوحة، الدانمارك، 2012.
18. المعجم العربي الأساسي، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، تونس 1989.
19. مطوع ضياء اللّين والعمري عبد الله: تقنيات الاتصال والإعلام وآثارها في النشئ السعودي، مجلة البحوث الأمنية، الرياض، كلية الملك فهد الأمنية، المجلد 11، العدد 22، 2002.
20. ذياب موسى البداينة، استخدام التقنيات الحديثة في الإشاعات (أعمال ندوة أساليب مواجهة الشائعات، أكاديمية نايف للتربية للعلوم الأمنية، الرياض) 2011.

#### الصحف والمجلات:

1. أسامة غازي المدني: شبكات التواصل الاجتماعي وتشكيل الرأي، مجلة الآداب والعلوم الإنسانية، جامعة أم القرى، نمون، 2015.
2. صحيفة الوئام الإلكترونية، مركز الملك عبد العزيز للحوار الوطني

#### المواقع الإلكترونية:

- 66- مي عبد الله: نظريات الإتصال، دار النهضة العربية، لبنان، ط1، 2006.
- 67- نادية ورقلة، دور شبكات التواصل الإجتماعي في تنمية الوعي السياسي لدى الشباب العربي، مجلة دراسات وأبحاث، العدد 11، جامعة الجلفة، الجزائر.
- 68- نايف بن محمد المرواني، الشائعات وآثارها السلبية في بنية المجتمع وتماسكه الندوة العلمية لمجابهة الشائعات، مركز التّراسات والبحوث، قسم الندوات واللقاءات العلمية، جيبوتي، 2010.

- 69- نسرین حسونة، نظريات الإعلام والاتصال، شبكة الألوكة، 2015.
- 70- نعيمة واكد، مقدمة في علم الإعلام، طاكسيج كوم للدراسات والنشر والتوزيع الجزائر، 2011.
- 71- هاني الكايد، الإشاعة المفاهيم والهداف والآثار، دار الرابية للنشر والتوزيع، عمان ط1، 2009.
- 72- هباس بن رجاء الحربي: الشائعات ودور وسائل الإعلام في عصر المعلومات دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2012.
- 73- وديع محمد الغرعزي، الإشاعات وشبكات التواصل الإجتماعي المخاطر وسبل المواجهة، مجلة الإعلام والعلوم الإجتماعية للأبحاث التخصصية، العدد3، 2016.
- 74- ياسين حضير البياني، الإعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديدة، دار البداية عمان.
- 75- يوسف لازم كماش، البحث العلمي (مناهجه، أقسامه، أساليبه الإحصائية دليل في إعداد رسائل الماجستير والدكتوراه دار عجلة موزعون وناشرون، عمان، ط1 2006.
- 76- يوسف ورداني، ثقافة الشباب بين تحديات وعجز الدولة متاح على الرابط الإلكتروني.

المواقع الإلكترونية:

- 1- <http://ijnet.org/or/blog/198550>, 9/08/2020.
- 2- <http://www.alayam.com>, 15/08/2020.16 :00
- 3- <http://www.obriyodb.com.104680> , 09/08/2020.
- 4- [http //www.alween.com.sa/2733](http://www.alween.com.sa/2733): 05-29/09/2020.

ملاحق

جامعة محمد الصديق بن يحي -جيجل-

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

قسم علم الاجتماع

استمارة إمتحان بعنوان:

دور مواقع التواصل الإجتماعي في نشر الإشاعات -الفيس بوك  
نموذجاً -

دراسة ميدانية لكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية القطب الجامعي  
تاسوست

1- في إطار إنجاز مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر في علم إجتماع الإتصال يسرنا أن  
نتقدم لكم بهذه الإستمارة، نرجو منكم أن تجيبوا عن الأسئلة الموجودة فيها بكل صدق  
وموضوعية، علماً أنّ الإجابات التي ستدلون بها سرية ولا تستخدم إلاّ لأغراض علمية بحثية،  
وفي الأخير تقبلوا منا أسمى عبارات الإحترامات والتقدير.

إشراف الأستاذ:

\* فراس الربيع.

إعداد الطالبين:

\* سعيود نوال

\* لموم مريم

2- ملاحظة: يرجى وضع علامة (X) في الخانة المناسبة.

السنة الجامعية: 2020 / 2019

## المحور الأول: البيانات الشخصية

- 1- الجنس: ذكر  أنثى
- 2- السن: 18-20  22-25  26-29  29 فأكثر
- 3- المستوى التعليمي: الليسانس  ماجستير  دكتوراه

## المحور الثاني: يساهم الفيسبوك في تضليل الرأي العام.

### المؤشر 1: الفيسبوك مجالا لتداول الأخبار.

- 4- هل أنت من متصفح الفيسبوك؟ نعم  لا
- إذا كانت الإجابة بنعم:
- دائما  أحيانا  نادرا
- 5- هل تعتبر الفيسبوك مصدرا لإنتقاء المعلومة؟ نعم  لا
- 6- ما رأيك حول ما ينشر عبر الفيسبوك؟
- يعبر عن الواقع بصدق  ليس كل ما ينشر صحيح  تشويه وتضليل المعلومات
- 7- كيف تتعامل مع المعلومات المتلقاة في الفيسبوك؟
- إعادة نشرها في مجموعات  مشاركتها مع الأصدقاء  عدم الإهتمام بها
- 8- هل تتأكد من صحة الأخبار عبر الفيسبوك؟
- نعم  لا
- إذا كانت الإجابة بنعم كيف ذلك؟

### المؤشر 2: تشويه الحقيقة.

- 9- في نظرك لماذا يتم تشويه الأخبار ونشرها؟
- .....

- 10- في حالة تشويه الحقيقة كيف يكون ذلك؟

بطريقة علنية  بطريقة خفية

- 11- برأيك ما هو الأسلوب الأكثر تأثيرا؟

ولماذا؟.....

12- ما هو الهدف من تشويه الأخبار؟

- نشر أسرار الناس  
 تشويه سمعة الآخرين  
 تحقيق أهداف معينة

المؤشر 3: التأثير على الرأي العام.

13- هل ترى بأن الفيسبوك يسلمهم في توجيه الرأي العام؟

- نعم  لا

إذا كانت الإجابة بنعم كيف ذلك؟

- مناقشة الأخبار وتبادلها  عرض وجهات النظر وحرية الرأي  
 معالجة القضايا الإجتماعية والتفاعل من خلالها

14- ما رأيك في مصداقية أخبار الفيسبوك؟

.....

15- هل صادفت أخبار ما على الفيسبوك منافية للواقع؟

- نعم  لا

إذا كانت الإجابة بنعم:

- هل تفقد الثقة في أخبار الفيسبوك  عدم وجود الثقة أصلا في تصديقها

16- هل ترى أن محتوى أخبار الفيسبوك مخادعة للواقع؟

- نعم  لا

إذا كانت الإجابة بنعم كيف يكون ذلك؟

- تزييف الحقائق  تشويه الأحداث  التدليس في المصادر

المحور الثالث: يساهم الفيسبوك في إلحاق الأذى.

المؤشر 1: التشهير.

17- هل تعرضت من قبل للتشهير أو القذف على الفيسبوك؟

- نعم  لا

في حالة الإجابة بنعم من طرف من كان هذا التشهير؟

أقارب  أصدقاء  جهة مجهولة

18- حسب رأيك ما هو الأسلوب الأكثر إستعمالاً للتشهير بالأفراد؟

نشر معلومة سرية  صور سيئة  أخبار كاذبة

19- حسب رأيك في حالة تعرض فرد ما للتشهير يجب أن.....

يُمسح المعلومات المنشورة  يقدم إعتذار  يرفع شكوى لدى المحكمة

20- هل صادف وأنشأ أحدهم حساباً وهمياً بإسمك على الفيسبوك؟

نعم  لا

في حالة الإجابة بنعم ماذا فعلت؟

مراسلة ذلك الحساب  مراسلة إدارة الفيسبوك

## المؤشر 2: الإبتزاز

21- هل تعرضت من قبل للإبتزاز والتهديد عبر الفيسبوك؟

نعم  لا

في حالة الإجابة بنعم من طرف من كان الإبتزاز؟

أقارب  أصدقاء  جهة مجهولة

22- حسب رأيك ما هي الطلبات الأكثر إستعمالاً من طرف المجرمين المبتزين للأشخاص؟

مبالغ مالية  مواعيد غرامية  معلومات سرية

23- إذا وصلتك رسالة تهديد أو إبتزاز عبر الفيسبوك كيف تكون ردة فعلك؟

أرضخ لطلب الشخص وأرد عليه

أبلغ الشرطة

أتجنب محادثة ذلك الشخص وأقوم بحظره

24- هل قمت بإرسال رسائل تهديد وإبتزاز للآخرين عبر الفيسبوك؟

نعم  لا

25- حسب رأيك ما هي الطريقة الأكثر إنتشاراً لتهديد الضحايا؟

نشر معلومات شخصية عنهم  فضح صور مخلة عنهم

التهديد بالإختطاف والسرقة

### المؤشر 3: الإنعكاسات النفسية الإجتماعية.

26- هل سبق وتم إيذاءك عبر الفيسبوك؟

نعم  لا

إذا كانت الإجابة بنعم كيف كانت ردة فعلك؟

27- كيف كانت ردة فعل أسرته عند سماعهم الخبر؟

مساندتك  لم يتقبلوا الفكرة  قاموا بتقديم شكوى

28- كيف أصبحت نظرة المجتمع لأسرتك؟

29- كيف تعاملت في أيام الضغوطات مع الأقارب والمجتمع؟

مواجهتهم  عدم التكلم في الموضوع  الإغلاق عليك في المنزل

30- هل حاولت إيذاء نفسك بسبب هذه التأثيرات السلبية؟

نعم  لا

### دليل المقابلة:

1. في نظرك ماهي الخلفية من اعتماد الفيسبوك كوسيلة لنشر الإشاعة؟
2. ماهو موقفك اتجاه الأخبار التي تتلقاها من مواقع التواصل الاجتماعي؟
3. ماهي درجة تأثير الإشاعة في الوسط الجامعي والهدف من نشرها؟
4. في رأيك هل الإشاعات التي تتداولها مواقع التواصل الاجتماعي تنحصر في مستخدمي شبكة الانترنت أم تمتد لغير المستخدمين للشبكة؟
5. هل تعتقد أن انتشار الإشاعة مرده لغياب المسؤولية الاجتماعية والقوانين الرقابية والردعية؟