



## أساليب مواجهة الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي

دراسة ميدانية على عينة من طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة الجزائر 3

### *Methods of countering rumors on social media A field study on a sample of students of information and communication sciences at the University of Algiers 3*

ابراهيم ياسين

جامعة عبد الحميد ابن باديس مستغانم، مخبر الدراسات الاتصالية والإعلامية (الجزائر)

yassine.brahmi.etu@univ-mosta.dz

تاريخ النشر: 2023 / 06 / 30

تاريخ القبول: 2023 / 06 / 24

تاريخ الاستلام: 2023 / 04 / 15

#### ملخص:

تهدف الدراسة إلى التعرف على أساليب مواجهة الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر طلبة علوم الاعلام والاتصال بجامعة الجزائر3، وقد استخدم المنهج المسحي لملائمته لطبيعة هذه الدراسة، وقد تم اختيار مجتمع البحث من طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة الجزائر3، تم اختيار عينة البحث بالطريقة الطبقية، وقد بلغ حجم عينة البحث (100) مفردة، وتم استخدام الاستبيان كأداة من أدوات جمع البيانات، وتم التوصل إلى نتائج أهمها: أن التوعية والحملات التحسيسية لمخاطر الشائعات من الأساليب التي يتم الاعتماد عليها في مواجهة الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

الكلمات المفتاحية: أساليب المواجهة؛ التوعية؛ الشائعات؛ مواقع التواصل الاجتماعي؛ الطلبة الجامعيين.

#### Abstract:

This study aims to identify methods of countering rumors on social media from the point of view of the students of media and communication sciences at the university of Algiers 3, in which the study was based on survey method to the appropriateness of the study 's nature, where the research community from students of media and communication sciences was chosen at the university of algiers 3, so the research sample was chosen in stratified way, in which the size of the research sample has attained (100) individuals. Thus, the questionnaire was chosen as one of the data collection tools, and therefore, meaningful results were found as follows: that the awareness-raising and the sensitization campaigns of rumors 's risks are from the methods that relied upon to counter rumors on social media.

**Keywords:** Coping methods; Awareness; Rumors; Social Media; University Students.

ساهم التطور التكنولوجي الحديث خاصة في البيئة الرقمية الحالية نقلة نوعية في مجال الاتصال بين المستخدمين، هذا بفضل الاعتماد عليه بشكل كبير نظرا للخدمات التي يقدمها والمزايا التي يمنحها للأفراد من سهولة الاستخدام والسرعة في الاتصال والتواصل، وبفضل تلك التكنولوجيا ومزاياها المتعددة ساهمت بشكل كبير في ظهور شبكات التواصل الاجتماعي والتي أتاحت بدورها عصرا جديدا من الاتصالات التفاعلية بين جميع أفراد المجتمع، حيث ساعدت المستخدمين على التفاعل ونقل انشغالاتهم من خلال بناء علاقات اجتماعية افتراضية وفتحت أمامهم أفقا واسعة، خاصة وأنها تتيح لهم القدرة للاطلاع على الأخبار والأحداث اليومية والتعليق عليها كما تمنحهم فرصة التعبير عن آرائهم وأفكارهم ونشرها.

لكن بالرغم من الإيجابيات التي تحظى بها مواقع التواصل الاجتماعي ومزاياها المتعددة في التواصل والتفاعل وتكوين صداقات ومشاركة الأخبار، إلا أنها في سياق نفسه تعتبر البيئة الملائمة لانتشار الشائعات والأخبار الكاذبة على نطاق واسع.

الشائعات قديمة قدم الإنسان فهي من أخطر الأسلحة فتكا ودمرا، تحمل في طياتها أساليب التهويل، بحيث تهدف إلى زعزعة أمن واستقرار الدول من خلال زرع الفوضى والبلبلة في وسط المجتمعات، ناهيك عن نشر الخوف والرعب في نفوس الأفراد من أجل لفت الانتباه عن القضايا المهمة وعدم الانشغال بها.

تستخدم الشائعات في عدة مجالات ضمن حروب الجيل الرابع التي تسعى لتحقيق أهداف معينة من خلال بث معلومات كاذبة، بغية استهداف جميع أفراد المجتمع وتفكيك الأسر، نظرا لتأثيرها على عواطف وسلوك وأفكار الأفراد لأنها تستهدف بدرجة الأولى تفكيرهم من أجل تدمير إمكانياتهم الشخصية وطموحاتهم.

ان انتشار الشائعات يتم عبر مواقع التواصل الاجتماعي باعتبارها المكان الذي تنمو فيه الشائعات وتزداد لهيبا خاصة أثناء الأزمات، في ظل حاجة الجماهير إلى معلومات وأخبار عن الأوضاع والأحداث اليومية، لهذا فإن السبب الرئيسي لانتشار الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي يعود بالأساس إلى سهولة نشر المعلومات المغلوطة وسرعة تصديقها من قبل المستخدمين، هذا راجع لاعتماد الأغلبية في الحصول على الأخبار من مواقع التواصل الاجتماعي وصعوبة التحكم فيها من قبل الجهات المختصة.

ان مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي هم أكثر فئة تصديقا لما يروج عبر هذه المواقع، نجد أن فئة الطلبة هم أكثر فئة يعتمدون كثيرا على مواقع التواصل الاجتماعي في تلقي الأخبار منها، حيث يتم الاعتماد عليها كبديل لوسائل الاعلام لمعرفة الأحداث اليومية، لذلك سنحاول من خلال دراستنا هذه معرفة أساليب مواجهة الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي .

وعليه نطرح التساؤل الرئيسي: كيف يتم مواجهة الشائعات المنتشرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

وللإجابة عن هذا السؤال نطرح مجموعة من الأسئلة الفرعية:

- ما هي دوافع نشر الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي بكثرة؟

- ما هي الآثار السلبية للشائعات المنتشرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي على الفرد والمجتمع؟

- ما هي أساليب التصدي للشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

أهداف الدراسة: تتحدد أهداف الدراسة فيما يلي:

-التعرف على دوافع نشر الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

-التعرف على الآثار السلبية للشائعات المنتشرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

-معرفة أهم الأساليب التي يتم الاعتماد عليها في مواجهة الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

#### أهمية الدراسة:

تزايد أهمية دراستنا في التعرف على الأساليب التي يتم الاعتماد عليها من قبل الطلبة في مواجهة الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي، كما يتم الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي من قبل الطلبة في الحصول على الأخبار ومعرفة الأحداث اليومية، بالإضافة إلى اعتبار دراستنا من بين الدراسات التي تعالج ظاهرة اجتماعية خطيرة والمتمثلة في الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

#### II. الدراسات السابقة:

الدراسة الأولى: دراسة أحمد حسن سليمان (2017) شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في نشر الشائعات من وجهة نظر أعضاء هيئة تدريس جامعة ديالى الأردن، هدفت الدراسة إلى التعرف على دور شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في نشر الشائعات من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس بجامعة ديالى بالأردن، من خلال التعرف على درجة نشر الشائعات عبر شبكات التواصل الاجتماعي، ومعرفة أسباب انتشارها، كما تطرقت الدراسة أيضاً إلى الحلول والمعالجات للحد من انتشار الظاهرة، استخدمت الدراسة المنهج الوصفي، كما تم الاعتماد على المقابلة والاستبيان على عينة بلغ عدد مفردتها 352 مفردة، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: درجة نشر الشائعات على شبكات التواصل الاجتماعي جاءت بنسبة متوسطة وحازت شبكة الفايبروك على المرتبة الأولى لنشر الشائعات، وان أبرز موضوعات الشائعات هي الشائعات السياسية والاجتماعية، وان أهم أسباب نشر الشائعات هي سهولة إنتاج المعلومات ونشرها على شبكات التواصل الاجتماعي، وأوصت الدراسة بضرورة اهتمام المشرع العراقي بموضوع تنظيم استخدام وسائل الاتصال الالكترونية في موضوع الشائعات الرقابة عليها، ونشر الوعي بالخطر الذي يمكن أن تشكله الشائعات عبر شبكات التواصل.

الدراسة الثانية: دراسة أسامة بن غازي المدني (2017) دور شبكات التواصل الاجتماعي في ترويج الشائعات لدى طلاب الجامعات السعودية تويتر أنموذجاً، هدفت الدراسة إلى التعرف على دور شبكات التواصل الاجتماعي تويتر في نشر الشائعات بين طلاب الجامعات السعودية، واستخدمت الدراسة منهج المسح الاجتماعي على عينة عمدية من الذين يتعرضون لشبكة التواصل الاجتماعي تويتر من جامعتي أم القرى والملك عبد العزيز وعددهم 400 طالب، وأظهرت نتائج الدراسة أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس اتجاهاتهم نحو الشائعات تبعا لاختلاف الجامعة، وكذلك وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس اتجاهاتهم نحو الشائعات تبعا لاختلاف دوافع التعرض لشبكة التويتر.

الدراسة الثالثة: رضا عيد حمودة أكحيل (2015) الشائعات في المواقع الإخبارية الأردنية وتأثيرها في نشر الأخبار من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين، هدفت الدراسة إلى معرفة الشائعات ومدى تأثيرها في نشر الأخبار في المواقع الإخبارية الأردنية من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين، وتكمن أهمية الدراسة في محاولتها معرفة مدى إدراك الصحفيين لمفهوم الشائعات وأهدافها وأخطارها، ومدى اعتمادهم وتعاملهم معها من خلال عملية نشر الأخبار في المواقع الإخبارية الأردنية والتي أضحت اليوم حافلة بالكثير من الشائعات، استخدمت

الدراسة منهجين المنهج الوصفي والمنهج التحليلي، وتم الاعتماد على الاستبيان في جمع المعلومات وعلى عينة عشوائية بسيطة مكونة من (315) صحفياً، وتوصلت نتائج الدراسة إلى وجود تأثير دال إحصائياً للشائعات في نشر الأخبار في المواقع الإخبارية من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين من خلال درجة اعتمادهم على الشائعات في نشر الأخبار، وبلغ المتوسط الحسابي لها (3.71) وهي درجة مرتفعة، وقد بينت نتائج الدراسة وجود تأثير دال إحصائياً للشائعات في نشر الأخبار في المواقع الإخبارية من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين من خلال درجة إدراكهم الكبيرة لمفهوم الشائعات من حيث المفهوم والأهداف والأخطار، وبلغ المتوسط الحسابي لها (4.07) وهي درجة مرتفعة، أيضاً بينت الدراسة وجود تأثير دال إحصائياً للشائعات في نشر الأخبار، وبلغ المتوسط الحسابي لها (3.50) وهي درجة متوسطة. وأوصت الدراسة بضرورة اعتماد مصدر رسمي للأخبار، والرجوع إلى أهل الخبرة لمناقشة الشائعات ونفها، وإجراء تحقيقات الإعلامية للوصول إلى الحقائق، والتحرك الميداني لمواقع الأحداث، بالإضافة إلى ضرورة العمل على وضع تشريعات تعمل على تنظيم العمل الصحفي في المواقع الإخبارية.

**الدراسة الرابعة: جهاد علي سعايدة (2019)** الشائعات في وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيراتها على الأمن المجتمعي من وجهة نظر طلبة كلية الأمير رحمة الجامعية، هدفت الدراسة إلى التعرف على الشائعات في وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيراتها على الأمن المجتمعي من وجهة نظر طلبة كلية الأمير رحمة الجامعية، استخدم منهج المسح الاجتماعي بالعينة حيث كانت الاستبانة هي أداة، وذلك على عينة مكونة من (144) طالباً وطالبة من كافة التخصصات، أظهرت نتائج الدراسة أن أكثر شبكات التواصل الاجتماعي انتشاراً ونشراً للشائعات هو الفيسبوك يليه في الدرجة الثانية الواتساب، وأن أكثر أنواع الشائعات انتشاراً هي الشائعة الاجتماعية وفي الدرجة الثانية الشائعة السياسية ثم الشائعة الاقتصادية، كما أشارت الدراسة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في تأثير الشائعات في الجانب السياسي تعزى لمتغير الجنس ولصالح الإناث. ومن التوصيات التي جاءت بها الدراسة تتمثل في التوعية بضرورة الاستخدام الآمن لوسائل التواصل الاجتماعي وتفعيل دور الإعلام في الحد من الشائعات في وسائل التواصل الاجتماعي.

**الدراسة الخامسة: محمد رقاب (2021)** الشائعة والرأي العام الافتراضي في الجزائر، دراسة وصفية تحليلية على موقع الفيسبوك، تناولت الدراسة ثلاثة فصول في الفصل الأول تناول شبكات التواصل الاجتماعي أما الثاني فتعرض للتسيب التاريخي لتطور أساليب الشائعة واستخداماتها، فيما تناول الفصل الثالث ظاهرة الرأي العام وبنيتها المتجددة وصولاً للرأي العام الافتراضي كشكل فرضته المنصات الاجتماعية الراهنة. قد حاولت معالجة هذه الزاوية اعتماداً على المنهج الوصفي من خلال اعتماد أداتي استمارة الاستبانة التي وجهت لمجموعة من مستخدمي موقع فايسبوك في الجزائر واستمارة تحليل محتوى التي عالجت مضامين حسابات وصفحات كان لها ارتباط بترويج الشائعات، ومن أهم ما أسفرت عليه هذه الدراسة في شقها التطبيقي: أن موقع فايسبوك يعتبر المنصة الأكثر ترويجاً للشائعات بنسبة 91,7% فيما تساهم أنماط النشر في ترويج تلك الشائعات بنسبة 53,7%، كما أن نسبة 66,4% من المستخدمين تتداول الشائعات مع محيطهم المقرب، ونالت الشائعات السياسية نسبة 50,14% من الشائعات المروجة أثناء فترة الدراسة، أما شكل الشائعات المروجة فغلب عليها شكل النص + صور بنسبة 61,78%، فيما كانت تفاعلية المستخدمين مع الشائعات المروجة إيجابية ومؤيدة لمحتواها بنسبة تفوق 85%، كما أسفرت نتائج الدراسة أن الجهات الحكومية لم تتصدى إلا لنسبة 8,28% من مجمل الشائعات التي تم ترويجها أثناء الدراسة.

ومن أهم التوصيات التي جاءت بها الدراسة تتمثل في: استحداث مرصد وطني للشائعات الالكترونية من مهامه إحصاء الشائعات المروجة والمتداولة ورصدها وتحديد الجهات التي تقف وراءها كمصدر أول لإطلاقها، ضرورة تطبيق العقاب الرادع لمروجي الشائعات عبر الفايسبوك بحيث تكون هذه العقوبات منبثقة من قانون الشائعات الالكترونية.

#### 1. تحديد مفاهيم الدراسة

##### 1. أساليب المواجهة:

يعرفها كل من فولكمان ولازاروس على أنها الجهود التي يبذلها الفرد للسيطرة أو الخفض أو لتحمل المطالب الداخلية والخارجية التي تسبب بها المواقف الضاغطة (العاني، خميس، 2019، ص 85)

التعريف الاجرائي:

نقصد بها في دراستنا بأنها الأساليب التي يستخدمها الطلبة في التصدي لشائعات بمختلف أشكالها، حيث يتم الاعتماد على جملة من الطرق والوسائل من أجل الحد من انتشار الشائعات.

##### 2. الشائعات:

يعرفها كل من ألبورت Allport وبوستمان postman على أنها كل عبارة نوعية أو جدل محل التصديق يتناقلها الأشخاص من شخص لآخر، وتكون وسيلة لنقل الكلمة المنطوقة دون الحاجة إلى الأدلة والحجج (أبونيل، 1986، ص 10). الشائعات هي السلوك المخطط والمنظم لكيان أو شخص لنشر معلومات وأفكار غير دقيقة، مجهولة المصدر، وتوحي لتصديق، تحتوي على جزء صغير من الحقيقة (السعيدة، 2019، ص 330).

التعريف الاجرائي:

يمكن تعريف الشائعات على أنها أخبار مجهولة المصدر تقوم على اختلاق وتشويه الحقائق من قبل مجموعة من الأشخاص أو شخص معين، ويتسم الخبر بالغموض، وتعمل على تحقيق أهداف معينة.

##### 3. مواقع التواصل الاجتماعي:

تعرف مواقع التواصل الاجتماعي على أنها شكل جديد من أشكال الاتصال الذي يتيح للمستخدمين التواصل مع الآخرين، وتقديم العديد من الخدمات في عدة مجالات (الربابعة، 2019، ص 02) المواقع الالكترونية التي تسمح للمستخدمين بتوفير خدمات تطبيقات الانترنت مما يتيح لهم إمكانية إنشاء صفحة شخصية لكل مستخدم وتكون معروضة للعامة، وتوفر خدمة التواصل والتفاعل وتبادل المعارف (المقدادي، 2013، ص 24)

التعريف الاجرائي:

يمكن تعريفها على أنها مواقع تستخدم من أجل التواصل والتعارف مع الأصدقاء وبناء علاقات اجتماعية مع العديد من الأشخاص.

##### 4. الطلبة الجامعيين:

يعرف محمد علي محمد الطلبة الجامعيين بأنهم جماعة أو شريحة من المثقفين في المجتمع بصفة عامة، إذ يتركز المئات والألاف من الشباب في نطاق المؤسسات التعليمية (بوعموشة، بشته، 2021، ص 261) التعريف الاجرائي:

يقصد بالطالب الجامعي في هذه الدراسة طلبة علوم الاعلام والاتصال بجامعة الجزائر "3، والذين أجريت معهم الدراسة الميدانية.

## II. إجراءات البحث

### 1. المنهج المستخدم:

تتعدد المناهج وتنوع وفق طبيعة الموضوع المراد دراسته وأهدافه فقد اتبعنا المنهج المسحي، والذي يعرف على أنه: منهج بحثي يهدف إلى مسح الظاهرة موضوع الدراسة، لتعيينها، والوقوف على واقعها بصورة موضوعية، تساعد الباحث في معرفة أسبابها، والقيام بمقارنة فيما بينها والحصول على نتائج (المشهداني، 2019، ص 126)

### 2. مجتمع الدراسة وعينته:

يمكن تعريف مجتمع البحث على أنه جميع المفردات أو الوحدات التي تتوافر فيها الخصائص المطلوب دراستها، وعادة ما يعرف مجتمع البحث باسم إطار مجتمع البحث، الذي يشمل أسماء وعناوين مفردات مجتمع البحث (جباله، 2020، ص 629)، تمثل مجتمع دراستنا في طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة الجزائر 3.

### 3. عينة البحث:

تعرف العينة على أنها: مجموعة جزئية يقوم الباحث بتطبيق دراسته عليها، بحيث تكون ممثلة لخصائص مجتمع الدراسة الكلي (خليفي، شيقارة، 2017، ص 282)

اشتملت عينة الدراسة على طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة الجزائر 3، والتي قدر عددها ب (100) مفردة، وقد تم الاعتماد على أسلوب العينة الطبقية.

العينة الطبقية تستخدم عندما يكون في مجتمع الدراسة اختلافا منتظما، ويضع الباحث شروط محددة لاختيار أفراد العينة حيث تمثل جميع فئات المجتمع المدروس (دليبي، 2021، ص 130)

### 4. أدوات جمع البيانات:

من أجل الإحاطة بالموضوع من كل جوانبه تم استخدام استمارة الاستبيان باعتبارها وسيلة علمية تساعد الباحث على جمع الحقائق والمعلومات، فقد تم توزيعها على عينة من طلبة علوم الاعلام والاتصال بجامعة الجزائر 3.

يعرف أبو نيل الاستبيان بأنه: عبارة عن مجموعة من الأسئلة المصممة للتوصل من خلالها إلى حقائق يهدف إليها الباحث (الجرجاوي، 2010، ص 16)

تم تقسيم محاور الاستمارة إلى 4 محاور، تضمنت 15 سؤال، فالمحور الأول تضمن بيانات شخصية، أما المحور الثاني تضمن دوافع نشر الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي بكثرة، أما المحور الثالث فقد تضمن الآثار السلبية للشائعات المنتشرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي على الفرد والمجتمع، أما المحور الرابع تضمن طرق مواجهة الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

## 5. نتائج الدراسة:

### 1.5. عرض وتحليل نتائج الدراسة:

#### المحور الأول: البيانات الشخصية

##### الجدول رقم 01: يبين الجنس

النسبة المئوية	التكرار		
48%	48	ذكر	الاقتراحات
52%	52	انثى	
100%	100	المجموع	

نلاحظ من خلال الجدول اعلاه ان اغلبية افراد العينة من الاناث حيث بلغت نسبتهم 52% ، بينما نسبة الذكور بلغت 48%. يمكن القول بأن ارسال الاستمارة لهم تم بعدد متقارب وهذا بغية التعرف على اجابات المبحوثين .

##### الجدول رقم 02 بين السن

النسبة المئوية	التكرار		
49%	49	18-21 سنة	الاقتراحات
33%	33	22-26 سنة	
18%	18	27 سنة فاكث	
100%	100	المجموع	

نلاحظ من خلال الجدول اعلاه ان اغلبية افراد العينة بلغت اعمارهم من 18-21 سنة حيث قدرت ب 49، %33 تليها نسبة اعمارهم ما بين 22-26 سنة، تليها نسبة 18% اعمارهم اكبر من 27 سنة . يمكن القول أن الفئة العمرية بين 18-21 هي أكثر فئة تدرس في الجامعة وذلك راجع الى تسجيلهم مباشرة في الجامعة بعد حصولهم على البكالوريا.

##### الجدول رقم 03: يبين الإقامة

النسبة المئوية	التكرار		
28%	28	داخلي	الاقتراحات
72%	72	خارجي	
100%	100	المجموع	

نلاحظ من خلال الجدول اعلاه ان اغلبية افراد العينة لديهم اقامة خارجية حيث بلغت نسبتهم 72%، بينما نسبة 28% اقامتهم داخلية. يمكن تفسير ذلك الى أن أغلب الطلبة يقطنون بالقرب من الجامعة.

##### الجدول رقم 04: يبين المستوى الدراسي

النسبة المئوية	التكرار		
51%	51	ليسانس	الاقتراحات
49%	49	ماستر	
100%	100	المجموع	

نلاحظ من خلال الجدول اعلاه ان اغلبية افراد العينة مستواهم ليسانس حيث بلغت نسبتهم 51%، بينما نسبة 49% مستواهم ماستر. ومنه نستنتج أن النسبة متقاربة مايدل على أننا أثناء توزيعنا للاستمارة كانوا طلبة الليسانس والماستر في فترة الدراسة.

المحور الثاني: دوافع نشر الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي

الجدول رقم 05: يبين أسباب نشر الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة المئوية	التكرار		
45%	45	زرع الخوف ورعب بين أفراد المجتمع	الاقتراحات
30%	30	تغليب الرأي العام نحو قضية معينة	
13%	13	استهداف جهة معينة	
12%	12	التحريض على العنف والقوة	
100%	100	المجموع	

نلاحظ من خلال الجدول اعلاه ان اغلبية افراد العينة يرون اسباب نشر الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي في زرع الخوف ورعب بين أفراد المجتمع حيث بلغت نسبتهم 45% تقريبا نصف افراد العينة ، تليها نسبة 30% يرون السبب في تغليب الرأي العام نحو قضية معينة. تليها نسبة 13% يرون السبب في استهداف جهة معينة من جهة ومن جهة اخرى التحريض على العنف والقوة بنسبة 12%. ويمكن تفسير سبب نشر الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي يعود إلى زرع الخوف والرعب بين أفراد المجتمع وذلك من أجل التأثير على معنويات المجتمع وإضعاف الروح المعنوية لتحقيق أهداف معينة. حيث تجعل أغلب الناس قلقون وخائفون مما سيحدث وتجعلهم يتوهمون بحدوث أمور لا أساس لها من الصحة خاصة أثناء حدوث الأزمات.

الجدول رقم 06: يبين عوامل انتشار الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة المئوية	التكرار		
9%	9	نقص الوعي المجتمعي	الاقتراحات
30%	30	شح المعلومات من مصادر رسمية	
39%	39	غياب الرقابة والقوانين	
22%	22	سرعة تداول المعلومات	
100%	100	المجموع	

نلاحظ من خلال الجدول اعلاه ان اغلبية افراد العينة يرون ان عوامل انتشار الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي في غياب الرقابة والقوانين حيث بلغت نسبتهم 39%، تليها نسبة 30% يرون ذلك في شح المعلومات من مصادر رسمية، تليها نسبة 22% في سرعة تداول المعلومات، تليها نسبة 9% في نقص الوعي المجتمعي. يمكن تفسير عوامل انتشار الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي يعود الى غياب الرقابة والقوانين في ظل تساهل الدولة مع المروجون للأخبار وعدم الشعور بالمسؤولية ما يؤدي الى كثرة الشائعات والأكاذيب المبالغه في نقل



الأحداث. حيث أن غياب الرقابة على ما ينشر في مواقع التواصل الاجتماعي وعدم تطبيق القانون يتسبب في زيادة الشائعات السلبية بين الأفراد، كما يتسبب في الإساءة إلى الآخرين من خلال نشر صور مزيفة عن الأشخاص وتشويه سمعتهم.

#### الجدول رقم 07: يبين هدف المروجون من نشر الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة المئوية	التكرار	الاقتراحات
4%	4	تحقيق مصالح شخصية
35%	35	حصد اعجابات وزيادة عدد المتابعين
8%	8	احداث البلبلة وضعف الروح المعنوية
53%	53	زعزعة أمن واستقرار الدولة
100%	100	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول اعلاه ان اغلبية افراد العينة يرون هدف المروجون من نشر الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي في زعزعة أمن واستقرار الدولة حيث بلغت نسبتهم 53، %تليها نسبة 35% يرون الهدف في حصد اعجابات وزيادة عدد المتابعين، تليها نسبة 8% يرون في احداث البلبلة وضعف الروح المعنوية، ونسبة 4% يرون الهدف في تحقيق مصالح شخصية. نستنتج أن هدف المروجون لشائعات يتمثل في زعزعة أمن واستقرار الدولة وذلك من خلال استهداف سلطات الدولة وركائزها وإضعاف الثقة بين المواطنين والقيادة السياسية، هدفها التفرقة بين الشعوب والحكومات والمؤسسات العسكرية. حيث يكون هذا التأثير اما خارجي من خلال زعزعة كيانها في المحيط الدولي والإساءة إلى علاقتها بالدول الأخرى واما داخلي من خلال نشر الفوضى بين الشعب والسلطة ومحاولة استهداف قيادة أمن الدولة وأجهزتها، كما تعمل على رفع مستوى الشك بمصادقية الجهات المختصة.

#### الجدول رقم 08: يبين الأطراف الذين يتم استهدافهم من قبل المروجون لشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة المئوية	التكرار	الاقتراحات
25%	25	المجتمع
3%	3	السلطة وأجهزة الدولة
65%	65	الشباب
7%	7	الطلبة والنخبة
100%	100	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول اعلاه ان اغلبية افراد العينة يرون في الأطراف الذين يتم استهدافهم من قبل المروجون لشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي في الشباب حيث بلغت نسبتهم 65، %تليها نسبة 25% يرون المجتمع، ونسبة 7% يرون في الطلبة والنخبة، تليها نسبة 3% يرون السلطة وأجهزة الدولة. يمكن القول أن الشباب هم الفئة الأكثر استهدافا من قبل المروجون لشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي نظرا لأنهم يمثلون الشريحة الأكبر في المجتمع، وهم عماد المجتمع وأكثرهم استخداما لمواقع التواصل الاجتماعي. حيث أن فئة الشباب تعتبر من أكثر الفئات في المجتمع تداولاً للأخبار ويهتمون بنقل كل ما ينشر من معلومات، بالإضافة إلى اعتبارهم كأكثر الفئات التي تعتمد على شبكات التواصل الاجتماعي في الحصول على الأخبار.

المحور الثالث: التأثيرات السلبية لشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي

الجدول رقم 09: يبين مدى التأثيرات السلبية لشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة المئوية	التكرار		
79%	79	تؤثر بشكل كبير	الاقتراحات
20%	20	تؤثر الى حد ما	
1%	1	لا تؤثر	
100%	100	المجموع	

نلاحظ من خلال الجدول اعلاه ان اغلبية افراد العينة يرون ان التأثيرات السلبية لشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي تؤثر بشكل كبير حيث بلغت نسبتهم 79%، بينما نسبة 20% يرونها تؤثر الى حد ما. أما النسبة المتبقية والتي قدرت ب 1% ترى بأنها لا تؤثر. ويمكن تفسير ذلك على أن الشائعات تؤثر بشكل كبير عبر مواقع التواصل الاجتماعي على الأفراد من خلال إثارة الشك في النفوس بحيث تلعب دورا كبيرا في التأثير على معنويات الأفراد. وانعدام الثقة من خلال سوء الظن وافتقاد مصداقية في المجتمع كما تسيطر على توجهات الأشخاص وتفكيرهم وميولاتهم.

الجدول رقم 10: يبين الآثار السلبية لشائعات على الفرد والمجتمع

النسبة المئوية	التكرار		
20%	20	نشر الفوضى بين الناس	الاقتراحات
60%	60	اثارة البلبلة والفتنة	
13%	13	إلحاق الضرر النفسي بالأفراد	
7%	7	ضعف المجتمع وتفكيكه	
100%	100	المجموع	

نلاحظ من خلال الجدول اعلاه ان اغلبية افراد العينة يرون الآثار السلبية لشائعات على الفرد والمجتمع في اثارة البلبلة والفتنة حيث بلغت نسبتهم 60% تليها نسبة 20% يرون نشر الفوضى بين الناس، تليها نسبة 13% يرون في إلحاق الضرر النفسي بالأفراد، تليها نسبة 7% يرون في ضعف المجتمع وتفكيكه. يمكن القول بأن من الآثار السلبية لشائعات إثارة البلبلة والفتن من خلال تعميق الخلافات القائمة بين فئات المجتمع حيث تنشر مشاعر الحقد والكراهية ما يؤدي إلى تفكك الروابط الاجتماعية. كما تؤدي الى شعور الفرد بالشك في المجتمع ما يؤدي الى عدم تصديق أي معلومة داخل المجتمع وتسبب في ظهور نوع من الكراهية والفتن والعداوة بين سكان الدولة من خلال التحريض على العنف والتفرقة وتعميق الخلاف.

الجدول رقم 11: يبين تأثير الشائعات على الحالة النفسية للأفراد

النسبة المئوية	التكرار		
55%	55	تحدث توتر وقلق وخوف	الاقتراحات
7%	7	تحدث اضطرابات	
38%	38	تحدث الشعور باليأس والذل	
100%	100	المجموع	

نلاحظ من خلال الجدول اعلاه ان اغلبية افراد العينة يرون تأثير الشائعات على الحالة النفسية للأفراد في تحدث توتر وقلق وخوف حيث بلغت نسبتهم 55%، تليها نسبة 38% يرون انها تحدث الشعور باليأس والذل، تليها نسبة 7% يرون انها تحدث اضطرابات. نستنتج بأن تأثير الشائعات على الحالة النفسية للأفراد بأنها تحدث توتر وقلق وخوف من خلال نشر شائعات مروعة ومبالغ فيها عن خطر وشيك لاثارة مخاوف العامة حول قضية معينة مايتسبب في احباط نفسي واجتماعي. حيث يصبح الفرد يتخوف من حدوث أمور لا أساس لها من الصحة ما يتسبب في ايداء النفس والعزلة داخل المجتمع وحدثت اضطرابات نفسية مثل الاكتئاب.

الجدول رقم 12: الشائعات تهدف لتأثير على معنويات الأشخاص وسلوكياتهم

النسبة المئوية	التكرار		
94%	94	نعم	الاقتراحات
6%	6	لا	
100%	100	المجموع	

نلاحظ من خلال الجدول اعلاه ان اغلبية افراد العينة يرون ان الشائعات تهدف لتأثير على معنويات الأشخاص وسلوكياتهم حيث بلغت نسبتهم 94%، بينما نسبة 6% يرون أن الشائعات لا تهدف لتأثير على معنويات الأشخاص وسلوكياتهم، يمكن القول بأن الشائعات تهدف لتأثير على معنويات الأشخاص وسلوكياتهم من خلال اكتساب سلوكيات وتصرفات عدوانية اتجاه الأشخاص قد ينجم عنها أفعال مباشرة، كما أنها تهدف لتأثير على عقل الانسان ونفسه أي أنها تتجه الى معنوياته من أجل تحطيم الروح المعنوية للشعوب. حيث تجعل الفرد يتخذ سلوكيات عدوانية اتجاه الأشخاص كما تدفعه الى ابتداء تصرفات تتنافى مع طبيعة المجتمع.

المحور الرابع: طرق مكافحة الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي

الجدول رقم 13: يبين الأساليب التي يتم الاعتماد عليها لمواجهة الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة المئوية	التكرار		
20%	20	التأكد من المعلومة قبل نشرها	الاقتراحات
41%	41	التوعية والحملات التحسيسية لمخاطر الشائعات	
25%	25	وضع قوانين رادعة	
14%	14	توجيه الرأي العام	
100%	100	المجموع	

نلاحظ من خلال الجدول اعلاه ان اغلبية افراد العينة يرون ان الأساليب التي يتم الاعتماد عليها لمواجهة الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية والحملات التحسيسية لمخاطر الشائعات حيث بلغت نسبتهم 41%، تليها نسبة 25% يرون في وضع قوانين رادعة، تليها نسبة 20% يرون في التأكد من المعلومة قبل نشرها، تليها نسبة 14% يرون الحل في توجيه الرأي العام. نستنتج أن من الأساليب التي يتم الاعتماد عليها في مواجهة الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي تتمثل في التوعية والحملات التحسيسية من خلال نشر معلومات تحسيسية مفادها توضيح خطورة الشائعات على الرأي العام وسبل التصدي لها، من خلال نشر صور وفيديوهات عبر صفحات التواصل الاجتماعي تبين من خلالها الأثر السلبي لشائعات وكيفية التعامل معها

والتصدي لها. بالإضافة الى تدشين العديد من الصفحات عبر مواقع التواصل الاجتماعي لمواجهة الشائعات وتبيان حقيقة الأخبار المنتشرة.

الجدول رقم 14: يبين طرق مواجهة الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي من خلال الرد على الأخبار الكاذبة والمعلومات الغير صحيحة.

النسبة المئوية	التكرار		
76%	76	أوافق	الاقتراحات
2%	2	لا أوافق	
22%	22	أوافق الى حد ما	
100%	100	المجموع	

نلاحظ من خلال الجدول اعلاه ان اغلبية افراد العينة موافقين على ان طرق مواجهة الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي من خلال الرد على الأخبار الكاذبة والمعلومات الغير صحيحة حيث بلغت نسبتهم 76% تليها نسبة 22% موافقين الى حد ما، ونسبة 2% لا يوافقون. نستنتج أن من طرق مواجهة الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي من خلال الرد على الأخبار الكاذبة والمعلومات الغير صحيحة ويكون ذلك من خلال الرد عليها عن طريق التعليق عليها وعدم تجاهلها أي التواصل المستمر مع الجمهور حيث يكون الرد بشكل عام وسريع. يكون الرد على الشائعات سريعاً وأنيماً من خلال تحليل الشائعة من ناحية طبيعتها و قوتها ومخاطرها فإن كانت قوية يكون الرد عليها مباشراً.

الجدول رقم 15: مواجهة الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي من خلال دعم الصفحات والمواقع التي تهدف الى كشفها

النسبة المئوية	التكرار		
99%	99	نعم	الاقتراحات
1%	1	لا	
100%	100	المجموع	

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن نسبة كبيرة قدرت ب99% من الاجابات التي ترى أن مواجهة الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي من خلال دعم الصفحات والمواقع التي تهدف الى كشفها.و1% فقط من يرى بأنه لا يتم مواجهة الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي من خلال دعم الصفحات التي تهدف لكشفها. ومنه نستنتج أن أغلب صفحات التواصل الاجتماعي تحتاج الى الدعم لمواجهة الشائعات ويعود ذلك الى مصداقيتها في نشر الأخبار والمعلومات. من خلال نشر الخبر الصحيح مرفقا بالخبر الكاذب عبر صفحات التواصل الاجتماعي كما يتم نشر الحسابات المزيفة التي تنشر الشائعات عبر صفحاتها، ودعمها عن طريق التبليغ على كل صفحة تنشر الأخبار الكاذبة من أجل نشرها وتبيانها لرأي العام لحظرها والتبليغ عنها.

#### نتائج الدراسة:

يمكن اجمال النتائج التي توصلت اليها الدراسة في النقاط التالية:

-توصلت الدراسة الى أن سبب نشر الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي يعود إلى زرع الخوف والرعب بين أفراد المجتمع وذلك من أجل التأثير على معنويات المجتمع.

-توصلت الدراسة الى أن من عوامل انتشار الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي يعود الى غياب الرقابة والقوانين.

-كشفت الدراسة الى أن هدف المروجون من نشر الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي في زعزعة أمن واستقرار الدولة.

-كشفت الدراسة الى أن الشباب هم الفئة الأكثر استهدافا من قبل المروجون لشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي نظرا لأنهم يمثلون الشريحة الأكبر في المجتمع.

-توصلت الدراسة الى أن الشائعات تؤثر بشكل سلبي عبر مواقع التواصل الاجتماعي على الأفراد من خلال إثارة الشك في النفوس.

-توصلت الدراسة الى أنه من الآثار السلبية لشائعات إثارة البلبلة والفتن من خلال تعميق الخلافات القائمة بين فئات المجتمع.

-كشفت الدراسة الى أن تأثير الشائعات على الحالة النفسية للأفراد بأنها تحدث توتر وقلق وخوف من خلال نشر شائعات مروعة ومبالغ فيها.

-كشفت الدراسة الى أن الشائعات تهدف لتأثير على معنويات الأشخاص وسلوكياتهم من خلال اكتساب سلوكيات وتصرفات عدوانية اتجاه الأشخاص قد ينجم عنها أفعال مباشرة.

-توصلت الدراسة الى أن من الأساليب التي يتم الاعتماد عليها في مواجهة الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي تتمثل في التوعية والحملات التحسيسية من خلال نشر معلومات تحسيسية مفادها توضيح خطورة الشائعات على الرأي العام وسبل التصدي لها.

-كشفت الدراسة الى أن من طرق مواجهة الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي من خلال الرد على الأخبار الكاذبة والمعلومات الغير صحيحة.

-كشفت الدراسة الى أن مواجهة الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي من خلال دعم الصفحات والمواقع التي تهدف الى كشفها.

### III. خاتمة:

بناء على ماتم طرحه في هذا الموضوع وما تم التوصل اليه في الجانب الميداني للدراسة، يمكن القول بأن رغم التطور الذي تشهده مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الأخبار وتداولها، إلا أنها تعتبر البيئة الخصبة لنمو الشائعات وتكاثرها خاصة وأن هدف المروجون هو تحقيق مصالح شخصية في ظل غياب قوانين صارمة، حيث ساعدت هذه المواقع المستخدمين على نشر الخبر وتلقيه في دقائق معدودة، ويستطيعون من خلالها نقل الحدث مباشرة حتى أصبح يطلق عليه بالرأي العام الالكتروني، نظرا لتعدد المعلومات والأخبار من مصادر مختلفة، وهذا ما يساعد على انتشار الشائعات والزيادة من حدتها في ظل غياب مصدر المعلومة الذي يكون مجهول لعامة الناس، وانتشارها يكون أسرع وأكبر من الخبر الحقيقي، ما يجعل التصدي لها أمر ضروري على جميع الأصعدة، وللحد من انتشار الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي والتصدي لها كان لابد من استخدام أساليب لمواجهتها، وذلك عن طريق التوعية والحملات التحسيسية لتبيان خطورتها لرأي العام

ودعم الصفحات والمواقع التي تهدف لكشفها والرد على الأخبار الكاذبة والمعلومات الغير صحيحة، وهذا ما أكدته دراستنا حول أساليب مواجهة الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي .

كما تم التوصل من خلال هذه الورقة العلمية إلى جملة من التوصيات نذكر منها:

-ضرورة فرض عقوبات على كل من يقوم بترويج الشائعات ونشرها عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

-الاعتماد على آليات حديثة لمراقبة كل ما ينشر عبر صفحات التواصل الاجتماعي.

-القيام بحملات توعوية من مخاطر الشائعة وكيفية التصدي لها.

-الاعتماد على رجال الدين والمؤسسات التربوية لنشر التوعية.

-دور وسائل الإعلام في نشر الثقافة التوعوية حول خطورة الشائعات المنتشر عبر مواقع التواصل

الاجتماعي وكيفية التصدي لها.

-وضع تطبيقات حديثة على متجر بلاي بإمكانها كشف الشائعات وتحديد المعلومة الصحيحة والكاذبة.

## IV. الاحالات والمراجع:

- جهاد علي سعيدة، الشائعات في وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها على الأمن المجتمعي من وجهة نظر طلبة كلية الأميرة رحمة الجامع، مجلة أم البواقي، المجلد 6، العدد 2، 2019 ص 330.
- خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، ط1، الأردن: دار النفائس للنشر والتوزيع، 2013، ص 24.
- رزقي خليفي، هجيرة شبقارة، منهجية تحديد نوع وحجم العينة في البحوث العلمية، مجلة المعارف، العدد 23، 2017، ص 282.
- زياد علي بن محمود الجرجاوي، القواعد المنهجية التربوية لبناء الاستبيان، فلسطين: مطبعة أبناء الجراح، 2010، ص 16.
- سعاد العاني، محمد سليم خميس، أساليب مواجهة الضغوط النفسية لدى طلبة سنة أولى تربية بدنية، مجلة الباحث في العلوم الانسانية والاجتماعية، المجلد 11، العدد 1، 2019، ص 85.
- سعد سلمان المشهداني، منهجية البحث العلمي، ط1، الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2019، ص 126.
- شكرين دليمي، خطوات البحث العملي، مجلة الصدى للدراسات القانونية والسياسية، العدد 6، 2021، ص 130.
- فاطمة عبد الرزاق الربابعة، تصورات طلبة الدراسات العليا في كلية التربية بجامعة اليرموك حول أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعي، رسالة ماجستير، قسم المناهج والتدريس، كلية التربية، جامعة اليرموك، الأردن، 2019، ص 02.
- محمد جبالة، الأسس المنهجية لاختيار عينة ممثلة لمجتمع البحث، مجلة الأحياء، المجلد 02، العدد 24، 2020، ص 629.
- محمود السيد أبو نيل، علم النفس والشائعات، ط 1، بيروت: دار النهضة العربية للنشر والتوزيع، 1986، ص 10.
- نعيم بوعموشة، حنان بشتة، (2021)، اتجاهات الطالب الجامعي نحو التعليم عن بعد في الجامعة الجزائرية، مجلة دراسات في التنمية والمجتمع، المجلد 06، العدد 03، ص 261.

الملاحق:

استمارة الاستبيان

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة عبدالحميد ابن باديس

كلية العلوم الاجتماعية

قسم علوم الاعلام والاتصال

يشرفني أن أضع بين أيديكم هذه الاستمارة التي نهدف من خلالها لتجميع معلومات لأغراض علمية بحثية حول أساليب مواجهة الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي-دراسة ميدانية على عينة من طلبة علوم الاعلام والاتصال بجامعة الجزائر 3. نرجو من سيادتكم المساهمة في ملء الاستمارة أدناه بحسب آرائكم الخاصة .

تقبلوا منا فائق الشكر والتقدير

اعداد الطالب

ابراهيم ياسين



## استمارة الاستبيان

## المحور الأول: البيانات الشخصية

1-الجنس:

 ذكر  أنثى

2-السن:

 من 18-21  من 22-26  من 27 فأكثر

3-الإقامة:

 داخلي  خارجي

4-المستوى الدراسي:

 ليسانس  ماجستير

## المحور الثاني: دوافع نشر الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي

5- حسب رأيك، ماهي أسباب نشر الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

 زرع الخوف ورعب بين أفراد المجتمع  تغليب الرأي العام نحو قضية معينة  استهداف جهة معينة  التحريض على العنف والقوة

6- ماهي عوامل انتشار الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

 نقص الوعي المجتمعي  شح المعلومات من مصادر رسمية  غياب الرقابة والقوانين  سرعة تداول المعلومات

غير ذلك.....

7- ماهو هدف المروجون من نشر الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

 تحقيق مصالح شخصية  حصد اعجابات وزيادة عدد المتابعين  زعزعة أمن واستقرار الدولة  احداث البلبلة وضعف الروح المعنوية

8- من هم الأطراف الذين يتم استهدافهم من قبل المروجون لشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

 المجتمع  السلطة وأجهزة الدولة  المجتمع المدني  الشباب

الطلبة والنخبة

غيرهم.....

المحور الثالث: التأثيرات السلبية لشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي

9- ما مدى التأثيرات السلبية لشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

تؤثر بشكل كبير  تؤثر الى حد ما  لا تؤثر

10- ما هي الآثار السلبية لشائعات على الفرد والمجتمع؟

نشر الفوضى بين الناس  اثاره البلبلة والفتنة  إلحاق الضرر النفسي بالأفراد

ضعف المجتمع وتفكيكه

11- كيف يكون تأثير الشائعات على الحالة النفسية للأفراد من وجهة نظرك؟

تحدث توتر وقلق وخوف  تحدث اضطرابات

تحدث الشعور باليأس والذل

أخرى تذكر.....

12- هل تعتقد أن الشائعات تهدف لتأثير على معنويات الأشخاص وسلوكياتهم؟

نعم  لا

في كلتا الحالتين علل.....

المحور الرابع: طرق مكافحة الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي

13- ماهي الأساليب التي يتم الاعتماد عليها لمواجهة الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

التأكد من المعلومة قبل نشرها  التوعية والحملات التحسيسية لمخاطر الشائعات

وضع قوانين رادعة  توجيه الرأي العام

14- من طرق مواجهة الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي من خلال الرد على الأخبار الكاذبة

والمعلومات الغير صحيحة.

أوافق  لا أوافق  أوافق الى حد ما

15- هل ترى أن مواجهة الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي من خلال دعم الصفحات والمواقع التي

تهدف الى كشفها؟

نعم  لا