

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي
جامعة عمار ثليجي بالأغواط
كلية العلوم الإنسانية والإسلامية والحضارة
قسم علوم الإعلام والاتصال



مذكرة مكملة مقدمة لنيل شهادة ماستر في علوم الإعلام والاتصال
بعنوان:

**المنشورات الفيسبوكية وتأثيرها على الإشاعة السياسية
لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين**

دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة عمار ثليجي بالأغواط بكلية العلوم
الإنسانية والإسلامية والحضارة قسم الإعلام والاتصال

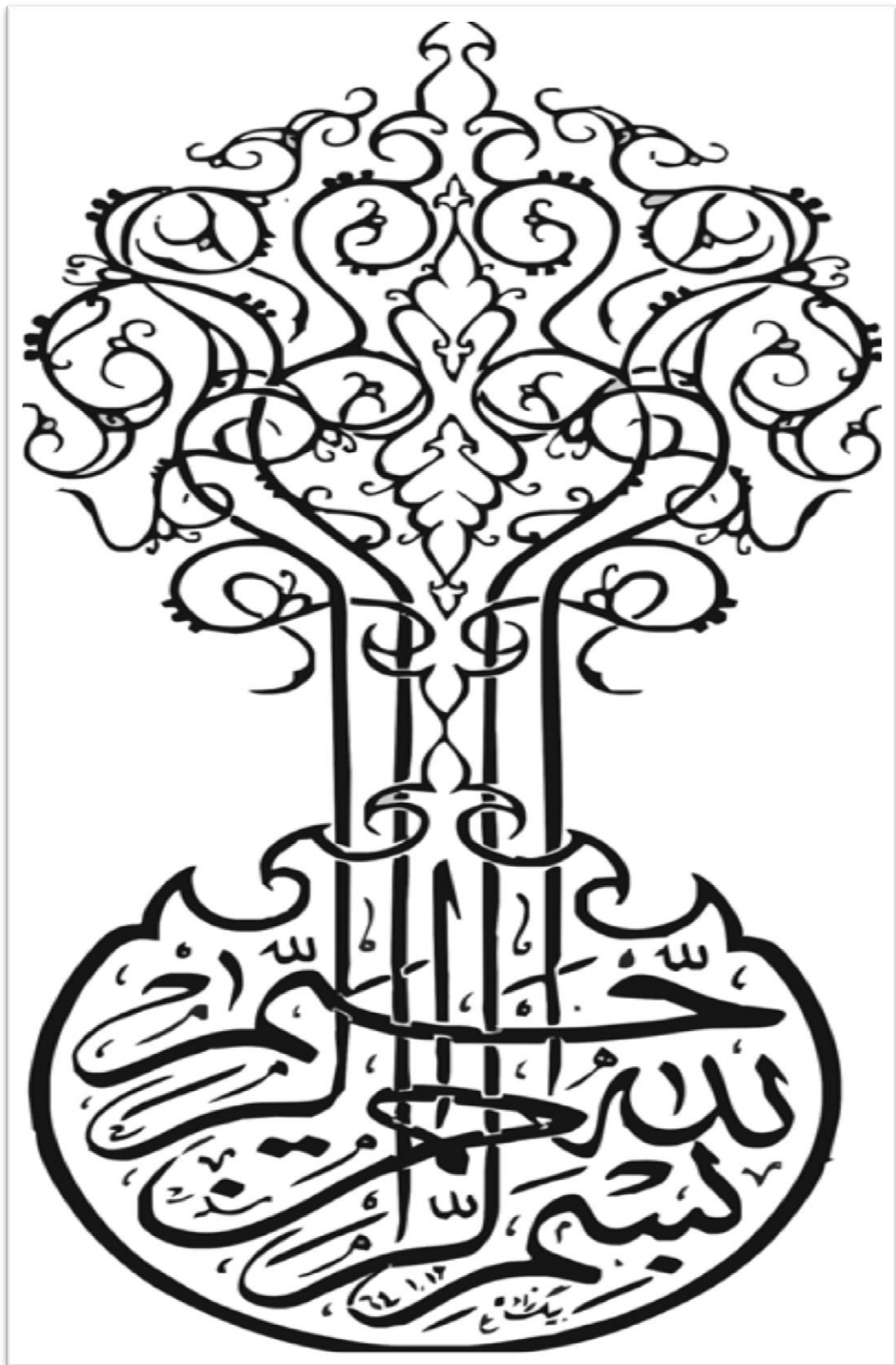
إشراف:

د. النوعي عبد القادر

إعداد:

شريفى سعيدة
مرفوعة رانيا رحيل

السنة الجامعية
2019 / 2018



إهداء

صلى الله على صاحب الشفاعة سيدنا محمد النبي الكريم وعلى آله وصحبه الميامين ومن تبعهم
باحسان الي يوم الدين أما بعد: أهدي تخرجي إلى من بسمتها غايتي وماتت أقدامها جنتي الي
من حملتني في بطنها وسقنتني من صدرها وأسكنتني فغمرتني بحبها....الي صديقتي الحميمية
وأمي الرحيمة حفظك الله ورنك وجعل الجنة الفردوس مثواك..أهدي تخرجي الي من تشقتك يداها
في رعايتي الي من جرع الكأس فارحاً ليسقيني قطرة حب...الي من صد الأشواك عن دربي
ليمهد لي طريق العلم أبي وقرة عيني أبي العزيز لقد نلت ماتمنيته لي فقد أقطفت زرعك الذي
أنبتته لي أشعر وأعلم علم اليقين بأنك امامي وخلفي وواضع يدك بظمري تدفعني الي الأمام نحو
التقدم والرقى لولاك لما كان لي شأن ولاوجود حفظك الله ورنك وأدامك نعمة علينا
اهداء الي زوجي ورفيق دربي حفظك الله ورنك والى إخوتي توفيق، رقية، أمينة، هاجر والى
عماتي وخالاتي والى روح جدي وجدتي يمينة ومحمد رحمهم الله والى جدي وجتي حفظهما الله
والى كل عائلة مرفوعة صغيراً كان أم كبيراً والى أساتذتي الكرام شكراً وألفه شكر على كل
ما تعلمته منكم

رانيا رحيل مرفوعة

إهداء

الى ائلى ما فى الوجود واكرم واأمن موجود ،إلى من يعجز اللسان عن شكرهما
،وفىض الفؤاد بحبهما وتخلو الحياة فى كنفهما أبى رضوان وأمى حلومة
الى والدى الكرىمن حفظهما الله وأطال فى عمرهما
الىكم أهدي جهدى وثمره عملى
إلى القلوب الطاهرة و الرقيقة و النفوس البرينة إلى رباحين حياتى إخوتى بلقاسم
، أسامة ، طارق و ابراهيم وأخواتى حفظهم الله
إلى كل عائلة شريفى ، كروم ، هدروق ، فرحات ، نصيرى ، الجمعى ، مجادى ، رقاب
الى رفيقتى فى هذا العمل: رانيا رحيل
الى كل زميلاتى وزملائى الطلبة
الى أساتذتى الكرام أخص بالذكر الدكتور عبد القادر النوعى

سعيدة شريفى

الموقع أهلا

www.ahla.com

قائمة محتويات الدراسة

الصفحة	المحتوى
/	تشكر.....
/	الإهداء.....
/	الملخص.....
/	قائمة محتويات الدراسة.....
/	قائمة الجداول.....
/	قائمة الأشكال.....
أ-ج	مقدمة.....

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة:

5	أسباب إختيار الموضوع.....	1
5	الدراسات السابقة.....	2
7	. التعليق على الدراسات السابقة.....	3
8	الإشكالية.....	4
10	الفرضيات.....	5
10	تحديد المفاهيم.....	6
13	الهدف من الدراسة.....	7
14	أهمية الدراسة.....	8
14	حدود الدراسة الميدانية (المجال المكاني والزمني).....	9
15	تحديد عينة ومجتمع الدراسة.....	10
15	التقنية المعتمدة في الدراسة.....	11
16	المنهج المعتمد في الدراسة.....	12

الفصل الثاني: ماهية الفيس بوك:

20	تعريف ونشأة الفيس بوك.....	13
23	خصائص الفيس بوك.....	14

قائمة محتويات الدراسة

26	استخدامات موقع الفيس بوك.....	15
29	تطبيقات الفيسبوك.....	16
31	ايجابيات وسلبيات الفيس بوك.....	17

الفصل الثالث: الإشاعة ومواقع التواصل الاجتماعي:

36	-تعريف ونشأة الإشاعة السياسية.....	18
40	أساليب الإشاعة السياسية.....	19
42	تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الاشاعة.....	20
44	انتشار الاشاعة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.....	21
46	طرق مكافحة الإشاعة.....	22

الفصل الرابع: الإطار الميداني للدراسة:

50	تفريغ وتحليل وتفسير البيانات الميدانية.....	23
81	نتائج الدراسة.....	24

خلاصة الدراسة	
قائمة المرجع	
الملاحق	

ملخص الدراسة

ملخص الدراسة :

إن الهدف من هذه الدراسة هو توضيح لتأثير المنشورات الفيسبوكية على الإشاعة السياسية دراسة استطلاعية على عينة من طلبة كلية الإعلام والاتصال بجامعة عمار ثلجي الاغواط ،حيث تم إعداد استبيان لاستطلاع آراء عينة من طلبة القسم استنادا إلى التساؤل الرئيسي والتساؤلات الفرعية ،وكنتيجة هذه الدراسة بعد تحليل نتائج الاستبيان أن تأثير مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك في نشر الإشاعات السياسية يمس جميع المجالات ، ويؤثر على وعي الأفراد في توجيه سلوكياتهم .

الكلمات المفتاحية: الفيسبوك ، الإشاعة السياسية

SUMMARY:

The purpose of this study is to show the effect of face book post on the political rumors asurvey on a sample of students from the faulqy of mass communication in the university of amar thalidji in laghouat in which a questionnaire has been prepared and presented to a group of the clqss students based on the primary questions And the secendery questions And as a result of this study after analyzing the questionnaire results it has been concluded that social media sites have an effect in spreading political rumors in all domains and it influences the awareness and the knowledge of the individuals in orienting their behavior

Face book The political Rumors

الفصل الأول: المحددات المنهجية للدراسة

محتويات الفصل الأول:

1. أسباب اختيار الموضوع.
2. دراسات سابقة.
3. التعليق على الدراسات السابقة.
4. الإشكالية.
5. التساؤلات .
6. الفرضيات .
7. تحديد المفاهيم.
8. الهدف من الدراسة.
9. أهمية الدراسة
10. حدود الدراسة الميدانية (المجال المكاني والزمني)
11. تحديد العينة ومجتمع الدراسة
12. تحديد التقنية المستخدمة في البحث.
13. المنهج المعتمد للدراسة.

أسباب اختيار الموضوع:

- 1- اكتساب الفيس بوك الطابع الاجتماعي والثقافي والسياسي بسبب استخداماته من طرف جميع الشرائح خاصة الشباب حيث اصبح من ممارستهم اليومية؛
- 2- الاهتمام بموضوع المنشورات الفيسبوكية ومدى تأثيرها على الاشاعة السياسية ؛
- 3- العلاقة بين التخصص في الدراسة الجامعية وبين موضوع البحث.

الدراسات السابقة:

- 1- دراسات عربية :دراسة مريم نريمان نومان ،استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية ،دراسة عينة من مستخدمي موقع الفيس بوك في الجزائر .

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال تخصص الاعلام

وتكنولوجيا الاتصال الحديثة ،جامعة الحاج لخضر ،باتنة ،2011_2012م

كما أجريت دراسة حالة على عينة من مستخدمي موقع "الفيس بوك " في الجزائر ولقد

تم الاعتماد على أداة الاستبيان لجمع البيانات من المبحوثين .

2_دراسة عمر غازي ،بعنوان "الشائعات في عصر وسائل التواصل الاجتماعي "الواقع

وسبل المواجهة "2017

وهدفت الدراسة للتعرف على الوسائل المسببة لحدوث الإشاعات وانتشارها ،والأسباب التي من شأنها زيادة الأثر السلبي في الإشاعات المتداولة عبر مواقع التواصل الاجتماعي والوسائل الالكترونية بشكل عام ، كما سلطت الضوء على عدد من الأساليب المتبعة في كشف زيف الإشاعة ودحضها مع ذكر بعض الأمثلة التطبيقية عليها ،والمبادرات والجهود الفريدة للقضاء على هذه الظاهرة ،بالإضافة عرض التشريعات المجرمة لهذا العمل في المملكة العربية السعودية ،وتقديم بعض التوصيات والمقترحات .

3- دراسة أجنبية **jems stromse** ،تأثير وسائل الاتصال على اتجاهات الفرد

وسلوكه السياسي واستخدمت منهج المسح والمنهج المقارن ،وطبقت على عينة من الأفراد من الحضر والريف ومن أبرز نتائج هذه الدراسة :

*أن زيادة تعرض الفرد لوسائل الاتصال تزيد من الدافعية السياسية لديه ،كما أن زيادة

التعرض لوسائل الاتصال تزيد من الاهتمام السياسي للفرد ؛

*يزداد تأثير وسائل الاتصال على المشاركة السياسية للفرد في المناطق

تشكيل الوعي السياسي في حين نجد أن حجم المشاركة السياسية ضعيف خاصة لدى الريفية عنها في المناطق الحضرية.

التعليق على الدراسة السابقة:

*من خلال استعراض الدراسات السابقة نلاحظ ندرة البحوث التي تتناول الوعي السياسي لدى الشباب ودور وسائل الاتصال في تشكيل هذا الوعي ، والمشاركة السياسية وطبقت معظمها على الجمهور العام .

* تظهر نتائج بعض الدراسات العربية أن وسائل الاتصال تقوم بدور كبير في توعية الشباب لاسيما فيما يتعلق بالتصويت وامتلاك البطاقة الانتخابية والانتماء للأحزاب السياسية .

وفيما يتعلق بالدراسات الأجنبية اعتمدنا على دراسة واحدة تبين منها اهتماما ملحوظا بقياس التأثير المعرفي لوسائل الاتصال على الجمهور المدروس من خلال استخدامه للإشاعة السياسية التي تقدمها الوسيلة الاتصالية (الفييس بوك)، وأثر ذلك على الجانب السلوكي المرتبط بعملية التصويت الانتخابي .

*كما استفدنا من الدراسات السابقة في صياغة وبناء مشكلة البحث وأهدافه .

الإشكالية:

إن التطورات الهائلة في مجال تكنولوجيا الاتصال أتاحت فرصا وإمكانيات جديدة في مجال التواصل فتعددت أشكاله ووسائله وتأثيراته .

فالإنترنت بمختلف وسائلها والتي تأتي في مقدمتها مواقع التواصل الاجتماعي "الفييس بوك " أصبحت ظاهرة عالمية واسعة الانتشار استطاعت أن تجعل الشباب يتعلقون بها بشكل كبير نظرا للخدمات المتعددة التي أتاحتها والتي تتعلق بإهتماماتهم وتطلعاتهم وهذا ما جعله أكثر المواقع إستخداما .

إن إستخدام هذه المواقع وإن كان يعبر عن صيحة تكنولوجية لافتة فانه أيضا يحيلنا الى الدور الخطير الذي تقوم به المنشورات الفيديوية المؤكدة وغير المؤكدة والمبالغ فيها ،وهذا يؤدي إلى التأثيرات السلبية نتيجة هذه الاشاعات التي تنتشر في المجتمع بسرعة كبيرة ،ويتم تداولها بين مستخدمي الفييس بوك حيث أصبح للإشاعات دور كبير في تغيير سلوك الفرد واتجاهاته نحو قضايا سياسية معينة قد تحول بينه وبين قيامه بواجباته الوطنية ،ويتجسد ذلك من خلال ما يتم نشره عبر الفييس بوك بصيغ وطرق مختلفة قد يصعب على الفرد رفضها وعدم تبنيها وبالتالي تداولها ومشاركتها مع الآخرين لتصل إلى أكبر عدد من المتابعين أو مستخدمي الفييس بوك .

واليوم أصبح واضحاً أن إنتشار الإشاعات السياسية عبر الفيس بوك بصورة واسعة في المجتمعات هو إحدى سمات عصر الثورة التكنولوجية وابتكار التقنيات الحديثة للإتصال لأن كل شيء يدور في هذا العالم الافتراضي يتم التعامل معه على أساس أنه معلومة بغض النظر عن صحته أو خطئه ،وإذا ماكانت مفيدة أو غير ذلك ، كما أن المعلومة لم يعد إنتاجها حكراً على جهة معينة أو شخص محدد ،فقد أصبح بإمكان أي شخص يمتلك الوسيلة وبعض المهارات التقنية أن يكون بنفسه منتجا وناشرا للمعلومة وفي ظل هذه الوفرة المعلوماتية ولمحدودية مصادرها ،فإن مشكلة معقدة ظهرت حين أصبح من الصعب على من يتلقى هذا الكم من المعلومات أن يميز بين الصحيح والخاطئ .

ومن هذا ارتأينا طرح الإشكالية التالية :

- كيف تؤثر المنشورات الفيسبوكية على الإشاعة السياسية ؟

وتتدرج تحت هذه الإشكالية التساؤلات التالية :

1- ماهي الحاجات والدوافع التي تكمن وراء نشر الإشاعات السياسية؟

2_ كيف يؤثر الفيسبوك على الإشاعة السياسية؟

3_ هل للإشاعة السياسية دور في توجيه سلوك الفرد نحو أداء واجباته الوطنية ؟

الفرضيات:

وكإجابات مبدئية للتساؤلات السابقة نذكر:

1_ يمكن ان تكون الدوافع وراء نشر الاشاعة السياسية تهديد للأمن الوطني للدول والمجتمعات في ظل لجوء البعض الى توظيفها بشكل سلبي .

2_ قد يؤثر الفيسبوك على الاشاعة السياسية من خلال نشرها وتداولها بين الافراد من ناحية سلبية أو ايجابية وهذا يرجع لاستخدامها وللغرض الذي نشرت من أجله .

3_ يمكن أن تؤدي الاشاعة السياسية إلى تحريض للشباب ضد النظام وخلق فتنة في المجتمعات.

تحديد مفاهيم الدراسة:

الفيس بوك: موقع للتواصل الاجتماعي يمكن الدخول اليه مجانا وتديره شركة فايسبوك محدودة المسؤولية كملكية خاصة لها، يمكن المستخدمين الانضمام إلى الشبكات وذلك من أجل الاتصال بالآخرين والتفاعل معهم¹

ويعرف أيضا بأنه: موقع يساعد على تكوين العلاقات بين المستخدمين، يمكنهم من تبادل المعلومات والملفات والحوارات الشخصية ،ومقاطع الفيديو والتعليقات كل هذا يتم في عالم افتراضي يقطع حاجز المكان والزمان .

¹ رحو حياة، عمومن هناء، مضامين صفحات الجامعات على الفيس بوك، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر، تكنولوجيا الاتصال الجديدة، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2014، 2015، ص34

وفي تعريف آخر :يعتبر الفيس بوك من الشبكات الاجتماعية الاكثر انتشارا في العالم نظرا لسهولة استخدامه ،وهو موقع للتواصل الاجتماعي يتركز على شبكة الانترنت online (والتي تعتبر بمثابة المنظومة الرابعة)ويعتمد تقنية الجيل الثاني للويب ، له خصائص ومميزات عديدة مثل الدردشة والمحادثة وارسال الصور.¹

التعريف الإجرائي للفيس بوك : هو شبكة اجتماعية على الانترنت تنتج لمستخدميها إدخال بياناتهم الشخصية ومشاركتها مع بقية مستخدمي الموقع ،وتتعلق هذه البيانات بالحالة الاجتماعية ،الدراسات ،الاهتمامات ووضع هذه البيانات في الموقع الذي يتيح إيجاد الاصدقاء تمهيدا لإنشاء مجموعات ودعوة بقية مستخدمي الموقع للانضمام إليها والبقاء على اتصال دائم بهم من خلال مشاركتهم في الملفات المكتوبة والصور والفيديو.

الانترنت : هي مجموعة متصلة من شبكات الحاسوب التي تضم الحواسيب المرتبطة حول العالم والتي تقوم بتبادل البيانات فيما بينها بواسطة تبادل الحزم بإتباع بروتوكول الانترنت الموحد.²

وهي شبكة اتصال جماهيرية ضخمة جدا وغير مركزية وتربط مجموعة كبيرة شبكات الحاسب الآلي المنتشرة في أنحاء العالم حيث تتبع كل شبكة جهة مستقلة مثل الجامعات ومراكز البحوث ،الشركات¹.

¹ -عامر فتحي حسين ،وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة الى الفيس بوك،العربي للنشر والتوزيع ،القاهرة 2011،ص 187

² -عامر فتحي حسين،وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة الى الفيس بوك، مرجع سبق ذكره،ص189

التعريف الإجرائي للإنترنت: مؤسسة علمية واسعة النطاق باعتبارها مجموعة من ملايين الحواسيب المنتشرة جغرافيا عبر العالم مرتبطة من خلال شبكات محلية وشبكات متنوعة في العالم بغرض نقل المعلومات ومختلف البيانات على الشبكة والإنترنت اليوم أصبحت من مصادر المعلومات الحديثة لكونها وعاء ضخم من المعلومات المتجددة، لذلك توسع استخدامها كوسيلة بحث وأداة هامة للعلم والمعرفة .

الإشاعة السياسية: تعتبر الإشاعة بأنها ترويج لخبر مختلف لا أساس له من الواقع تعتمد المبالغة والتشويه والتهويل في سرد خبر فيه جانب ضئيل من الحقيقة أو إضافة معلومة كاذبة أو مشوهة لخبر معظمه صحيح والتعليق عليه بأسلوب مغاير للواقع أو الحقيقة، وذلك بهدف التأثير النفسي في الرأي العام المحلي أو الاقليمي أو العالمي أو القومي تحقيقا لأهداف سياسية على نطاق دولة واحدة أو عدة دول .²

التعريف الإجرائي للإشاعة السياسية : الدعاية السياسية هي محاولة للتأثير على الرأي العام وعلى سلوك المجتمع، وتعتبر اللغة السياسية الموجهة إلى الجماهير والتي تستعمل رموز وكلمات خاصة وهدفها هو التأثير على موقف الجماهير إزاء قضية معينة .

² - عبد الرزاق الدليمي، الدعاية والشائعات والرأي العام، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الثانية، 2015 ص112-566 Jan Robertson(1981) Sociology_Second Edition Worth Pblishers I N C_new york_

أهداف الدراسة:

1- إبراز أهم الحاجات والدوافع التي تكمن وراء نشر الاشاعات السياسية من طرف

الطلبة خاصة

2- ترصد كيفية تأثير موقع التواصل الاجتماعي على الاشاعة السياسية

3- ترصد العلاقة بين المنشورات الفيسبوكية و توجيه سلوك الفرد نحو أداء واجباته

الوطنية .

أهمية الدراسة:

1- تتبع أهمية الدراسة الحالية لتناولها موضوع من أبرز وسائل الاتصال الحديثة والتي

نمت نموًا لم تشهده أي وسيلة اتصالية أخرى

2- وتبرز أهمية الدراسة أيضا في دراسة العلاقات القائمة على أساس التأثير على

الاشاعة السياسية

3- يستمد البحث أهميته بإعتباره يمس مجموعة كبيرة من الشباب وهم مستخدمي مواقع

التواصل الاجتماعي (الفيس بوك) .

الحدود المكانية والحدود الزمانية للدراسة :**الحدود المكانية:**

اقتصرت الدراسة على عينة من طلبة كلية العلوم الانسانية ،قسم الاعلام والاتصال بجامعة عمار تليجي بالأغواط .

الحدود الزمانية :

أجريت الدراسة خلال فترة زمنية كانت بداية من شهر فيفري إلى غاية شهر ماي للعام الدراسي 2018-2019.

تحديد مجتمع وعينة الدراسة :

يتكون مجتمع الدراسة المرتبط بهذا الموضوع من 80 مفردة تمثلت في طلبة كلية العلوم الانسانية قسم الاعلام والاتصال جامعة عمار تليجي بالأغواط ،هذا بالنسبة لمجتمع البحث أما نوع عينة الدراسة فهي عينة قصدية أي مفرداتها تكون مقصودة وتعطي فرصا متساوية لكل مفردة .

تحديد التقنية المستخدمة في البحث:

الملاحظة: الملاحظة هي عملية مراقبة ومشاهدة السلوك والظواهر والمشكلات والأحداث ومتابعة سيرها واتجاهاتها وعلاقتها بأسلوب علمي منظم ومخطط، بقصد التفسير وتحديد العلاقة بين المتغيرات والتنبؤ بسلوك الظاهرة وتوجيهها لخدمة الانسان وتلبية حاجاته.¹

والملاحظة نوعين ملاحظة بسيطة، وملاحظة علمية منظمة حيث اعتمدنا على الملاحظة البسيطة التي تعتمد على الحواس وتتم في الظروف الطبيعية وبشكل تلقائي وعادة ما تستخدم في مجالات البحوث النفسية والاجتماعية والتربوية.

ويرجع سبب اعتمادنا لهذا النوع من الملاحظات من أجل ملاحظة الظواهر التي تقيدها في الدراسة الميدانية لمعرفة إقبال طلبة كلية العلوم الانسانية قسم علوم الاعلام والاتصال بالأغواط على موقع الفيس لتتبع ونشر الأخبار وانعكاساتها على ردود افعالهم²

الاستبيان: لقد اعتمدنا في هذه الدراسة على أداة الاستبيان باعتباره أداة أساسية التي وزعت على عينة من مستخدمي "الفيسبوك" بكلية العلوم الانسانية قسم علوم الاعلام

¹ -محمد منير حجاب، الأسس العلمية لكتابة الرسائل الجامعية، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة 2000
² -أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الطبعة 4، الجزائر

والاتصال بالأغواط باعتباره من أكثر المواقع استخداما حسب ما أفادت به العديد من الاحصائيات .

تعتبر الاستمارة أداة هامة من الأدوات المنهجية التي تستعمل في جمع البيانات والمعلومات المتعلقة بموضوع الدراسة ،وهي عبارة عن مجموعة من الاسئلة المصممة بعناية ودقة بحيث تكون متسلسلة وواضحة الصياغة ،وهو أكثر أدوات جمع البيانات استخداما لإمكانية جمع المعلومات من خلاله عن موضوع معين من عدد كبير من الأفراد المجتمعين أو غير المجتمعين في مكان واحد .¹

المنهج المعتمد للدراسة:

من أجل الدراسة المعمقة والتحليل الشامل لمختلف العناصر والمتغيرات المؤثرة في مفردات البحث والسعي الى تبيان أهمية وتأثير المنشورات الفيسبوكية على الاشاعة السياسية ،اعتمدنا على المنهج الوصفي التحليلي لأنه يمكن من وصف وتحليل الموضوع المراد دراسته من خلال منهجية علمية صحيحة بغية الإجابة على الاشكالية المطروحة والتعرف على مدى صحة الفرضيات، أما من الناحية التطبيقية اعتمدنا على المنهج الإحصائي وهذا من خلال الاستناد على الإحصائيات للتحليل واستخلاص النتائج عبر اختبار الفرضيات وتحليل النتائج بالاعتماد على طريقة الجداول المبسطة.

¹ - محمد شفيق الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، الاسكندرية، 1999 ص30

الفصل الثاني: ماهية الفيس بوك

محتويات الفصل الثاني:

- 1- تعريف ونشأة الفيس بوك
- 2- خصائص الفيس بوك
- 3- تطبيقات الفيس بوك
- 4- استخدامات موقع الفيس بوك
- 5- ايجابيات وسلبيات الفيس بوك

تمهيد :

شهد العالم في السنوات الأخيرة نوعاً من التواصل الاجتماعي بين البشر في فضاء إلكتروني افتراضي، قرب المسافات بين الشعوب وألغى الحدود وزلج بين الثقافات وسمي هذا النوع من التواصل بين الناس شبكات التواصل الاجتماعي، وتعددت هذه الشبكات واستأثرت بجمهور واسع المتلقين، ولعبت الأحداث السياسية في العالم دوراً بارزاً في التعريف بهذه الشبكات، وبالمقابل كان الفضل أيضاً لهذه الشبكات في إيصال الأخبار السريعة في شهرة وانتشار هذه الشبكات وأهمها الفيس بوك .

1- مفهوم ونشأة الفيس بوك :

1-1- مفهوم الفيس بوك:

الفيس بوك هو عبارة عن مواقع على شبكة الانترنت ،يتواصل من خلالها الملايين من البشر تجمعهم اهتمامات مشتركة ،حيث تتيح هذه الشبكات لمستخدميها مشاركة الملفات والصور وتبادل مقاطع الفيديو وإنشاء المدونات وارسال الرسائل وإجراء المحادثات الفورية فيما بينهم .¹

ويعرف قاموس الاعلام والاتصال dictionary of media and communications الفيس بوك على أنه موقع خاص بالتواصل الاجتماعي اسس عام 2004 ويتيح نشر الصفحات الخاصة profiles وقد وضع في البداية لخدمة طلاب الجامعة وهيئة التدريس والموظفين لكنه اتسع ليشمل كل الاشخاص .²

وفي تعريف آخر :الفيس بوك موقع للتواصل الاجتماعي يمكن الدخول اليه مجانا وتديره شركة "فيس بوك " محدودة المسؤولية كملكية خاصة لها ، فالمستخدمون بإمكانهم الانضمام إلى الشبكات التي تنظمها المدينة أو جهة العمل أو المدرسة أو الاقليم ، وذلك من أجل الاتصال بالآخرين والتفاعل معهم ، كذلك يمكن للمستخدمين

1_Jan Robertson(1981) Sociology_Second Edition Worth Publishers I N C_new York 566p18

2_ marcel damesi –dictionary of medaia and communications M-E-sharpe new york 2009-p117-

إضافة أصدقاء إلى قائمة أصدقائهم وإرسال الرسائل إليهم ،وأيضاً تحديث ملفاتهم الشخصية وتعريف الأصدقاء بأنفسهم .¹

ومن التعاريف السابقة يمكن استنتاج التعريف التالي:

الفيس بوك هو أحد مواقع التواصل الاجتماعي والتي يمكن الوصول إليها على الشبكة العنكبوتية من خلال الرابط (facebook.com) وتتيح الشبكة لمستخدميها التعرف والتواصل ومشاركة المعلومات وتبادل الخبرات من خلال أدوات تقنية تفاعلية.

1-2-نشأة الفيس بوك :

يعد الفيس بوك من أشهر المواقع الاجتماعية على مستوى العالم ،انطلق كنتاج غير متوقع من الفيس ماش بالإنجليزية (face match) وقد قام مارك زوكر ببيرج بابتكار الفيس ماش في 2003/10/28 عندما كان يرتاد جامعة هارفارد كطالب في السنة الثانية ووفقاً لما نشرته جريدة هارفرد كريم سون فإن الفيس ماش إستخدم صوراً مجمعة من دليل صور المناخ على الانترنت والخاص بتسعة من طلبة المدينة الجامعية مع وضع صورتين بجانب بعضهما البعض ودعوة المستخدمين إلى اختيار الشخص الأكثر جاذبية .

وليتمكن مارك من تأسيس الموقع ، لجأ إلى اختراع مناطق محمية في شبكة الحاسوب الخاصة بجامعة هارفرد ،وقام بنسخ صور خاصة بالطلبة في السكن

¹ فتحي حسين عامر، وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة الى الفيس بوك، مرجع سبق ذكره، ص200

الجامعي وسرعان ما تم توجيه الموقع إلى العديد من وحدات الخدمة الخاصة بالبحر الجامعي ولكن تم إغلاقه بعد بضعة أيام من قبل إدارة جامعة هارفرد .

وقد قامت إدارة الجامعة باتهام "مارك" بخرق قانون الحماية وانتهاك حقوق التأليف والنشر وانتهاك خصوصية الأفراد مما يعرضه للطرده من الجامعة ولكن تم إسقاط الجميع التهم الموجهة إليه في نهاية النصف الثاني من العام الدراسي نفسه قام "مارك" بتأسيس موقع الفيس بوك على النطاق (the face book .com) وقد أدلى "مارك" «لجريدة هارفرد كريم سون قائلاً: لقد كان الجميع يتحدثون عن دليل الصور العالمي المأخوذ من جامعة هارفرد " أنه من السخف أن تستغرق الجامعة عامين للقيام بمثل هذا العمل يمكن أن أقوم بالأمر على نحو أفضل منهم بكثير خلال أسبوع واحد فقط.

اقتصرت عضوية الموقع على طلبة جامعة هارفرد كوليديج أقدم كليات الجامعة بحيث سجل أكثر من نصف الطلبة في هذه الخدمة وبعد فترة وجيزة انضم كل من ادوارد سافرين المدير التنفيذي للشركة وداستين موسكو فيتزر (مبرمج) واندروماكو.¹

¹ -اسماعيل عبد الفتاح عبد الكافي، شبكات التواصل والأنترنت والتأثير على الأمن القومي والاجتماعي، المكتب العربي للمعارف، الطبعة الأولى، 2016 ص 26

2- خصائص الفيس بوك:

يمتاز الفيس بوك كغيره من مواقع التواصل الاجتماعي بعدة خصائص نذكر أهمها :

1-2-العالمية :

حيث تلغى الحواجز الجغرافية والمكانية، وتتخطى فيها الحدود الدولية حيث يستطيع الفرد في الشرق التواصل مع الفرد في الغرب ببساطة وسهولة .

2-2-التفاعلية :

فالفرد فيها كما أنه مستقبل وقارئ ، فهو مرسل وكاتب ومشارك لأنها تلغى السلبية التي كانت في الإعلام القديم "التلفاز والصحف الورقية " وتعطي حيز للمشاركة الفاعلة من المشاهد والقارئ.

التنوع وتعدد الاستعمالات : فيستخدمها الطالب للتعلم ،والعالم لبث علمه وتعليم الناس والكاتب للتواصل مع القراء .¹

2-3-سهولة الاستخدام :

فالشبكات الاجتماعية تستخدم بالإضافة للحروف وبساطة اللغة الرموز والصور التي تسهل للمستخدم التفاعل .

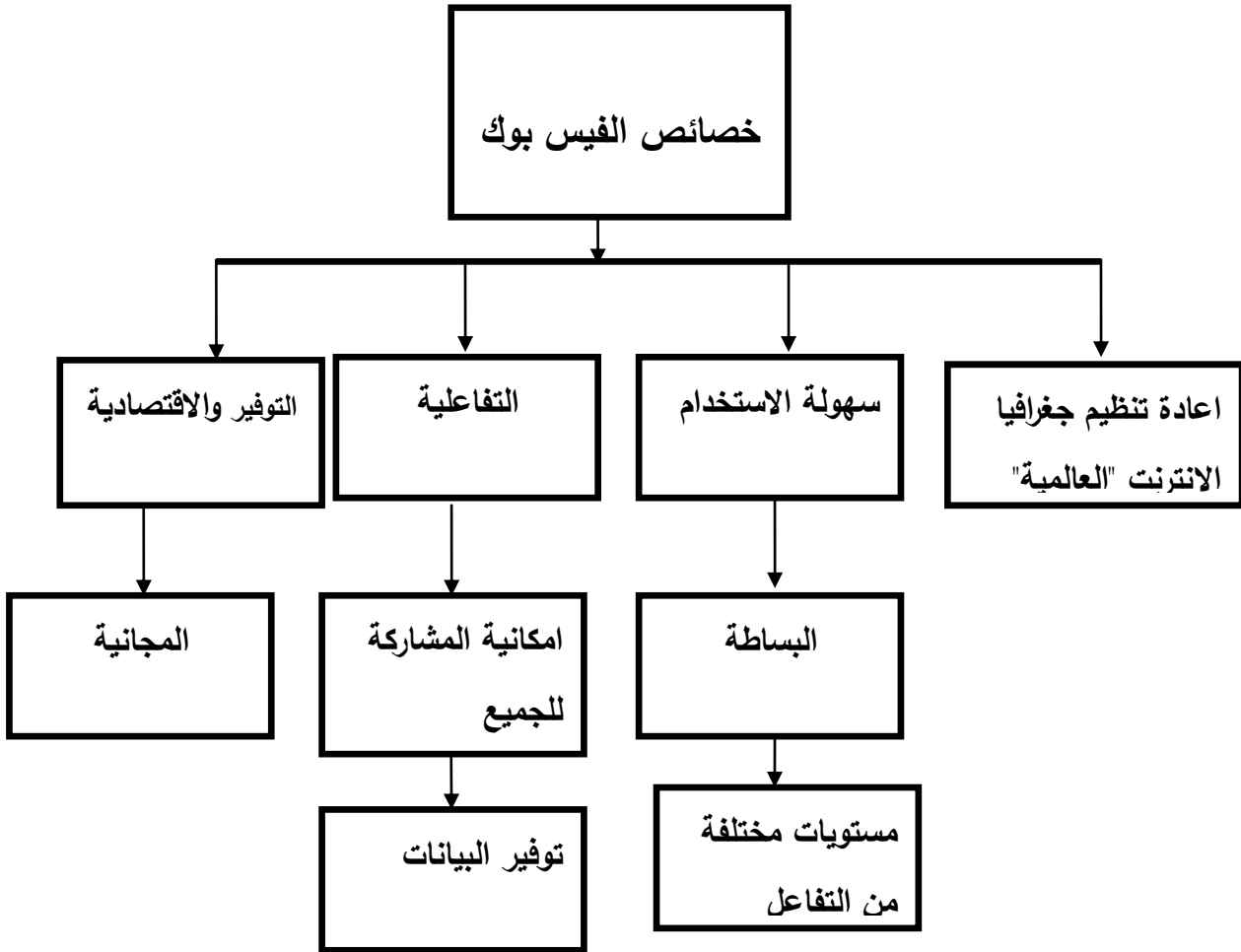
¹ -مريم نريمان نومار، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2011-2012، ص52

4-2-التوفير والاقتصادية :

الاقتصادية في الجهد والوقت والمال ،في ظل مجانية الاشتراك والتسجيل ،فالفرد البسيط يستطيع امتلاك حيز على الشبكة للتواصل الاجتماعي وليست ذلك حكرا على جماعة دون أخرى ¹.

والشكل التالي يمثل خصائص الفيس بوك

الشكل(01) يمثل خصائص الفيس بوك



المصدر: من إعداد الطالبتان

¹ - فتحي حسين عامر، وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة الى الفيس بوك، مرجع سبق ذكره، ص ص 203-205

3- تطبيقات الفيس بوك:

للفيس بوك تطبيقات نذكرها فيما يلي:

3-1- المجموعات:

يمكن لكل مشترك أن ينشأ مجموعة عبر تسميتها وكتابة تعريف عن الفكرة ثم إيميل ويتم إنشاء المجموعات لاهتمامات مشتركة أو لأعضاء نادي معين أو لحملة فكر اجتماعي كان أو ديني أو سياسي.

المجموعات لديها نفس العناصر وأدوات الصفحة الشخصية ذاتها (wall) صفحة تسمح بالكتابة فيها لجميع اعضاء المجموعة واليوم صور ومساحة للحوار (discussion) وملفات فيديو وكل ذلك يتم عبر صلاحيات المنح التي يشرف عليها مدير المجموعة.

3-2-الصفحات :

الصفحات لها نفس حيز واستخدامات المجموعة فيما عدى أنها أكثر تفاعلا عبر ظهورها في الصفحة الرئيسية لكل المستخدمين وغالبا ما يكون هذا التطبيق لـ (fanclub) معجبون للجماهير ونجوم المجتمع بحيث تكون الصفحة وسيلة للتواصل مع الشخصيات المعنية.

3-3- الصفحة الرئيسية :

يظهر بهذه الصفحة كل جديد ، تعليقات وروابط أصدقائك وذلك يحدث فقط إذا أتاح المستخدم عبر إعدادات الصلاحية مشاهدة محتويات صفحة أصدقاء أصدقائه.

3-4- الألعاب :

بالفيسبوك العديد من الألعاب المختلفة ، يستطيع المستخدم ان يستخدمها ويجتاز مراحلها مرحلة تلو الأخرى والمثير في هذه الألعاب والأكثر أهمية هو انه يمكن للمستخدم أن يدعو عدد من أصدقائه لممارسة لعبة معينة (جماعية).

3-5- المناسبات :

إقامة دعوة لأصدقائك أو لأعضاء مجموعة معينة لحدث مهم أو عمل جماعي أو اجتماع على ارض الواقع ،توضح فيه عنوان الحدث وتاريخ بدايته ونهايته وتحديد الأعضاء المدعويين له وبعض المناسبات تكون مفتوحة لأي عضو في الفيسبوك .¹

آلية التواصل بين أعضاء موقع الفيس بوك :

من بين اهم آليات التواصل في موقع الفيسبوك هي :

1-التعليقات:

خاصة التعليقات متاحة بين الاصدقاء وفي المجموعات والصفحات المنضمين لها ،ذلك يعتمد ايضا على الصلاحيات الممنوحة ،يمكن للمستخدم أن يكتب تعليقا في

¹ - رحو حياة، عمومن هناء، مضامين صفحات الجامعات على الفيس بوك، مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر اكاديمي في تكنولوجيا الاتصال الجديدة، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة،2014/2015ص28

مساحة يمكنك الضغط على زر comment إضافة تعليق وفي نفس المساحة يمكنك أن تضيف رابط موقع أو صورة .

2-الإشارة :

خاصية الإشارة متاحة في الصور والفيديو والنوت بحيث يمكنك أن تلفت انتباه أصدقائك عبر الفيسبوك وبالتالي سترسل لهم تنبيهات لأي تحديث جديد الصورة .

3-الإعجاب :

خاصية معجب أيضا متاحة بنفس آلية التعليقات بين الأصدقاء والمجموعات والصفحات المنضمين لها ، ذلك يعتمد أيضا على الصلاحيات الممنوحة حيث يمكن للمستخدم أن يقوم بعمل معجب لأي تحديث جديد في نص أو صورة أو فيديو لأصدقائك .

4-النكزة :

خاصية نكزة "غمزة" تتيح إرسال نكزة افتراضية لإثارة الانتباه إلى بعضهم البعض وهي عبارة عن اشهار يخبر المستخدم بأن أحد الأصدقاء يقوم بالترحيب به .¹

¹- رحو حياة، عمومن هناء، مضامين صفحات الجامعات على الفيس بوك، مرجع سبق ذكره، ص ص 30-32

4-استخدامات صفحات الفيس بوك:

3-1- الاستخدامات الإدارية:

تعتمد أغلب الدوائر الحكومية كالمؤسسات العمومية والخاصة على الفيس بوك للوصول إلى أكبر قدر ممكن من الجماهير بهدف قياس توجهاتهم وتطوير خدماته، وقد تطور الأمر تدريجيا لحد الوصول الى اعتباره مؤشرا لمدى الالتزام المسيرين ورغبتهم في تطوير مؤسساتهم .

ويرى كثير من الباحثين أن الجاذبات التي يشهدها الوطن العربي في السنوات الأخيرة بضرورة تسخير الفيس بوك من خلال إنشاء صفحات وتطويعها كخدمة لمصالحهم على الأقل في الحفاظ والتقرب من المجتمع، قد لجت معظم الدوائر الإدارية إلى تطوير أداتها اعتمادا على التواصل المباشر مع موظفيها.

هناك من تجاوزت هذه الأمور الى خدمة أفراد من خلال هذه الشبكة ،لكن في المجمل يبدو أن الفيس بوك استطاع أن يفرض لغة الأمر الواقع على الجميع، ولم يبقى للمؤسسات الرسمية ولا الدوائر الحكومية المتعددة وسعا أن تتجاهل المساحة التي يشغلها في الواقع اليومي للمجتمع.

3-2- الاستخدامات الاخبارية:

أصبح الفيس بوك واحدا من مصادر الأخبار لكثير من المتابعين، وهي أخبار غالبا ما تكون سريعة جدا دون تأثيرات تتميز بأنها من مصدر الخبر كما هو دون تحليل، وهذا ما يبعد قليلا من التخوف الخلفية العقائدية.

أو السياسية التي قد يحرر بها الصحفيون مقالاتهم وتعليقاتهم، ويوفر كثير غيرها من الاستخدامات الاخبارية "الاعلامية" في مجال الألعاب والترفيه والسياحة أو الجوانب الأخرى المتعلقة بالاستخدامات الدينية أو السياسية أو الايديولوجية للإشهارو التسوق وغيرها.

استنادا الى هذا المجال يبدو أن صفحات الفيس بوك كغيرها من صفحات شبكات التواصل الاجتماعي أخذت منحى آخر جد مهم ومؤثر وقد ينجلي ذلك بشكل واضح في أحداث الانتفاضات التي شهدتها الدول العربية بالخصوص تونس وليبيا، في نقل كل أخبار وتفصيل هذه الأحداث والوقائع عبر صفحات التواصل الرسمية على موقع الفيس بوك.

3-3- الاستخدامات التعليمية:

إن الدور الذي تقوم به الصفحات التواصلية التعليمية عبر الفيس بوك في نقل المعاف وتنمية التعليم الرقمي بالغ الأهمية ، حيث يعمل على الحفاظ على القيم الاجتماعية فيه ، وإتاحة الفيس بوك الفرصة لمشاركة أفكارهم في المواضيع التعليمية¹ ومن هذا اصبح هناك صفحات خاصة بالمواد التعليمية أو المقررات الدراسية، ويعتبر هذا في حد ذاته كإحدى الإضافات التي قدمها الفيس بوك في مجال المعرفة بالإضافة الى ما يميز هذه الصفحات أنها توفر على الباحث عناء الاستخدام في البحث والتقصي.

4- إيجابيات وسلبيات الفيس بوك:**4-1- إيجابيات الفيس بوك:**

يمكن إيجاز إيجابيات الفيس بوك فيما يلي:

* إتاحة هذا الموقع لمستخدميه تبادل الخبرات والاهتمامات والآراء فيما بينهم وإطلاق إبداعاتهم ومواهبهم الكامنة، حيث أصبح يمثل النافذة التي يطل من خلالها الشباب على العالم الخارجي.

* إتاحة الفرصة للتواصل بين الأعضاء المشتركين في هذا الموقع.

¹ - مزري تشين، قصة الفيس بوك-ثورة وثروة، ترجمة الهلالي وائل محمود، الطبعة الأولى، اصدارات سطور الجديدة، القاهرة ، 2010، ص91

* إمكانية فرز الأصدقاء وتصنيفهم حسب أي معلومات مضافة عنهم كزملاء الدراسة أو العمل أو حسب المهنة.

* مثل هذا الموقع منتديات افتراضية حيث مكن من تكوين العديد من الملتقيات الاجتماعية عبر شبكات التواصل الاجتماعي (الفيس بوك، التويتر.....) منها على سبيل المثال ملتقى العرب من المحيط إلى الخليج، ملتقى طلبة شبكة جامعة عجمان للعلوم والتكنولوجيا.

* يقدم خدمات متعددة للمؤسسات وأصحاب الأعمال من خلال الإعلان عن الوظائف، اختيار الموظفين، وكذا الترويج والتسويق للمنتجات.¹

4-2- سلبيات الفيس بوك:

من أبرز عيوب وسلبيات موقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك :

* بث الأفكار الهدامة وزرع بذور الفتنة والتفرقة في المجتمع وجمع الشباب حول ما يهدم ولا يفيد .

* يكون الفيس بوك مربعا خصبا للإشاعة المعلومات المضللة ومن ثم بث الوعي الموهوم .

* ضياع الوقت بسبب الإبحار والاستغراق في هذه الشبكات الأمر الذي يؤدي الى التلاشي التدريجي لعملية التواصل المجتمعي على أرض الواقع .

¹ - عامر فتحي حسين، وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة إلى الفيس بوك، مرجع سبق ذكره، ص56

* استخدام المعلومات والبيانات الشخصية قد يؤدي في بعض الأحيان للاستخدام المضاد او المسيء لهذه المعلومات .

* إن استخدام هذا الموقع من خلال الشبكات الخاصة قد أدى الى انعدام الخصوصية فليس هناك رقابة على المعلومات التي يتم تحميلها على مواقع هذه الشبكات ، كما أنه لا توجد قوانين عقابية رادعة تعاقب من يقتحم خصوصية الأشخاص من خلال هذه المواقع.

* إن الاستخدام المفرط لهذه الشبكات من قبل فئة الشباب والذي ترافق معه استخدام دارج لبعض اللغات وعلى رأسها العربية سوف يؤدي إلى قتلها بشكل تدريجي .¹

¹ - اسماعيل عبد الفتاح عبد الكافي شبكات التواصل والأنترنت والتأثير على الأمن القومي والاجتماعي ، مرجع سبق ذكره، ص41

الفصل الثالث: الإشاعة ومواقع التواصل الاجتماعي (الفييس بوك)

محتويات الفصل الثالث:

- 1- تعريف ونشأة الإشاعة السياسية
- 2- اساليب الإشاعة السياسية
- 3- تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الإشاعة
- 4- انتشار الإشاعة عبر مواقع التواصل الاجتماعي
- 5_ طرق مكافحة الإشاعة

تمهيد:

كثرت الإشاعات في الآونة الأخيرة بشكل لافت للانتباه، خاصة عبر مواقع التواصل الاجتماعي (الفييسبوك) بحيث مست جميع المجالات (الاجتماعي، الاقتصادي وحتى السياسي) وقد أصبح الفييسبوك الأداة الفاعلة في ذلك من خلال نشر أخبار مجهولة المصدر وتداولها بين المتفاعلين.

1- مفهوم ونشأة الإشاعة السياسية :

1-1- مفهوم الإشاعة السياسية :

أ/لغة:

جاء في اللسان :شيعت فلانا اتبعته ، وشايعه :تابعه وقواه ،ويقال شاعك الخبر: أي لا فارقك، ومنه تشييع النار بإلقاء الحطب عليها ،وتشييع في الشيء هلك في هواه والشيوخ :ما اوقدت به النار...والمشييع العجول...وشاع الشيب :انتشر وشاع الخبر ذاع ،واشاع ذكر الشيء اطاره...والشاعة الاخبار المتشردة ،ورجل مشياع :مذياع لا يكتم سرا ،وشاع الصدع في الزجاجه :استطار .¹

ب/اصطلاحا:

هناك عدة تعريفات :

*البورت : هي كل قضية أو عبارة مقدمة للتصديق ،تتناقل من شخص الى شخص دون أن تكون لها معايير أكيدة للصدق .

*هي الأحاديث والأقوال التي يتناقلها الناس ،والقصص التي يروونها دون التثبيت من صحتها أو التحقق من صدقها .²

كما نلاحظ هناك عدة صلات بين المعنى اللغوي والاصطلاحي منها :

¹ - عبد الرزاق الدليمي، الدعاية والشائعات والرأي العام ، الدعاية والشائعات والرأي العام، مرجع سبق ذكره، ص5

² - انتصار موسى دعاك، الشائعات الالكترونية وتأثيرها على الرأي العام، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر صحافة واعلام، الجمهورية السعودية ،منطقة جازان.

1- الذبوع والانتشار .

2- الملازمة ، فمن المعاني اللغوية : لا شاعك الخير اي لا فارقك ، والاشاعة غالبا ما تلزم صاحبها فلا تفارقه .

3- المتابعة، فالناس غالبا ما يتابعون الشائعة دون تمحيص .

أما الاشاعة السياسية فتختلف المفاهيم بحسب آراء الكتاب والباحثين ولكنهم جميعا يشتركون في أن الاشاعة السياسية هي : محاولة للتأثير على الرأي العام وعلى سلوك المجتمع ، وهي اللغة السياسية الموجهة الى الجماهير والتي تستعمل رموز وكلمات خاصة وهدف الاشاعة هو التأثير على موقف الجماهير إزاء قضية معينة .¹

نجد أن التعريف السابق ينصب في نقطة واحدة هي الإقناع لتوجيه الرأي العام وتغيير السلوك ، وفي هذا السياق يعتقد تايلر أن الإشاعة نجحت بتطوير مجموعة من الأصول والقواعد التي تستهدف "الإقناع" وأن الإشاعة هي فن الإقناع ، وأما الأصول والقواعد هي :

*كسب مظهر الصدق (كسب ثقة المتلقي المراد إقناعه)

*البساطة والتكرار (للاوصول إلى أذهان ومشاعر المتلقي التي تتذكر ما استوعبته

بسهولة وكثرة)

¹ - انتصار موسى دعاك، الشائعات الالكترونية وتأثيرها على الرأي العام، مرجع سبق ذكره، ص

*استخدام الرموز وضرب الأمثلة (فالذاكرة البشرية يسهل أن تختزن وتستدعي الصور

ذات الدلالات المرتبطة بمخزون الذاكرة الموروث او المكتسب)

والإشاعة اليوم تشكل امتدادها عبر التاريخ وأنها كانت موجودة على مر العصور

ولكن بأشكال مختلفة وهذا ما يؤكد أيضا (تايلور) في كتابه موضوع البحث ،كما أن

الاصول التي اشار اليها عمل بها على مر العصور حتى ولو لم يكن العمل ضمن

هذه الاطر الموضحة أعلاه بشكلها المنصوص عليه إذ أن محاولة كسب الصدق

والتكرار واستخدام الرموز استخدمت كأصول للإشاعة في مراحل التاريخ المختلفة

سواء كان ذلك على مراحل مختلفة وبشكل مقصود مخطط له وبفهم لتفصيلات

الاصول ودراسة لرد الفعل المتوقع ،أو دون ذلك ربما في أحيان قليلة.

1-2-نشأة الإشاعة وتطورها التاريخي :

تطورت الإشاعة عبر الازمان على حسب الهدف المنشود .ففي إشاعة إبليس اللعين

لأبينا آدم عليه السلام من طين ولذا عصا أمر الله له بالسجود لآدم .

وعندما بعث الرسول محمد صلى الله عليه وسلم أشيع في قومه أنه كاذب رغم معرفتهم

بأمانته التي عهد بها فاستخدموها في مواقع كثيرة بقصد النيل منه ،في غزوة أحد

أشيع مقتله على لسان أبي سفيان بن حرب ولولا لطف الله بالمسلمين لنالت منهم

الشائعة كل منال ،وقد انبرى فيما بعد المنافق عبد الله بن أبي سلول بإشاعة حادثة

الافك وكم آمت الرسول صلى الله عليه وسلم وأحزنته ولكن الله حسمها وحيا ينزل على رسوله الكريم .

وهكذا كانت تسير قوافل الإشاعات في الحرب والسلام الى زماننا هذا ،ففي الحرب العالمية الثانية كانت تستخدم الإذاعات من داخل المانيا أو على حدودها لإعلان معارضة هتلر ونظامه النازي بينما كان الهدف الحقيقي خداع اعداء هتلر ونظامه وبت الشائعات لتحطيم الروح المعنوية لديهم ،وقد حدث ما يشبه ذلك في إحدى محطات فرنسا على لسان شخص يدعى فرودنيت الذي كان يزعم انه فرنسي محب لوطنه بتوجيه اذع النعوت الى حكومته التي يدعي انها تتمتع بكل مباحج الحياة بينما الجنود يعانون ويلات الظروف القاسية ،وهناك اشاعة اخرى اثناء الحرب العالمية الاولى والثانية تتلخص في أن أسيرا أمريكيا كان معتقلا في معسكر الماني ارسل خطابا لأسرته يفيد بأن أسريه قطعوا لسانه وقد كانت هذه الاشاعة تنافي الحقيقة حيث إن الخطاب عليه طوابع بريد في حين ان خطابات الأسرى لا توضع عليها طوابع بريد واكبر كذبة نعيشها اليوم هي كذبة اسرائيل الكبرى التي ادعت بأن فلسطين هي وطنها كما أدعت هيكل النبي داوود عليه السلام معروف المكان والاثر في القدس وهذه أم الشائعات التي روج لها الغرب كثيرا واسرائيل بصفة خاصة وأصبحت واقعا نعيشه بكل اصناف الصلف والعذاب والتشريد لإخواننا في فلسطين .¹

¹ -محمد منير حجاب، الشائعات وطرق مواجهتها، دار الفجر، 2007، ص 101

2-أساليب الإشاعة السياسية :

إن مصدر الإشاعة في الماضي كان فقط الكلمة المنطوقة كأول أسلوب اتجه الانسان في نقل إشاعته إلى الجهة التي يستهدفها ومن ثم يبحث عن طريقة انتقال هذه الإشاعة المنطوقة كمثل تبادل الحديث في الجلسات المتنوعة أو ارسالها عبر وسائل الانتقال البدائية كالحيوانات التي يستخدمها كوسيلة للترحال أو حتى سيرا على الأقدام عبر الجبال .

غير أن أسلوب انتشار الإشاعة تطور عبر السنين الى وسائل عصرية تواكب زمنها خاصة بعد اكتشاف الهاتف الى جانب الفاكس والتلكس ومن ثم وسائل الاعلام المختلفة كالصحافة المكتوبة ،فالمسموعة كالإذاعة والمرئية كمحطات التلفزيون ووكالات الانباء وأخيرا شبكة العنكبوتية التي جعلت العالم قرية صغيرة وبالتالي ازدادت سرعة انتشار الإشاعة بازدياد التقنية المستخدمة كوسيلة ، فبواسطة البريد الالكتروني يمكن الآن ارسال كمية هائلة من المواد والمعلومات خلال وقت قصير بين المرسل والمستقبل ، وقد تشمل هذه المواد الصور والرسومات والمخططات الايضاحية التي تساعد في زيادة قناعة المتلقي كما يمكن برمجة الحاسوب ليقوم بهذه المهمة خير قيام وتتضح اهمية تكنولوجيا العصر الحديث في ازدياد سرعة انتشار الإشاعة كما تفعل الولايات المتحدة الآن .

حيث تستخدم شبكة الانترنت والاقمار الصناعية في تثبيت دعواها المتعلقة بوجود دليل على وجود اسلحة الدمار الشامل بالعراق، ويمكن لها وقد فعلت جمع المعلومات بسرعة الانترنت الفائقة ودعمتها بالصور لتدعم شائعتها بالدليل المصطنع ولذلك لم يعد الآن هناك أية إشكالية في نقل ورسم الإشاعة وبأي سرعة تريد .

يسعى الانسان بطبعه الى كشف الاسرار ويستمتع بنشر الاسرار الغامضة المنشأ انطلاقا من شوقه الفطري إلى استقصاء المجهول لأهداف تخدم بقائه ، ومن هنا ميله الشديد الى تقبل الشائعات ونشرها ، وخصوصا تلك التي تروي فضوله الى اكتشاف ما يجهله ، أو التي تحدث دوبا وترضي رغبته بتعميم الاثارة .

بهذا احتلت الشائعة منذ القدم حيزا مهما من نسيج المجتمعات البشرية ، وتطورت مع تطور الفكر والتفاعل الاجتماعي ، لتدخل لاحقا في صلب تقنيات استقطاب الرأي العام ، ومن ثم غسل الادمغة لغايات مختلفة ، وقد ساعد الاعلام الحديث وسرعة الاتصالات على اعتماد الإشاعة المدسوسة للتوجيه المبرمج ، وذلك بعد صياغتها بأشكال تتناسب مع بناء المجتمع ، وردات فعل أفراده المتوقعة مسبقا

إننا لابد لنا أن نعرف الإشاعة وتعرف حسب قول البورت وبوستمان في كتابه سيكولوجية الإشاعة هي اصطلاح يطلق على موضوع ذات أهمية ينتقل من شخص لشخص عن طريق الكلمة الشفهية دون ان يتطلب ذلك البرهان او الدليل او المصدر

(وكذلك يذهب) جان فيرونوف (في كتابه علم النفس الاجتماعي) ضغط اجتماعي مجهول المصدر يحيطه نوع من الغموض والابهام ويحظى عادة بإهتمام قطاعات عريضة المجتمع.¹

3- تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الإشاعة :

وتبقى مسألة تنظيم الحريات العامة والخاصة من سمات الدول المتقدمة في الحريات التي يجب ان يتم الحفاظ عليها بشكل متوازي مع الموازنة بين الحقوق والواجبات ، وبين حرية الفرد وأمن المجتمع ،ومثلت الشبكات الاجتماعية واستخدامها صورة جديدة للتعبير عن حقوق الانسان ،وهو ما فرض العديد من التحديات في إطار نمو حقوق الانسان المعاصر واعتبار خدمة الانترنت هي حق أصيل من حقوق الإنسان "الرقمية" إلى جانب الحق في الاتصال والاجتماع والتعبير عن الرأي ، وأصبحت طريقة تعامل الدول مع الشبكات الاجتماعية تؤثر لدرجة التحول السياسي والديموقراطي لدى العديد من دول العالم وتتطلب طريقة التعامل مع شبكات التواصل الاجتماعي والانترنت بشكل عام للأخذ بعين الاعتبار لأهمية التوازن بين حرية الاستخدام لها كأداة لحرية الرأي والتعبير وبين ضرورة وجود ضوابط تحكم عملية الاستخدام وتحاول أن نسخرها فيما يفيد المجتمع والافراد والحيلولة دون تحولها إلى أداة خطر على امن المجتمع

¹ ناييف محمد لمرواني، الشائعات وآثارها السلبية على بنية المجتمع، مجلة الأمن والحياة، الرياض، جامعة نايف للعلوم الأمنية، العدد356،2010، ص74

،وعلى الرغم من صعوبة فرض قيود على عملية الاستخدام مقارنة بالوسائل التقليدية إلا أنها تتطلب تعامل يتواءم مع طبيعتها ، فحرية الرأي والتعبير تحتاج إلى تنظيم استخدامها للحيلولة دون إلحاق الضرر النفسي والمادي بالأفراد أو مؤسسات الدولة وهو ما تحتاج إليه الديمقراطيات في العالم ، حيث أقدمت بريطانيا والولايات المتحدة الأمريكية إلى فرض قيود استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بعد دورها في دعم الاحتجاجات والشغب بهما ، وعلى الرغم من أهمية المواجهة الامنية للاستخدام السيئ لشبكات التواصل الاجتماعي الا أنها تعد كافية بل تحتاج إلى استراتيجية شاملة يدخل بها كافة الابعاد الاخرى ذات المنحى الاخلاقي والعلمي والاجتماعي والاقتصادي والسياسي ويتطلب ذلك العمل على نشر ثقافة أمن المعلومات وحماية المستخدم على شبكة الانترنت وخاصة الاطفال ، وتغليظ العقوبات لمكافحة الجريمة الإلكترونية وتحديث الاطار القانوني الذي يحافظ على خصوصية الافراد وامنهم بتبني قانون مكافحة الجريمة الالكترونية ،والذي يتركز اهمية في العمل على تنظيم عملية الاستخدام للشبكات الاجتماعية وحماية المجتمع من مخطرها المادية والمعنوية بما يعزز الثقة والمنفعة للمجتمع ، ولعل أهم عامل يستطيع أن ينجي المجتمع من المخاطر هو دور الفرد ذاته ووعيه وثقافته التي تؤهله إلى عدم الاستجابة إلى الشائعات وتفنيد المعلومات التي ترد اليه بالإضافة أهمية نشر الوعي بالاستخدام

السيئ لشبكات التواصل الاجتماعي وأهمية دور المواطن في تعزيز ثقافة أمن المعلومات والتي تعد قوة لمن يمتلكها .¹

4- انتشار الإشاعة عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

في زمن متغير، تتسارع فيه ثورة الاتصالات لم تعد مهمة نقل الاخبار والمعلومات تقتصر على الوسائل التقليدية، بل تعدتها الى وسائل جديدة لا تقل عنها أهمية دخلت على خط نقل المعلومة وأصبحت طرفا رئيسا فيها .

ولعلى مقاطع اليوتيوب والمواقع الاجتماعية والمدونات باتت في عصر التقنية منافسا قويا في نقل المعلومة، ومع التنقل عبر مواقع التواصل الاجتماعي والبلاك بيرى نجد سيلا من المواد الخيرية مجهولة المصدر ويصنف معظمها ضمن قائمة الإشاعات التي لا تستند الى الحد الأدنى من المصادقية، وقد تتسبب في مشكلات لا حصر لها في السطور التالية حاولنا مناقشة انتشار الاخبار الكاذبة عبر وسائل الاتصال الحديثة ومواقع التواصل الاجتماعي، ومدى مسؤولية وسائل الاعلام التقليدية في زيادة حجم هذه الظاهرة عبر احجامهما عن ممارسة دورها في توعية الجمهور.

يرى راشد الخرجي المذيع ب تلفزيون واذاعة نور دبي أن الحس الذي يتمتع به الاعلامي أو الجمهور يمكن من خلاله معرفة ان كان الخبر صحيحا أو مغلوطا يستند الى مصدر أم لا؟ فكثير من الاخبار التي تنتشر بسرعة على الفيس بوك غير موثوقة ولا

¹ - وديع محمد العززي، الإشاعات وشبكات التواصل الاجتماعي - المخاطر وسبل المواجهة، مجلة الاعلام والعلوم الاجتماعية للأبحاث التخصصية، جامعة ام القرى المملكة العربية السعودية، المجلد 1، العدد3، أكتوبر 2016

تنتمي الى الحقيقة ، ويجب على الجمهور أن يتحرى دقة الخبر في أكثر من وسيلة، والبحث عن المعلومة الصادقة من خلال محركات البحث التي سهلت كثيرا عملية مطابقة الخبر في أكثر من مكان ،ولمستخدم الشبكة الالكترونية أن يعرف مدى مصداقية الخبر.

وعلى الرغم من عدم المصداقية في بعض الأخبار، لا يرى الخرجي ضرورة حجب المواقع الاجتماعية ويقول أستطيع أن أصف الدول التي تحجب المواقع الاجتماعية عن رعاياها بغير الحضرية، فالشخص أصبح يقرأ في العديد من المواقع ويأخذ ما يناسبه من دون رقيب ،ويضيف في المقابل ساهمت الوسائل الجديدة بالفعل ومع مرور الوقت في إشباع رغبات المتلقي وحقه في المشاركة الفعالة في نشر الخبر ولكن في الأغلب من دون مصداقية .¹

¹ - رحيمة الطيب عيساني، دور الانترنت وتطبيقاتها في نشر الشائعات أو النقرات الكاذبة، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2010، ص124

4- طرق مكافحة الإشاعة:

مما تقدم يجب توفر شروط لمكافحة الإشاعات حتى يتم محاربتها والقضاء عليها وتغيير الظروف التي تنشأ من هذه الطرق

*نشر الحقائق والمعلومات بصورة صحيحة وموحدة المصدر لكي لا يكون اختلاف أو غموض بها

*الاهتمام بالوعي والتعليم لخلق جيل جديد متفهم ومدرك لكي يكون الدرع الواقي لصد أي إشاعة وهذا لا يتم إلا بالتوعية الجماهيرية وليس المثقفين فقط بل كل الناس

*إنشاء معاهد ومراكز دراسات للتحليل المدروس للإشاعات وتقديم السبل الكفيلة لمحاربتها، وليس الاعتماد على التحصين الأمني فقط فالإشاعة تتغذى بروح الفضول

يؤكد اختصاصيو علم النفس والمجتمع في مجموعة دراسات أجريت في غير مكان من العالم، أن الإشاعة تنشأ من حاجة الناس إلى معرفة معلومات في إطار تطلعاتهم

الاجتماعية والاقتصادية والسياسية، وخصوصا المتعلقة منها بمصيرهم وأمنهم ووضعهم الاجتماعي بشكل عام.

إلى ذلك فالإشاعة تتغذى بحب الفضول، ونقل الخبر بدافع الشعور بأهمية معرفة أشياء يجهلها الآخرون، أو بدافع إرضاء الميل الفطري لتبادل الهمسات والتسلي وتضخيم الأكاذيب التي تحدث بليلة وتوتر .

*نشر الوعي عن طريق التعريف بالإشاعات وأهدافها

*لفت الأنظار إلى ضرورة تحليل الأخبار والأقوال قبل تصديقها ونشرها

*محااربة الإشاعة بالدلائل الحسية منعا لانسياق الرأي العام في تيارات الضغوطات

النفسية والتضليل

*تأهيل الإدارات وتوظيف مسؤولين من ذوي الكفاءة والخبرة لرفع الشعور بالثقة بين

المواطنين.¹

¹ - محمد منير حجاب، الشائعات وطرق مواجهتها، مرجع سبق ذكره، ص 42-44

الفصل الرابع: الفصل الميداني للدراسة

محتويات الفصل الرابع:

1. تفرغ وتحليل وتفسير البيانات للدراسة الميدانية.
2. نتائج الدراسة.

تمهيد:

يتناول هذا الفصل تحليل بيانات الدراسة الميدانية استنادا للمعطيات المتحصل عليها من الاستبيان التي تم توزيعها على المبحوثين ، وقدتم تبويب الاجابات في شكل جداول بسيطة تحمل الفئات التكرارية والنسب المئوية، ثم التعليق عليها لإيجاد تفسيرات لأجوبة المبحوثين.

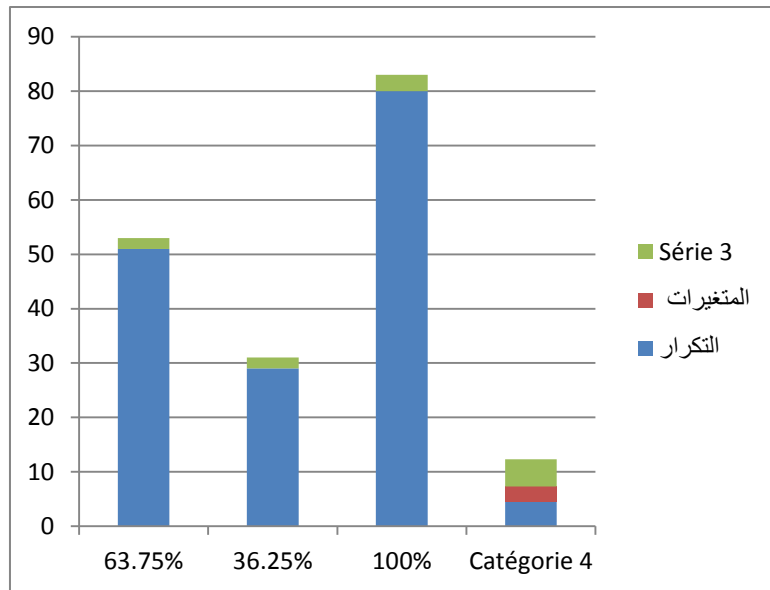
1-تفريغ وتحليل وتفسير البيانات الميدانية :

1-1-المحور الأول: البيانات الشخصية

-الجدول رقم 01 : يبين توزيع أفراد العينة حسب الجنس.

المتغيرات	التكرار	النسبة %
ذكور	51	63.75%
أنثى	29	36.25%
المجموع	80	100%

-الشكل رقم 02: يبين توزيع أفراد العينة حسب الجنس.



*القراءة الاحصائية: من الجدول وجدنا:

-أن مانسبته 63.75% تمثل جنس الذكور

-أن مانسبته 36.25% تمثل جنس الإناث

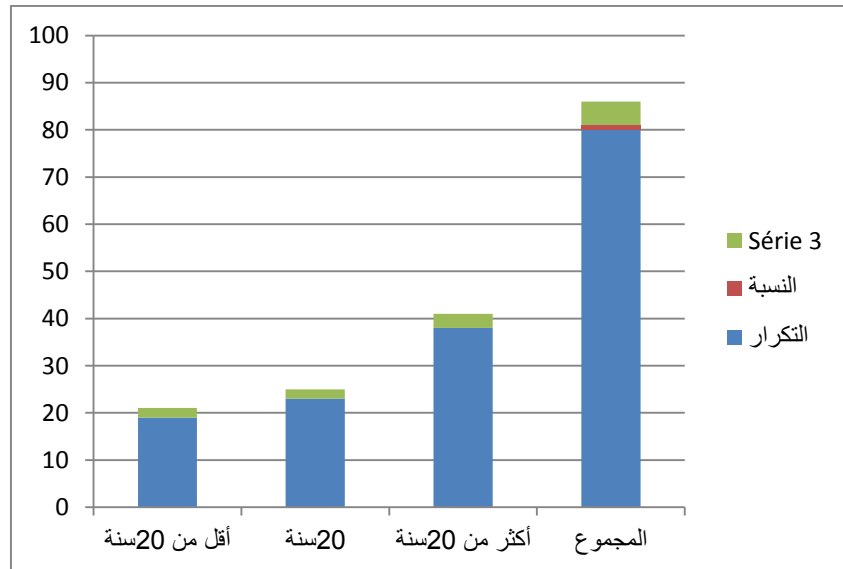
ما يقرأ من الجدول:

نلاحظ أن نسبة الطلبة الذكور تفوق نسبة الاناث، حيث أن ما نسبته 63.75% من عينة الدراسة تمثل جنس الذكور، أما جنس الاناث قدرت نسبته بـ 36.25%.

الجدول رقم 02: حسب متغير السن

المتغيرات	التكرار	النسبة
أقل من 20 سنة	19	23.75%
20 سنة	23	28.75%
أكثر من 20 سنة	38	47.5%
المجموع	80	100%

الشكل رقم 03: حسب متغير السن



*القراءة الاحصائية: من الجدول وجدنا:

- أن نسبة 23.75% تمثل السن الأقل من 20 سنة
- و نسبة 28.75% تمثل السن 20 سنة
- و نسبة 47.5% بالنسبة للسن الأكثر من 20 سنة

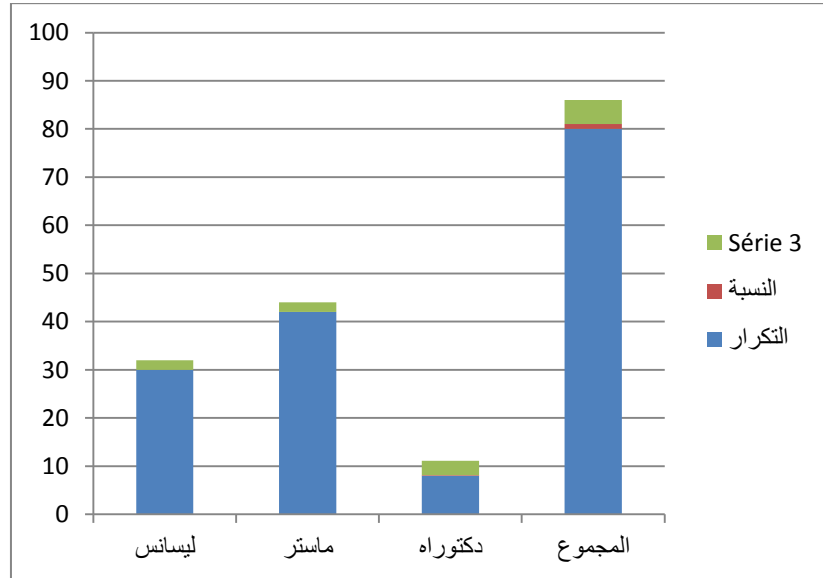
*ما يقرأ من الجدول:

نلاحظ أن نسبة الطلبة الأكثر من 20 سنة تفوق نسبة 20 وأقل من 20 سنة، بحيث بلغت نسبة الاكثر من 20 سنة 47.5% ونسبة 28.75% بالنسبة لـ 20 سنة، أما أقل من 20 سنة فبلغت نسبتها 23.75% .

الجدول رقم 03: حسب متغير المستوى الدراسي

المتغيرات	التكرار	النسبة
ليسانس	30	37.5%
ماستر	42	52.5%
دكتوراه	8	10%
المجموع	80	100%

الشكل رقم 04: حسب متغير المستوى الدراسي



*القراءة الاحصائية: من الجدول وجدنا:

- أن مانسبته 37.5% تمثل ليسانس
- أن مانسبته 52.5% ماستر
- أن مانسبته 10% تمثل دكتوراه

*ما يقرأ من الجدول:

نلاحظ أن نسبة طلبة الماستر تفوق نسبة طلبة الليسانس والدكتوراه، حيث

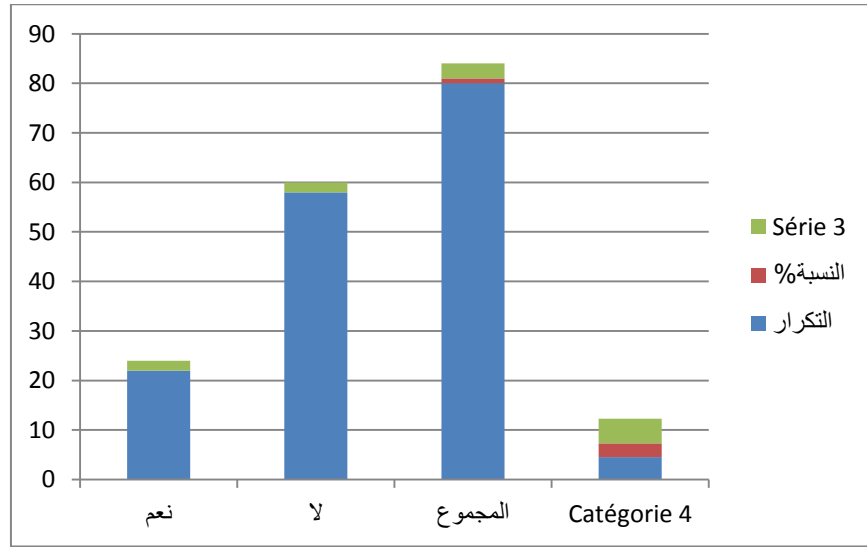
بلغت نسبتها 52.5% ونسبة 37.5% لطلبة الليسانس، أما طلبة الدكتوراه

بنسبة 10%.

الجدول رقم 04: حسب متغير الانتماء لمجموعة سياسية

المتغيرات	التكرار	النسبة %
نعم	22	27.5%
لا	58	72.5%
المجموع	80	100%

الشكل رقم 05: حسب متغير الانتماء لمجموعة سياسية



*القراءة الاحصائية: من الجدول وجدنا:

- نسبة 27.5% بالنسبة للإجابة بنعم

- نسبة 72.5% بالنسبة للإجابة بلا

*ما يقرأ من الجدول:

نلاحظ أن انتماء الطلبة لمجموعة سياسية أقل نسبة، حيث كانت نسبتهم

27.5 % أما نسبة عدم الانتماء للمجموعة السياسية مثلت أكبر نسبة ب 72.5%.

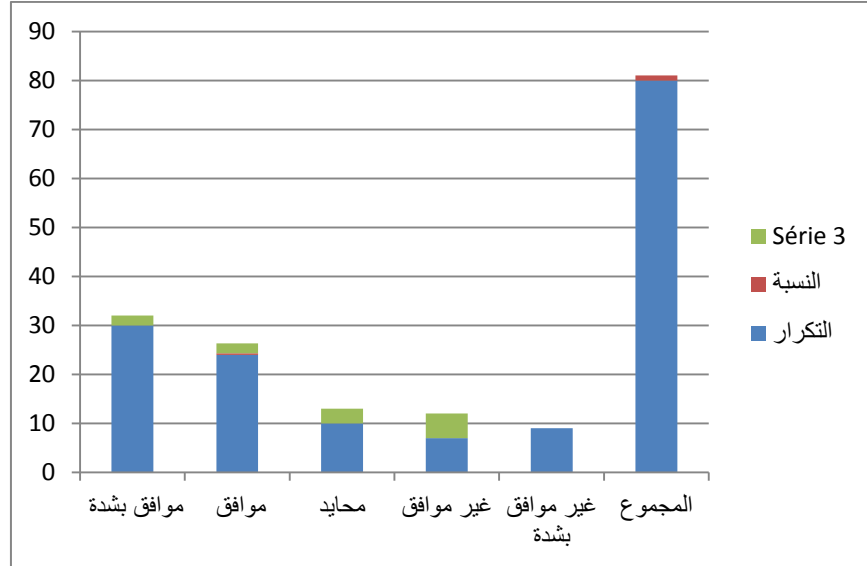
1-2-المحور الثاني: الحاجات والدوافع التي تكمن وراء نشر الإشاعة السياسية

-دوافع وحاجات داخلية وخارجية

الجدول رقم 05: تداول الإشاعة ونشرها يتم بإرادة الفرد والرغبة في تصديقها

المتغيرات	التكرار	النسبة
موافق بشدة	30	37.5%
موافق	24	30%
محايد	10	12.5%
غير موافق	7	8.75%
غير موافق بشدة	9	11.25%
المجموع	80	100%

الشكل رقم 06: تداول الإشاعة ونشرها يتم بإرادة الفرد والرغبة في تصديقها



*القراءة الاحصائية: من الجدول وجدنا

- نسبة 37.5% من أفراد العينة موافقون بشدة
- نسبة 30% من أفراد العينة موافقون
- نسبة 10% من أفراد العينة محايديين
- نسبة 7% من أفراد العينة غير موافقين
- نسبة 9% من أفراد العينة غير موافقين بشدة

*ما يقرأ من الجدول:

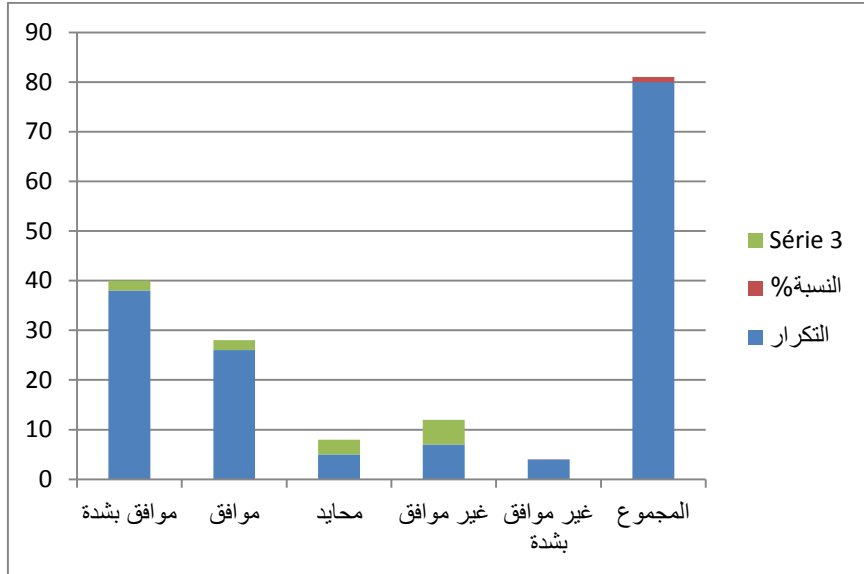
يتضح من خلال الجدول أن للفرد حاجات ودوافع تكمن وراء نشره لأي معلومة بغض النظر عن صحتها، كما أن تداولها يتم بإرادته والرغبة في

تصديقها أي أن ما ينشر عبر الفيسبوك يرجع بالضرورة إلى حاجة الفرد لذلك، بدون التأكد من مصدرها أو الناشر لهذه المعلومة ويتم التعامل معها على أساس معلومات يتم تناقلها فقط لتصل إلى أكبر عدد.

الجدول رقم 06: يعتمد مروجي الإشاعة السياسية على صيغ تعبيرية وتحفيزية عبر فيسبوك قد يجد الكثير صعوبة في مقاومتها

المتغيرات	التكرار	النسبة %
موافق بشدة	38	47.5%
موافق	26	32.5%
محايد	5	6.25%
غير موافق	7	8.75%
غير موافق بشدة	4	5%
المجموع	80	100%

الشكل رقم 07: يعتمد مروجي الإشاعة السياسية على صيغ تعبيرية وتحفيزية عبر فيسبوك قد يجد الكثير صعوبة في مقاومتها



*القراءة الاحصائية: من الجدول وجدنا:

- نسبة 47.5% من أفراد العينة موافقون بشدة
- نسبة 32.5% من أفراد العينة موافقون
- نسبة 6.25% من أفراد العينة محايدين
- نسبة 8.75% من أفراد العينة غير موافقين
- نسبة 5% من أفراد العينة غير موافقين بشدة

***ما يقرأ من الجدول:**

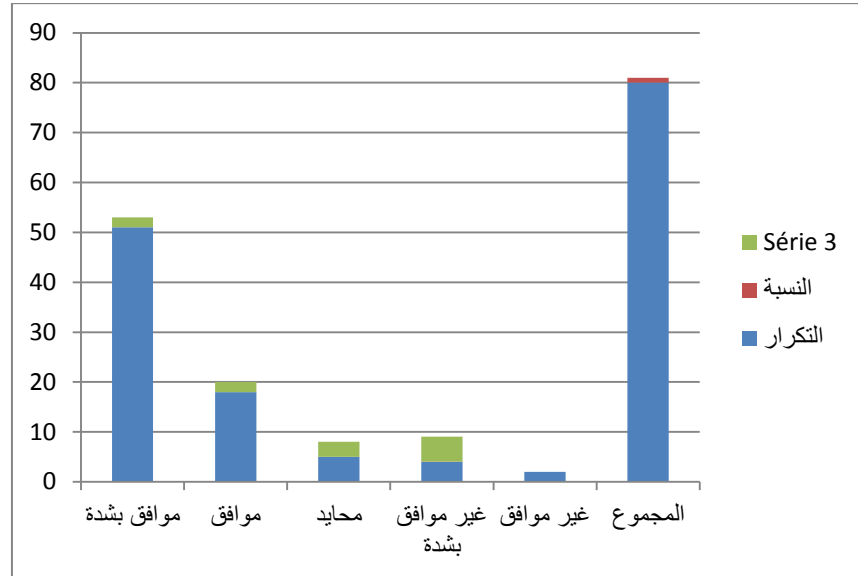
نستنتج من خلال النتائج المتحصل عليها من الجدول أن الإشاعة السياسية تعتمد على مدى قدرة ومهارة مروجي الإشاعات والصيغ التعبيرية التي يختارونها لنشرها عبر الفيسبوك وما يجعل الكثير من المتفاعلين معها يجدون صعوبة في مقاومتها ورفضها مقارنة مع غيرها من الإشاعات كونها تعتمد على أساليب بسيطة لا يكون لها تأثير في نفوس الأفراد ولا تصل إلى فكرهم .

الجدول رقم 07: تكثر الإشاعات عند قلة الأخبار الموثوقة مما يؤثر بشكل فاعل في نشر الإشاعة

المتغيرات	التكرار	النسبة
موافق بشدة	51	63.75%
موافق	18	22.5%
محايد	5	6.25%
غير موافق	4	5%
غير موافق بشدة	2	2.5%
المجموع	80	100%

الشكل رقم 08: تكثر الإشاعات عند قلة الأخبار الموثوقة مما يؤثر بشكل فاعل في

نشر الإشاعة



*القراءة الاحصائية: من الجدول وجدنا:

- نسبة 63.75% من أفراد العينة موافقون بشدة
- نسبة 22.5% من أفراد العينة موافقون
- نسبة 6.25% من أفراد العينة محايديين
- نسبة 5% من أفراد العينة غير موافقين
- نسبة 2.5% من أفراد العينة غير موافقين بشدة

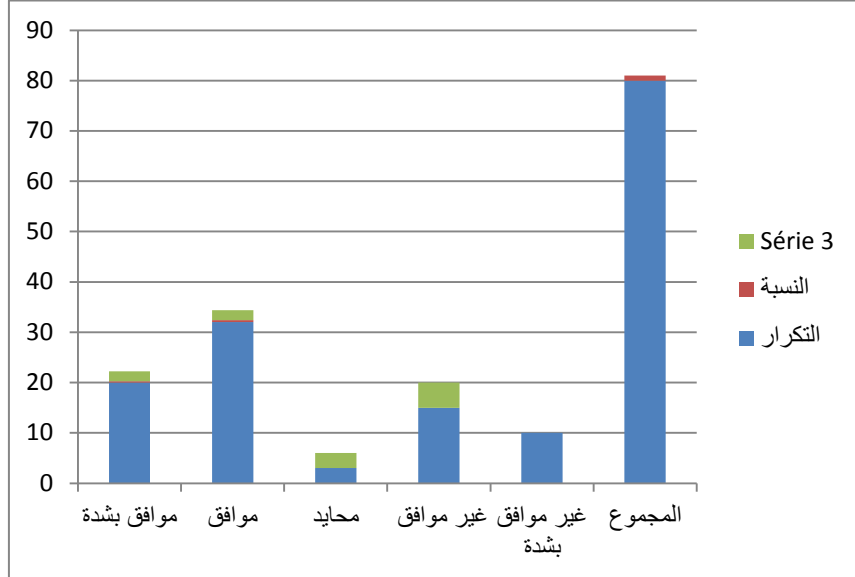
***ما يقرأ من الجدول:**

يوضح الجدول أن سبب كثرة انتشار الإشاعات عبر الفيسبوك يعود إلى قلة الأخبار الموثوقة والمستندة لمصدر واضح، وهذا ما يجعلها أكثر تأثيراً في الفرد وبشكل فاعل وهذا ما تفسره نسبة افراد العينة فالأغلبية هم الذين طرحو موافق بشدة على اعتبار أن قلة الاخبار الموثوقة تكون فرصة لنشر أي معلومة زائفة يمكن أن يصدقها الجميع .

الجدول رقم 08 : تزيد فاعلية الإشاعة السياسية عبر الفيسبوك في الحروب والأزمات

المتغيرات	التكرار	النسبة
موافق بشدة	20	25%
موافق	32	40%
محايد	3	3.75%
غير موافق	15	18.75%
غير موافق بشدة	10	12.5%
المجموع	80	100%

الشكل رقم 09: تزيد فاعلية الإشاعة السياسية عبر الفيسبوك في الحروب والأزمات



*القراءة الاحصائية: من الجدول وجدنا:

- نسبة 25% من أفراد العينة موافقون بشدة
- نسبة 40% من أفراد العينة موافقون
- نسبة 3.75% من أفراد العينة محايديين
- نسبة 18.75% من أفراد العينة غير موافقين
- نسبة 12.5% من أفراد العينة غير موافقين بشدة

*ما يقرأ من الجدول:

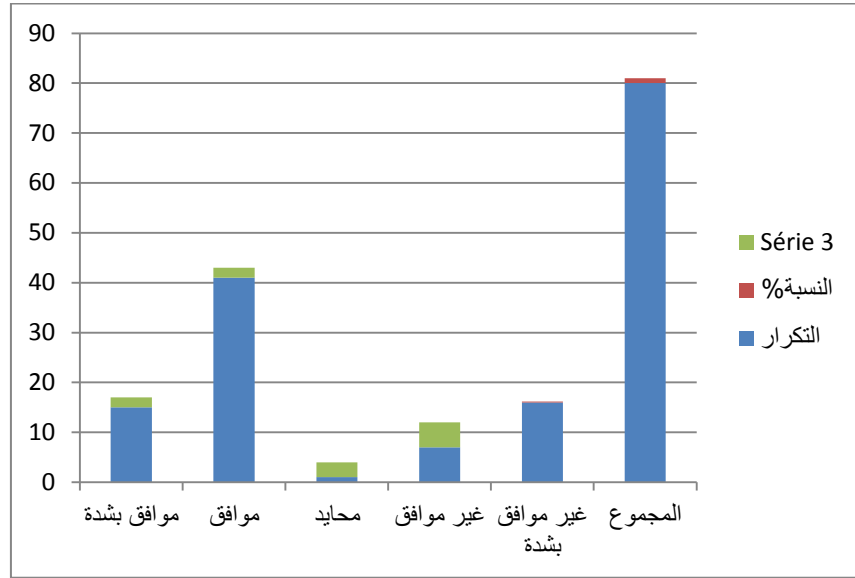
من خلال الجدول يظهر أن أغلب أفراد العينة موافقون على أن الإشاعة السياسية تزيد فاعليتها أثناء الحروب والأزمات من خلال نشرها وتداولها لتصل إلى أكبر عدد من المتفاعلين ولهذا يغتنم مروجو الإشاعات عبر الفيسبوك الفرصة لتوجيه أو تغيير سلوك الفرد، كما أكدته الدراسة السابقة لانتصار موسى دعاك "الشائعات الإلكترونية وتأثيرها على الرأي العام" بأن الإشاعة السياسية تنشط خلال فترات الحروب والأزمات وأوقات توقع الخطر والكوارث والفوضى ففي هذا الوقت يسمع الناس أي معلومة ويتناقلون فيها فيما بينهم دون التأكد من صحتها .

*الجدول رقم 09: يمكن أن يكون إنتماء الفرد لجماعة سياسية معينة دافعا

لنشر إشاعة سياسية عبر الفيسبوك تنطوي على أهداف شخصية

المتغيرات	التكرار	النسبة %
موافق بشدة	15	18.75%
موافق	41	51.25%
محايد	01	1.25%
غير موافق	07	8.75%
غير موافق بشدة	16	20%
المجموع	80	100%

الشكل رقم 10: يمكن أن يكون إنتماء الفرد لجماعة سياسية معينة دافعا لنشر إشاعة سياسية عبر الفيسبوك تنطوي على أهداف شخصية



***القراءة الاحصائية:** من الجدول وجدنا:

- نسبة 18.75% من أفراد العينة موافقون بشدة
- نسبة 51.25% من أفراد العينة موافقون
- نسبة 1.25% من أفراد العينة محايديين
- نسبة 8.75% من أفراد العينة غير موافقين
- نسبة 20% من أفراد العينة غير موافقين بشدة

***ما يقرأ من الجدول:**

من الجدول توصلنا إلى أن نشر الإشاعة السياسية ينطوي على أهداف شخصية خاصة في حالة إنتماء الفرد لجماعة سياسية معينة وهذا ما يعتبر أحد الدوافع لنشر خبر أو معلومة كاذبة قصد التأثير النفسي في المتلقي وتغيير وجهة نظره إلى جانب الفكر الذي تتبناه الجماعة التي تروج لهذا الخبر ، وهذا ما يلاحظ من خلال نسبة موافقة أفراد العينة على ذلك

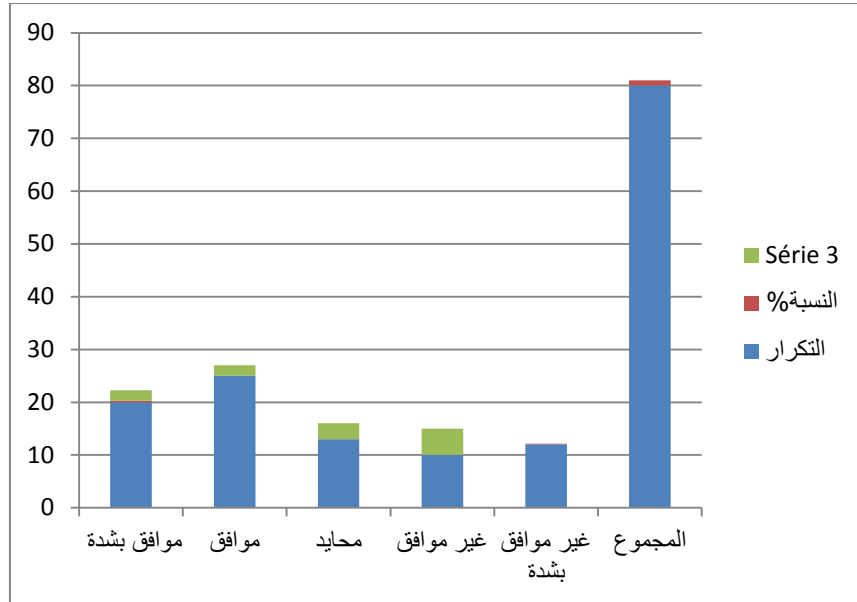
3-1-المحور الثالث: تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الإشاعة السياسية

-في حالة وعي الجمهور وعدم وعيه.

الجدول رقم 10: الإشاعة السياسية تروج لخبر لا أساس له في الواقع تعتمد المبالغة والتشويه في سرد الخبر بقصد التأثير النفسي في الرأي العام والفيس بوك أداة فعالة في ذلك.

المتغيرات	التكرار	النسبة %
موافق بشدة	20	25%
موافق	25	31.25%
محايد	13	16.25%
غير موافق	10	12.5%
غير موافق بشدة	12	15%
المجموع	80	100%

الشكل رقم 11: الإشاعة السياسية ترويح لخبر لا أساس له في الواقع تعتمد المبالغة والتشويه في سرد الخبر بقصد التأثير النفسي في الرأي العام والفييس بوك أداة فعالة في ذلك



***القراءة الإحصائية:** من الجدول وجدنا:

- نسبة 25% من أفراد العينة موافقون بشدة
- نسبة 31.25% من أفراد العينة موافقون
- نسبة 16.25% من أفراد العينة محايدين
- نسبة 12.5% من أفراد العينة غير موافقين
- نسبة 15% من أفراد العينة غير موافقين بشدة

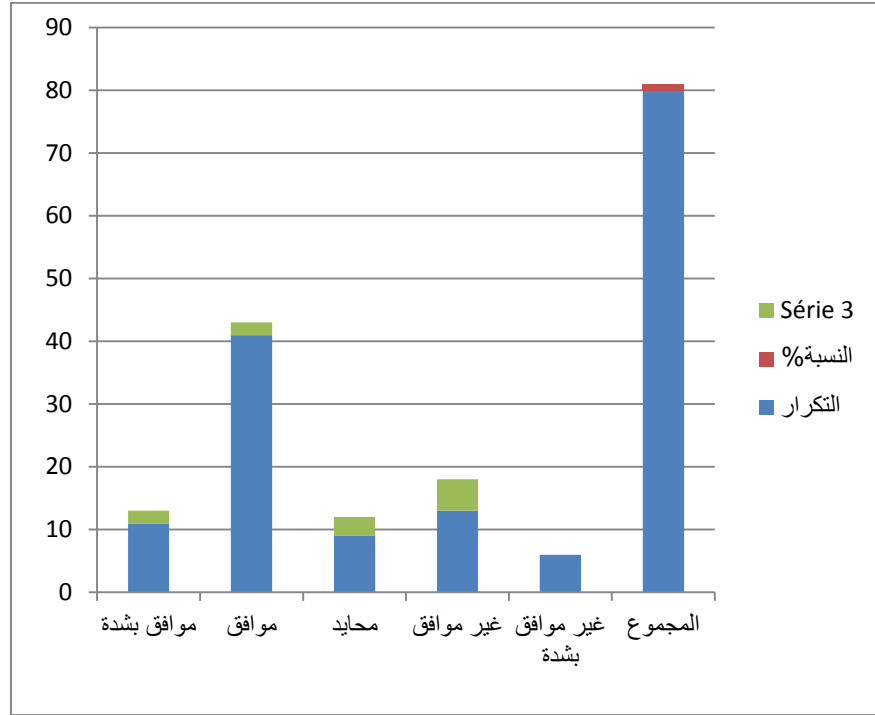
***ما يقرأ من الجدول:**

يتعلق هذا الجدول بتأثير مواقع التواصل الاجتماعي "الفيس بوك" على الإشاعة السياسية بحيث يتضح أن التأثير النفسي للرأي العام يعتمد على المبالغة والتشويه في سرد الخبر والترويج له بدون أن يستند إلى مصدر موثوق لا أساس له من الواقع والفيس بوك أداة فعالة في ذلك وهذا ما يعني أنه أكثر استخداما من مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى كما نجد أن بعض الدراسات السابقة تتبنى نفس الفكرة في كون أن الفيس بوك يعتبر المحرك الأساسي لنشر الإشاعات والترويج لها عبر المنشورات وهذا ما يجعلها أكثر تأثيرا .

الجدول رقم 11: الفيس بوك مساهم للتطورات الحاصلة من أخبار وأحداث سياسية.

المتغيرات	التكرار	النسبة %
موافق بشدة	11	13.75%
موافق	41	51.25%
محايد	09	11.25%
غير موافق	13	16.25%
غير موافق بشدة	06	07.5%
المجموع	80	100%

الشكل رقم 12: الفيس بوك مسابير للتطورات الحاصلة من أخبار وأحداث سياسية



*القراءة الاحصائية: من الجدول وجدنا:

- نسبة 13.75% من أفراد العينة موافقون بشدة
- نسبة 51.25% من أفراد العينة موافقون
- نسبة 11.25% من أفراد العينة محايدين
- نسبة 16.25% من أفراد العينة غير موافقين
- نسبة 7.5% من أفراد العينة غير موافقين بشدة

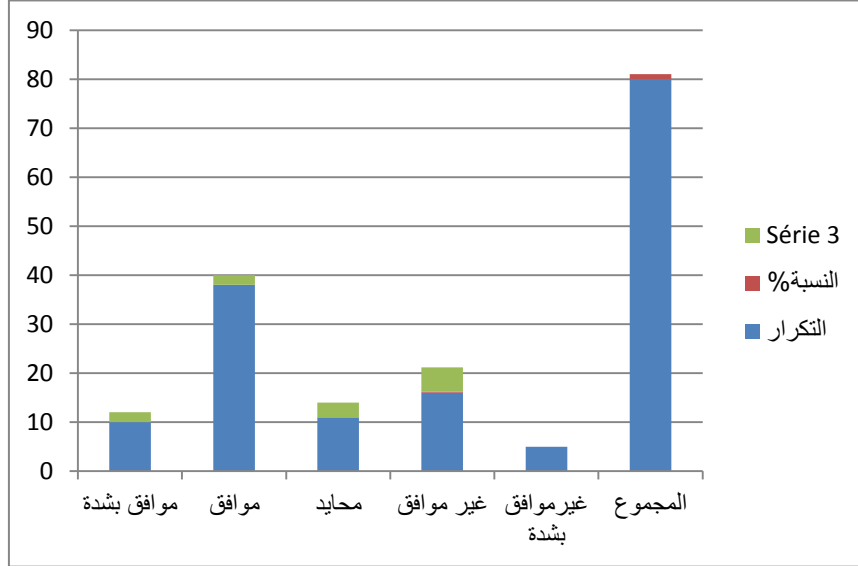
***ما يقرأ من الجدول:**

تفسر نتائج الجدول أن الفيس بوك مساير للتطورات الحاصلة من أخبار وأحداث سياسية بحيث نجد أنه يقوم بتتبع كل جديد حاصل في المجتمع في جميع المجالات لكن تبقى مجرد معلومات يتم تناقلها وتداولها فيما بينهم تحتل الصدق كما تحتل الكذب والفيس بوك له دور كبير في تغلغلها ونشرها للتأثير على الرأي العام .

الجدول رقم 12: تؤثر الإشاعة السياسية عبر الفيس بوك بشكل فاعل في المجتمعات التي يخيم عليها القلق بسبب خطر وهمي أو حقيقي.

المتغيرات	التكرار	النسبة %
موافق بشدة	10	12.5%
موافق	38	47.5%
محايد	11	13.75%
غير موافق	16	20%
غير موافق بشدة	5	6.25%
المجموع	80	100%

الشكل رقم 13: تؤثر الإشاعة السياسية عبر الفيس بوك بشكل فاعل في المجتمعات التي يخيم عليها القلق بسبب خطر وهمي أو حقيقي.



*القراءة الاحصائية: من الجدول وجدنا:

- نسبة 12.5% من أفراد العينة موافقون بشدة
- نسبة 47.5% من أفراد العينة موافقون
- نسبة 13.75% من أفراد العينة محايديين
- نسبة 20% من أفراد العينة غير موافقين
- نسبة 6.25% من أفراد العينة غير موافقين بشدة

*ما يقرأ من الجدول:

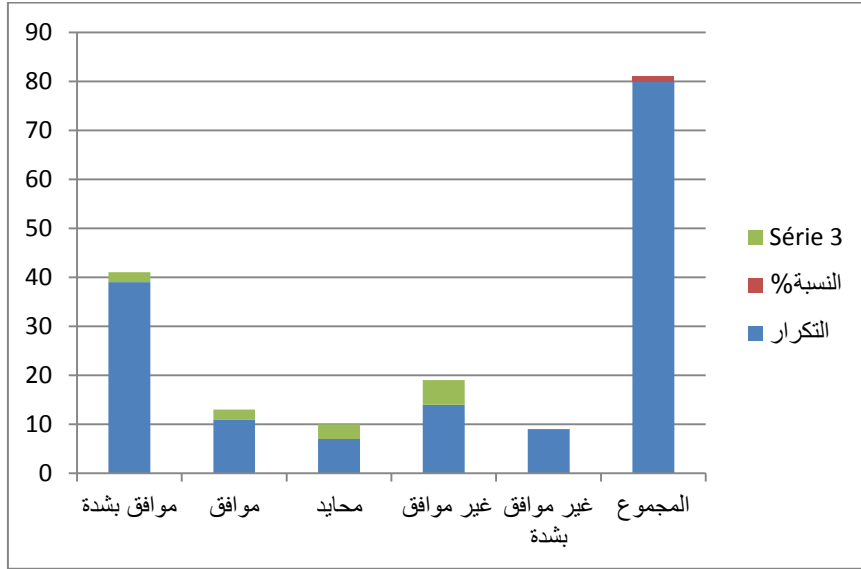
ومن الجدول نستنتج أن غالبية أفراد العينة موافقون أن الإشاعة السياسية عبر الفيس بوك تؤثر بشكل فاعل في المجتمعات التي يخيم عليها القلق بسبب خطر

وهي أو حقيقي ويتضح منه أن وضع المجتمعات قد يكون أحد الأسباب المهمة التي تدعو إلى نشر المعلومات يمكن أن تكون لها علاقة بالوضع الذي آلت إليه تلك المجتمعات خاصة فيما يتعلق بالمجال السياسي بهدف نشر فكر أو اتجاه معين .

الجدول رقم 13: يغتنم بعض الأفراد الفرصة المناسبة لنشر الاشاعة والتضليل والتلاعب بعقول رواد الفيس بوك.

المتغيرات	التكرار	النسبة%
موافق بشدة	39	48.75%
موافق	11	13.75%
محايد	07	8.75%
غير موافق	14	17.5%
غير موافق بشدة	09	11.25%
المجموع	80	100%

الشكل رقم 14: يغتنم بعض الأفراد الفرصة المناسبة لنشر الإشاعة والتضليل والتلاعب بعقول رواد الفيس بوك.



*** القراءة الإحصائية: من الجدول وجدنا:**

- نسبة 48.75% من أفراد العينة موافقون بشدة
- نسبة 13.75% من أفراد العينة موافقون
- نسبة 8.75% من أفراد العينة محايدين
- نسبة 17.5% من أفراد العينة غير موافقين
- نسبة 11.25% من أفراد العينة غير موافقين بشدة

*** ما يقرأ من الجدول:**

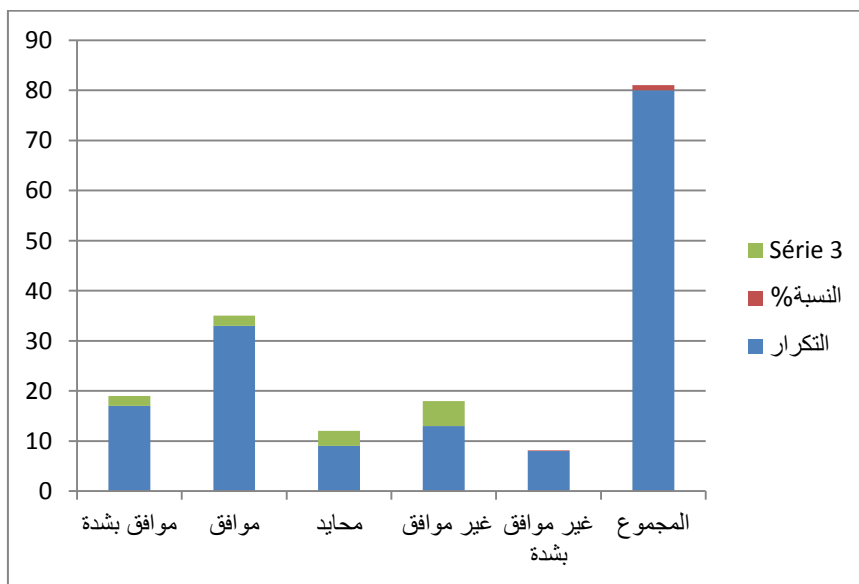
وهذا الجدول مكمل للجدول الذي سبق بحيث نستنتج منه أن بعض الأفراد يغتنمون الفرصة المناسبة لنشر الإشاعة والتضليل والتلاعب بعقول رواد الفيس بوك ومثل ما ذكرنا في السابق أن الظروف التي تعيشها المجتمعات من أوضاع سياسية غير مستقرة

تكون دافعا أوسببا في نشر أو الترويج لإشاعات مختلفة تتعلق بالوعي السياسي أو الفكر السياسي للمتفاعلين مع المنشورات الفيسبوكية ليطم بعد ذلك إعادة تداولها ونشرها كل حسب صيغته التعبيرية

الجدول رقم 14: أدرك تماما أن مطلق الإشاعات السياسية عبر الفيس بوك يستخدم الأساليب الحديثة في علم النفس حتى يصل لأهدافه

المتغيرات	التكرار	النسبة %
موافق بشدة	17	21.25%
موافق	33	41.25%
محايد	09	11.25%
غير موافق	13	16.25%
غير موافق بشدة	08	10%
المجموع	80	100%

الشكل رقم 15: أدرك تماما أن مطلق الإشاعات السياسية عبر الفيس بوك يستخدم الأساليب الحديثة في علم النفس حتى يصل لأهدافه



***القراءة الإحصائية: من الجدول وجدنا:**

- نسبة 21.25% من أفراد العينة موافقون بشدة
- نسبة 41.25% من أفراد العينة موافقون
- نسبة 11.25% من أفراد العينة محايديين
- نسبة 16.25% من أفراد العينة غير موافقين
- نسبة 10% من أفراد العينة غير موافقين بشدة

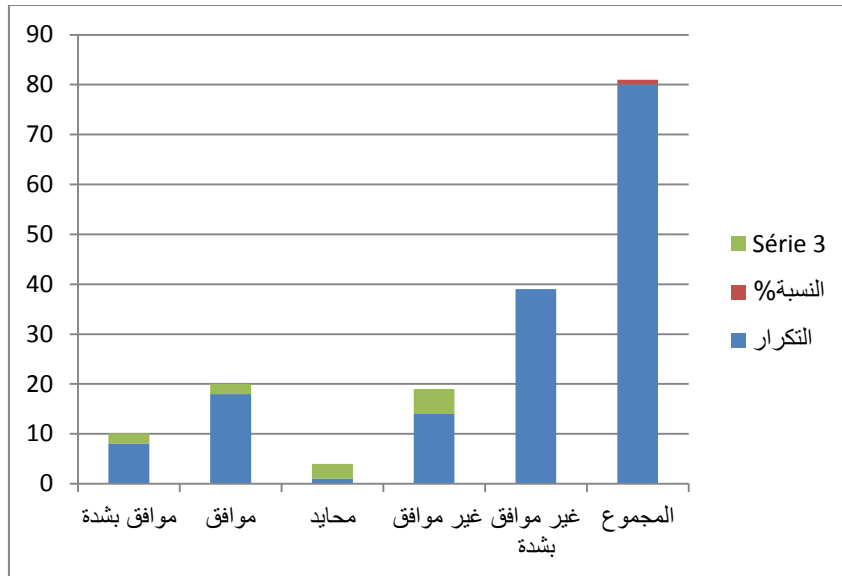
ما يقرأ من الجدول:

ومن الجدول وجدنا أن مطلق الإشاعات السياسية عبر الفيس بوك تستخدم الأساليب الحديثة في علم النفس حتى تخدم الهدف منها وقد أصبح يدركها الجميع فمن خلال الدراسات السابقة نجد أن استثمار الإشاعات أصبح يقف ورائها مؤسسات متخصصة وشخصيات إحترفو التلاعب بالمعلومة وتزييفها ،كما يتضح أيضا أن الإشاعات السياسية أصبحت تستخدم كسلاح فتاك له مفعول كبير في الحروب المعنوية أو النفسية التي تسبق الآلة العسكرية ويبقى الفيس بوك الأداة التي يدرك من خلالها الفرد على أن هذه المعلومات حقائق وبالتالي فإنها تخدم الهدف منها كخلق روح العداة وزعزعت الأمن في المجتمع.

الجدول رقم 15: أثق بما يقدمه الفيس بوك من معلومات مختلفة.

المتغيرات	التكرار	النسبة %
موافق بشدة	08	10%
موافق	18	22.5%
محايد	01	1.25%
غير موافق	14	17.5%
غير موافق بشدة	39	48.75%
المجموع	80	100%

الشكل رقم 16: أثق بما يقدمه الفيس بوك من معلومات مختلفة.



*القراءة الاحصائية: من الجدول وجدنا:

- نسبة 10% من أفراد العينة موافقون بشدة

- نسبة 22.5% من أفراد العينة موافقون

-
- نسبة 01.25% من أفراد العينة محايديين
 - نسبة 17.5% من أفراد العينة غير موافقين
 - نسبة 48.75% من أفراد العينة غير موافقين بشدة

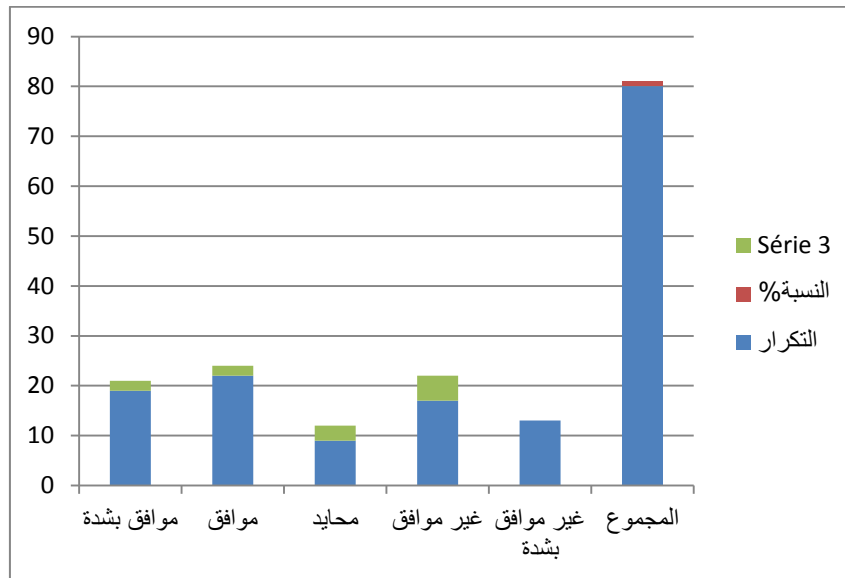
*ما يقرأ من الجدول:

أما الجدول التالي والمتعلق بمدى ثقة الفرد بالمعلومات المختلفة التي نشرها عبر الفيسبوك وجدنا أن غالبية مفردات العينة غير موافقون وهذا يعني أن الفرد يعي بأن الفيسبوك لا يستند إلى مصدر موثوق في نشره لأي معلومة كانت في حين نجد أن هذا لا يعني ما يتناقلوه عبر هذا الموقع ل يكون له تأثير لأن نشرها يقف وراءه شخصيات تختار الصيغ والأساليب المناسبة في نشر هذا الخبر المزيف فيجد الفرد نفسه غير قادراً على أن يتجاهله أو يرفضه .

الجدول رقم 16: نشر الإشاعة السياسية عبر الفيس بوك أسلوب لتوجيه سلوك الفرد توجيهها سلبيا وخلق فتنة في المجتمع.

المتغيرات	التكرار	النسبة %
موافق بشدة	19	23.75%
موافق	22	27.5%
محايد	09	11.25%
غير موافق	17	21.25%
غير موافق بشدة	13	16.25%
المجموع	80	100%

الشكل رقم 17: نشر الإشاعة السياسية عبر الفيس بوك أسلوب لتوجيه سلوك الفرد توجيهها سلبيا وخلق فتنة في المجتمع.



***القراءة الإحصائية: من الجدول وجدنا:**

- نسبة 23.75% من أفراد العينة موافقون بشدة
- نسبة 27.5% من أفراد العينة موافقون
- نسبة 11.25% من أفراد العينة محايديين
- نسبة 21.25% من أفراد العينة غير موافقين
- نسبة 16.25% من أفراد العينة غير موافقين بشدة

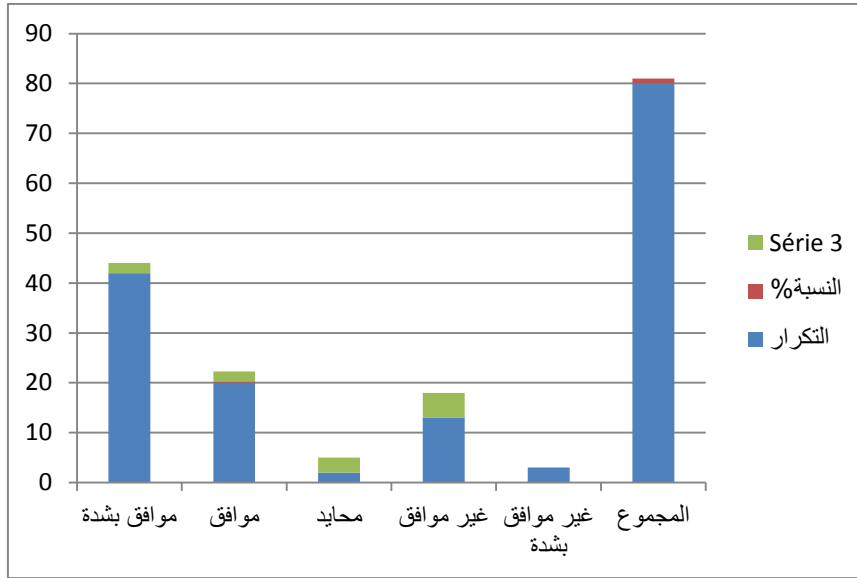
***ما يقرأ من الجدول:**

ومن خلال الجدول وجدنا أن للإشاعة السياسية عبر الفيس بوك أسلوب لتوجيه سلوك الفرد نحو أداء واجباته الوطنية وبالضرورة يكون هذا التوجيه سلبيا بمعنى أن الإشاعة السياسية قد تكون سببا في الابتعاد عن أداء الواجب الوطني كالانتخابات مثلا أو الخدمة العسكرية وعليه خلق فتنة في المجتمع والتحريض ضد أمن الدولة خاصة عندما نجد أن غالبية مستخدمي الفيس بوك هم فئة الشباب وعليه فإن تداول أي معلومة غير صحيحة فيما بينهم تجعلهم يفكرون بنفس الطريقة السلبية ضد المجتمع وتبني الأفكار الفاسدة .

الجدول رقم 17: الاشاعة السياسية سلوك عدواني ضد المجتمع وتعبير عن العقد النفسية المترسبة في نفوس بعض الأفراد تعمل على خلق البلبلة الفكرية والنفسية.

المتغيرات	التكرار	النسبة %
موافق بشدة	42	52.5%
موافق	20	25%
محايد	2	2.5%
غير موافق	13	16.25%
غير موافق بشدة	3	3.75%
المجموع	80	100%

الشكل رقم 17: الاشاعة السياسية سلوك عدواني ضد المجتمع وتعبير عن العقد النفسية المترسبة في نفوس بعض الأفراد تعمل على خلق البلبلة الفكرية والنفسية.



***القراءة الإحصائية: من الجدول وجدنا:**

- نسبة 52.5% من أفراد العينة موافقون بشدة
- نسبة 25% من أفراد العينة موافقون
- نسبة 02.5% من أفراد العينة محايديين
- نسبة 16.25% من أفراد العينة غير موافقين
- نسبة 03.75% من أفراد العينة غير موافقين بشدة

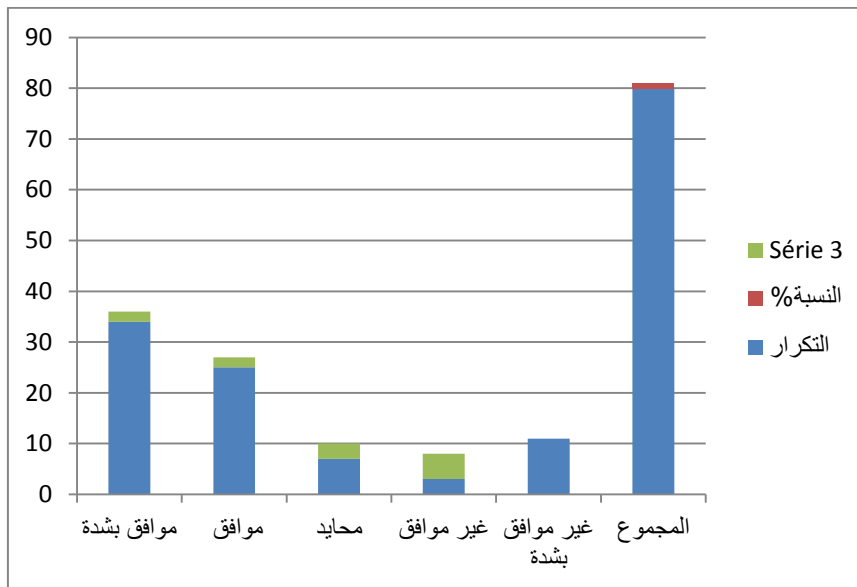
***ما يقرأ من الجدول:**

أما الجدول التالي فنستنتج منه أن الإشاعة السياسية أصبحت تعبيراً عن العقد النفسية المترسبة في نفوس بعض الأفراد فهي سلوك عدواني ضد أمن المجتمع تعمل على خلق البلبلة الفكرية وهذا ما أكدته أكبر نسبة أفراد العينة موافقون وبشدة وهذا يفسر أن الإشاعة السياسية أصبحت مروجة لأحد مصادر التهديد للأمن الوطني للدول والمجتمعات في ظل لجوء البعض إلى توظيفها بشكل سلبي ولا يتوقف خطرهما عند هذا الحد فقط بل أصبحت لها تداعيات هائلة في ظل ثورة المعلومات والتكنولوجيا .

الجدول رقم 18: نشر الإشاعة السياسية من طرف جماعة معينة يكون من أجل توجيه سلوك المتفاعلين لفلسفة تلك الجماعة.

المتغيرات	التكرار	النسبة %
موافق بشدة	34	42.5%
موافق	25	31.25%
محايد	07	08.75%
غير موافق	03	03.75%
غير موافق بشدة	11	13.75%
المجموع	80	100%

الشكل رقم 19: نشر الإشاعة السياسية من طرف جماعة معينة يكون من أجل توجيه سلوك المتفاعلين لفلسفة تلك الجماعة



***القراءة الإحصائية: من الجدول وجدنا:**

- نسبة 42.5% من أفراد العينة موافقون بشدة
- نسبة 31.25% من أفراد العينة موافقون
- نسبة 08.75% من أفراد العينة محايديين
- نسبة 03.75% من أفراد العينة غير موافقين
- نسبة 13.75% من أفراد العينة غير موافقين بشدة

***ما يقرأ من الجدول:**

يتضح من الجدول أن غالبية أفراد العينة موافقون بأن نشر الإشاعة السياسية من طرف جماعة معينة يكون من أجل توجيه سلوك المتفاعلين لفلسفة تلك الجماعة لتبني فكرها ونشره عبر أوسع نطاق، كما يفسر أيضا أن انتماء الفرد لأي جماعة معينة يعتبر دافعا أو من الحاجات التي تجعل الفرد مجبرا على نشر اشاعات لا أساس لها من الواقع، ومجهولة المصدر تعمل على الترويج لفكرة معينة تكون تنطوي على أهداف خاصة تتعلق بتلك الجماعة، تطمح الى تحقيقها من خلال ما تروج له.

2- نتائج الدراسة:

توصلت الدراسة إلى أن نشر الإشاعة السياسية عبر الفيس بوك راجع لدوافع وحاجات الفرد بحيث يعتمد مروجوها على أساليب تعبيرية وصيغ يصعب على المتفاعلين مع المنشور رفضها أو تجاهلها وهذا ما يدعو الآخرين إلى إعادة نشرها وصياغتها بطرق مختلفة لتصل إلى أوسع نطاق، وخاصة عندما يكون هناك قلة أخبار موثوقة أو خلال فترات الحروب والأزمات، وهذا ما يؤثر بشكل فاعل في نشر هذه الإشاعات كما أن انتماء الفرد لجماعة سياسية معينة دافعا من دوافع نشر هذه الإشاعات عبر الفيس بوك لتحقيق أهداف خاصة أو عرض فلسفة تلك الجماعة .

كما أظهرت نتائج الدراسة أيضا تأثير مواقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك خاصة على السلوكيات السياسية والفكر السياسي خلال نشر الإشاعة وهذه الأخيرة تعمل على تزويج لخبر لا أساس له من الواقع تعتمد فيه على المبالغة والتشويه في سرده بقصد التأثير النفسي في الرأي العام والفيسبوك أداة فعالة في ذلك بحيث تبين أن نسبة 31.25% من هم موافقون على ذلك، وقد توصلت الى ذلك بعض الدراسات السابقة مثل: دراسة رأفت مهند عبد الرزاق حيث أظهرت نتائج هذه الدراسة أن مانسبته 85.5% من أفراد العينة يوافقون على أن الفيسبوك كان محرضا أساسيا على بعض التغيرات في الساحة السياسية، على اعتبار أنه مسير للتطورات الحاصلة من

أخبار وأحداث سياسية لإغتنام الفرصة المناسبة لنشر الإشاعة والتلاعب بعقول رواد الفيس بوك .

كما توصلت الدراسة أيضا الى أن للإشاعة السياسية دور في توجيه سلوك الفرد نحو أداء واجباته الوطنية، بحيث أصبح للإشاعة دور لتوجيه فكر الأفراد توجيهها سلبيا وخلق فتنة في المجتمعات على اعتبار على أنها في حد ذاتها سلوك عدواني ضد المجتمع وتعبير عن العقد النفسية المترسبة في نفوس بعض الأفراد تعمل على خلق البلبلة الفكرية والنفسية ،وتتوافق نتائج دراستنا أيضا مع نتائج دراسة سابقة لانتصار موسى دعاك بعنوان الشائعات الالكترونية وتأثيرها على الرأي العام ،فقد أكدت أن كل شيء يدور في هذا العالم الافتراضي يتم التعامل معه على أساس انه معلومة بغض النظر عن صحته أو خطأه أو الحقيقة من الإشاعة .

كلمة شكر

ننحني انحاء شكر وإجلال للمولى عز وجل الذي أحاطنا برعايته وعونه وتوفيقه
وبدد أمامنا المعاجز والعراقل فسلم علينا بفضل وكرمه إنجاز هذا العمل
المتواضع

بعده نتوجه بالشكر الجزيل إلى الأستاذ الفاضل الدكتور النوعي عبد القادر
على توجيحاته ونصائحه الثمينة وعلى رعايته صدره لإنجاز هذه الدراسة
كما نتقدم بالشكر الجزيل إلى الدكتور حجاج مداني الذي لم يبخل علينا
بمساعده وملاحظته القيمة

كما نتقدم بالشكر للجنة المساهمة في مناقشة هذه المذكرة
كما لايفوتنا أن نتقدم بالشكر إلى جميع أساتذة وطلبة وعمال كلية العلوم
الإنسانية والتي كل من ساعدنا في إنجاز هذه الدراسة ونخص بالذكر حدة
شريفني

سعيدة- رانيا

مقدمة:

إن التطورات الهائلة التي شهدتها السنوات القليلة الماضية في مجال تكنولوجيا الاتصال والمعلومات كان أهمها ظهور شبكة الانترنت التي ألغت حدود الزمان والمكان، وقربت المسافات بين البشر، فأصبحت نافذة مفتوحة على العالم والإبحار فيها عمل يومي لا يستغني عنه من يريد التواصل مع الآخرين، ومن ابرز ذلك ظهور مواقع التواصل الاجتماعي التي غيرت تماما نمطية تدفق المعلومات ويات الفرد منتجا ومرسلا ومستقبلا.

وفي الوقت الذي أصبحت فيه مواقع التواصل الاجتماعي بالنظر لما تقوم به من دور متعدد الأبعاد سياسي، اجتماعي وثقافي، فإنها في الوقت ذاته تظل حاملة أو مروجة للأحد مصادر التهديد للأمن الوطني للدول والمجتمعات، في ظل لجوء البعض إلى توظيفها بشكل سيئ في نشر الإشاعة والأكاذيب المغرضة، بل إن الأمر اللافت للنظر أن الإشاعة استفادت أكثر من أي وقت مضى من وسائل التواصل الحديثة.

وعلى الرغم من أن الإشاعة السياسية لا تعتبر من الظواهر الحديثة في عالمنا المعاصر كونها ظلت ملازمة لتطور المجتمعات والدول على مر العصور، فإنها في وقتنا الراهن باتت من أخطر الأسلحة التي تهدد المجتمعات، بحيث يعتبر البعض أن خطر الإشاعة يفوق أحيانا أدوات القوة التي تستخدم في الصراعات السياسية بين الدول.

ينشط مروجي الإشاعة ونشرها خلال فترات الفوضى والحروب والأزمات، وهذا هو سبب انتشار الإشاعة لأن الناس في هذا التوقيت حينما يسمعون أي معلومة يتناقلونها فيما بينهم من دون التحقق من صحتها خوفا منهم على أبنائهم وممتلكاتهم واليوم لم يعد انتشار الإشاعة عبر مواقع التواصل الاجتماعي مجرد أخبار كاذبة أو مزيفة بل أصبحت أكثر من ذلك حيث أصبح يقف خلفها أشخاص احترفت التلاعب بالمعلومات وتقديمها بهدف إضعاف الدولة وتكثر عادة أيام الأزمات والحروب من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، على أنها حقائق دامغة ويعتبر الفيس بوك أحد أهم المواقع لنشر وتداول الإشاعات وذلك في تأثيره على الرأي العام وخلق روح العداة وزعزعت الأمن في المجتمع لما لها من تأثير سلبي على الرأي العام والمجتمع بينما هي أسلحة قاتلة لاستقرار وأمن أي مجتمع فيما كانت الشائعات قديما تتناقل من شخص إلى آخر من خلال المجالس أما الآن فإنها تصل إلى مئات الآلاف من الناس بسرعة البرق من خلال مواقع التواصل الاجتماعي.

وقد قمنا بتقسيم هذه الدراسة إلى أربعة فصول، أما الفصل الأول عملنا فيه على عرض الإطار المنهجي من خلال التعريف بمشكلة الدراسة وأهدافها ومبرراتها. ...

بينما تناولنا في الفصل الثاني الإطار النظري فصل بعنوان ماهية الفيس بوك بإعطاء فكرة استخدامات وتطبيقات الموقع، أما الفصل الثالث فحاولنا فيه إعطاء تعريف للإشاعة السياسية وأثر مواقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك من خلال نشرها وتداولها.

وختمنا الدراسة بالفصل الرابع المتعلق بالإطار التطبيقي من خلال عرض وتحليل

وتفسير البيانات ونتائج الدراسة.

قائمة الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
50	توزيع أفراد العينة حسب الجنس	1.
51	متغير السن	2.
52	متغير المستوى الدراسي	3.
54	متغير الانتماء لمجموعة سياسية	4.
55	تداول الإشاعة ونشرها يتم بإرادة الفرد والرغبة في تصديقها	5.
57	يعتمد مروجي الإشاعة السياسية على صيغ تعبيرية وتحفيزية عبر فيسبوك قد يجد الكثير صعوبة في مقاومتها	6.
59	تكثر الإشاعات عند قلة الأخبار الموثوقة مما يؤثر بشكل فاعل في نشر الإشاعة	7.
61	تزيد فاعلية الإشاعة السياسية عبر الفيسبوك في الحروب والأزمات	8.
63	يمكن أن يكون إنتماء الفرد لجماعة سياسية معينة دافعا لنشر إشاعة سياسية عبر الفيسبوك تنطوي على أهداف شخصية	9.
65	الإشاعة السياسية ترويح لخبر لا أساس له في الواقع تعتمد المبالغة والتشويه في سرد الخبر بقصد التأثير النفسي في الرأي العام والفيس بوك أداة فعالة في ذلك	10.
67	الفيس بوك مسير للتطورات الحاصلة من أخبار وأحداث سياسية	11.
69	تؤثر الإشاعة السياسية عبر الفيس بوك بشكل فاعل في المجتمعات التي يخيم عليها القلق بسبب خطر وهمي أو حقيقي.	12.
70	يغتنم بعض الأفراد الفرصة المناسبة لنشر الإشاعة والتضليل والتلاعب بعقول رواد الفيس بوك.	13.
72	أدرك تماما أن مطلق الإشاعات السياسية عبر الفيس بوك يستخدم الأساليب الحديثة في علم النفس حتى يصل لأهدافه	14.
74	أثق بما يقدمه الفيس بوك من معلومات مختلفة.	15.
75	نشر الإشاعة السياسية عبر الفيس بوك أسلوب لتوجيه سلوك الفرد توجيهها سلبيًا وخلق	16.

قائمة الجداول والأشكال

	فتنة في المجتمع.	
77	الإشاعة السياسية سلوك عدواني ضد المجتمع وتعبير عن العقد النفسية المترسبة في نفوس بعض الأفراد تعمل على خلق البلبلة الفكرية والنفسية.	.17
79	نشر الإشاعة السياسية من طرف جماعة معينة يكون من أجل توجيه سلوك المتفاعلين لفلسفة تلك الجماعة.	.18

فهرس الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
25	خصائص الفيس بوك	.1
50	توزيع أفراد العينة حسب الجنس.	.2
51	متغير السن	.3
53	متغير المستوى الدراسي	.4
54	متغير الانتماء لمجموعة سياسية	.5
55	تداول الإشاعة ونشرها يتم بإرادة الفرد والرغبة في تصديقها	.6
57	يعتمد مروجي الإشاعة السياسية على صيغ تعبيرية وتحفيزية عبر فيسبوك قد يجد الكثير صعوبة في مقاومتها	.7
59	تكثر الإشاعات عند قلة الأخبار الموثوقة مما يؤثر بشكل فاعل في نشر الإشاعة	.8
61	تزيد فاعلية الإشاعة السياسية عبر الفيسبوك في الحروب والأزمات	.9
63	يمكن أن يكون إنتماء الفرد لجماعة سياسية معينة دافعا لنشر إشاعة سياسية عبر الفيسبوك تنطوي على أهداف شخصية	.10
65	الإشاعة السياسية تروج لخبر لا أساس له في الواقع تعتمد المبالغة والتشويه في سرد الخبر بقصد التأثير النفسي في الرأي العام والفيس بوك أداة فعالة في ذلك	.11
67	الفيس بوك مساير للتطورات الحاصلة من أخبار وأحداث سياسية	.12
69	تؤثر الإشاعة السياسية عبر الفيس بوك بشكل فاعل في المجتمعات التي يخيم عليها القلق بسبب خطر وهمي أو حقيقي.	.13
71	يعتزم بعض الأفراد الفرصة المناسبة لنشر الإشاعة والتضليل والتلاعب بعقول رواد الفيس بوك.	.14

قائمة الجداول والأشكال

72	أدرك تماما أن مطلق الاشاعات السياسية عبر الفيس بوك يستخدم الأساليب الحديثة في علم النفس حتى يصل لأهدافه.	.15
74	أثق بما يقدمه الفيس بوك من معلومات مختلفة.	.16
76	نشر الاشاعة السياسية عبر الفيس بوك أسلوب لتوجيه سلوك الفرد توجيهها سلبيا وخلق فتنة في المجتمع.	.17
78	الاشاعة السياسية سلوك عدواني ضد المجتمع وتعبير عن العقد النفسية المترسبة في نفوس بعض الأفراد تعمل على خلق البلبلة الفكرية والنفسية.	.18
80	نشر الاشاعة السياسية من طرف جماعة معينة يكون من أجل توجيه سلوك المتفاعلين لفلسفة تلك الجماعة.	.19

خلاصة الدراسة

بناء على ما سبق توصلنا من خلال هذه الدراسة على التعرف على أثر الفيس بوك على الإشاعة السياسية دراسة استطلاعية على طلبة قسم الاعلام والاتصال كلية العلوم الانسانية جامعة الأغواط، فقد حاولنا من خلال هذه الدراسة الإحاطة بأهم جوانب الموضوع وجمعنا بين مواقع التواصل الاجتماعي وتداول المعلومة السياسية ونشرها بأساليب مختلفة بصيغ وتعبير فعالة حيث شكل الفيس بوك نقلة نوعية وبالغة الأهمية في المجال السياسي خاصة وينعكس ذلك من خلال وعي وسلوك الفرد القائم بنشر الإشاعة السياسية وتداولها حيث كلما كان الفرد أكثر وعياً كانت حياته أرقى وأفضل وينعكس ذلك على سلوكه وتصرفاته .

كما حاولنا من خلال هذه الدراسة أن نلم بالموضوع من عدة جوانب أهمها معرفة الحاجات والدوافع وراء نشر الإشاعات السياسية عبر الفيس بوك ومدى رغبة الفرد في تداولها وتصديقها كما أننا نجد أن الوقت الذي تنتشط فيه هذه الإشاعات وبكثرة يكون في فترات الحروب والأزمات وفترات توقع الخطر .

ويبقى الفيس بوك كموقع للتواصل الاجتماعي أداة فعالة في نشر الإشاعة وتداولها بين المتفاعلين من خلال سهولة إنتاج المعلومات ونشرها بهدف التأثير وتوجيه سلوك الأفراد نحو اتجاه معين .

قائمة مراجع الدراسة

قائمة المراجع

أولاً: المراجع باللغة العربية:

* كتب عربية:

1- أحمد مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الطبعة الرابعة ، الجزائر.

2- اسماعيل عبد الفتاح عبد الكافي، شبكات التواصل والأنترنيت والتأثير على الأمن القومي والاجتماعي، المكتب العربي للمعارف ، الطبعة الأولى ، 2016م

3- عامر فتحي حسين ، وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة الى الفيس بوك ،العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2015م

4- عبد الرزاق الدليمي ،الدعاية والشائعات والرأي العام ، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان ،الطبعة الأولى، 2004م

5- محمد منير حجاب، الشائعات وطرق مواجهتها ،دار الفجر، 2007م

6- مزري تشبن، قصة الفيس بوك-ثورة وثروة، ترجمة الهلالي وائل محمود محمد، اصدارات سطور الجديدة، القاهرة، الطبعة الأولى ، 2011م

قائمة مراجع الدراسة

7- محمد منير حجاب، الأسس العلمية لكتابة الرسائل الجامعية، دار الفجر للنشر

والتوزيع، القاهرة، 2000م

8- محمد شفيق، الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية، المكتب الجامعي

الحديث، الاسكندرية، 1999م

9- رحيمة الطيب عيساني، دور الأنترنت وتطبيقاتها في نشر الشائعات أو النقرات

الكاذبة، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2010م

* أطروحات ورسائل:

1- انتصار موسى دعاك، الشائعات الالكترونية وتأثيرها على الرأي العام، مذكرة تخرج

لنيل شهادة الماستر صحافة وإعلام، الجمهورية السعودية، منطقة جازان

2- مريم نريمان نومار، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات

الاجتماعية، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال، جامعة

الحاج لخضر، باننة، 2011/2012م

3- رحو حياة، عموم هناء، مضامين صفحات الجامعات على الفيس بوك، مذكرة

تخرج لنيل شهادة الماستر تكنولوجيا الاتصال الجديدة، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة،

2014/2015م

4- صفاء بوقلول، مريم بوحملة، دور الفيسبوك في التحصيل الدراسي للطلبة الجامعيين

قائمة مراجع الدراسة

مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر اتصال وعلاقات عامة، جامعة العربي بن المهدي،

أم البواقي، 2015/2016م

*المجلات:

1_ نايف محمد لمرواني، الشائعات وأثارها على بنية المجتمع ، مجلة الأمن والحياة ، الرياض ،جامعة نايف للعلوم الأمنية ، العدد 356، 2010

2_ وديع محمد العززي ،الإشاعات وشبكات التواصل الاجتماعي، المخاطر وسبل المواجهة ،مجلة الإعلام والعلوم الاجتماعية للأبحاث التخصصية ،جامعة أم القرى المملكة العربية السعودية ، المجلد 1، العدد3، أكتوبر 2016

ثانيا: المراجع باللغة الأجنبية:

1_Jan Robertson(1981) Sociology_Second Edition Worth Publishers I N C_new york_ 566

ثالثا: قواميس:

2-Marcel Damesi-Dictionary Of Media and Communication
America/ Library Of Congress Cataloging-in Publication Data

جامعة عمار التليجي بالأغواط

كلية العلوم الانسانية والاجتماعية

قسم العلوم الانسانية

تخصص: اتصال وعلاقات عامة

استمارة مقياس

في اطار انجاز مذكرة الماستر بعنوان :المنشورات الفيسبوكية وتأثيرها على الاشاعة السياسية (دراسة ميدانية تقدم الى سيادتكم هذه الاستمارة ونرجو منكم مساعدتنا بالإجابة عن اسئلتها بكل دقة وموضوعية) .

وشكرا

ملاحظة :ضع علامة (x) في الخانة المناسبة:

من اعداد الطالبتان :

-شرفي سعيدة

-مرفوعة رانيا رحيل

السنة الجامعية: 2018/2019

الاستبيان

القسم الأول: الأسئلة الشخصية

السن:

أقل من 20 سنة 20 سنة أكثر من 20 سنة

الجنس:

ذكر أنثى

المستوى الدراسي:

ليسانس ماستر دكتوراه

- هل تنتمي إلى مجموعة سياسية؟

نعم لا

القسم الثاني: الحاجات والدوافع التي تكمن وراء نشر الإشاعة:

*دوافع وحاجات داخلية وخارجية:

الرقم	المؤشر	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
01	تداول الإشاعة ونشرها يتم بإرادة الفرد والرغبة في تصديقها.					
02	يعتمد مروجي الإشاعة السياسية على صيغ تعبيرية وتحفيزية عبر فيسبوك قد يجد الكثير من الأفراد صعوبة في مقاومتها.					
03	تكثر الإشاعات عند قلة الأخبار الموثوقة مما يؤثر بشكل فاعل في نشر الإشاعة.					
04	تزيد فاعلية الإشاعة السياسية عبر فيسبوك في الحروب والأزمات.					
05	يمكن أن يكون انتماء الفرد لجماعة سياسية معينة دافعا لنشر إشاعة سياسية عبر الفيس بوك تنطوي على أهداف شخصية.					

القسم الثالث: تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الإشاعة السياسية:
في حالة وعي الجمهور وعدم وعيه:

الرقم	المؤشر	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
01	الإشاعة السياسية تروج لخبر لا أساس له في الواقع تعتمد المبالغة والتشويه في سرد الخبر بقصد التأثير النفسي في الرأي العام والفييس بوك أداة فعالة في ذلك.					
02	الفييس بوك مسير للتطورات الحاصلة من أخبار وأحداث سياسية.					
03	تؤثر الإشاعة السياسية عبر الفييس بوك بشكل فاعل في المجتمعات التي يخيم عليها القلق بسبب خطر وهمي أو حقيقي.					
04	يغتنم بعض الأفراد الفرصة المناسبة لنشر الإشاعة والتضليل والتلاعب بعقول رواد الفييس بوك.					
05	أدرك تماماً أن مطلق الإشاعات السياسية عبر الفييس بوك يستخدم الأساليب الحديثة في علم النفس حتى يصل لأهدافه.					
06	أثق بما يقدمه الفييس بوك من معلومات مختلفة.					

القسم الرابع: للإشاعة السياسية دور في توجيه سلوك الفرد نحو أداء واجباته الوطنية:

الرقم	المؤشر	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
01	نشر الإشاعة السياسية عبر الفيس بوك أسلوب لتوجيه سلوك الفرد توجيهها سلبيا وخلق فتنة في المجتمع.					
02	الإشاعة السياسية سلوك عدواني ضد المجتمع وتعبير عن العقد النفسية المترسبة في نفوس بعض الأفراد تعمل على خلق البلبلة الفكرية والنفسية.					
03	نشر الإشاعة السياسية من طرف جماعة معينة يكون من أجل توجيه سلوك المتفاعلين لفلسفة تلك الجماعة.					