دور وسائل الإعلام الجديد في مواجهة للتأثيرات السلبية للشائعات المرتبطة بالإرهاب علي المجتمع السعودي باستخدام استراتيجية المنصات المتعددة دراسة تحليلية وميدانية مع تصور مقترح

أ.د.محمد رضا أحمد سليمان
أستاذ الإعلام بقسم الإعلام- كلية الدعوة وأصول الدين الجامعة الإسلامية بالمدينة المنورة

الملخص

الهدف: هذا البحث يسعى نحو بلورة رؤية لتعزيز وتفعيل دور وسائل الإعلام الجديد لمواجهة تأثيرات الشائعات المرتبطة بالإرهاب باستخدام استراتيجية معلوماتية تعتمد على المنصات المتعددة، عبر مواقع التواصل الاجتماعى والإعلام الإلكتروني، ووضع تصور لضبط استخدام تلك المواقع، والمبادرة بالمعلومات الوقائية، التى تُعد بناء على تتبع اتجاهات "التنقيب على المعلومات عبر الإنترنت Web Mining لدى الجمهور"، سواء على الحواسب الشخصية أو الهواتف الذكية، وتوفير نظام معلوماتى يمتلك القدرة على رصد الشائعات فى توقيت مبكر لحظة إطلاقها من خلال "نقاط رصد" Monitor Nodes على تلك المواقع، على أن تكون عملية تداول المعلومات الصحيحة للرد على هذه الشائعات من خلال منظومة المنصات المتعددة Multi- Platforms التى تمتلك القدرة على الوصول بالمعلومة لكل فئات الجمهور.

منهج الدراسة: تم استخدام منهج المسح واسترشد بمفاهيمه فى صياغة أدوات البحث، وفى جمع البيانات واختيار العينة، وفى تحليل البيانات.

العينة ومجتمعها: تم تطبيق الدراسة على عينة قدرها٤٠٠ أربعمائة مبحوثاً (٥٠ خمسون مبحوثا من الخبراء الذين لهم صلة ودراية معرفية ومعلومات كافية فى مجال البحث، و٥٠ مبحوثا من الإناث)، و٣٠٠ مبحوثا من الذكور من الجمهور العام المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي، وجميع مفردات العينة من السعودين المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعى ووسائل الإعلام الجديد.

الأدوات: تم استخدام صحيفة الاستبيان تم بناؤها وفقا لأهداف البحث، وتكونت الاستبانة من ستة محاور رئيسة.

النتائج: توصلت الدراسة الى أن أن تطبيق واتس آب What'sApp الذى يستخدم للتواصل عبر الهواتف الذكية هو الأكثر استخداما لدى عينة الدراسة، ومتوسط استخدامه (دائما)، يليه فى الترتيب موقع التواصل الاجتماعى لتطبيق تويتر Twitter، يليه فى الترتيب الثالث تطبيق انستجرام Instagram، ثم استخدام BalckBerry Messenger BBM، وفى الترتيب الأخير (لأكثر خمس تطبيقات للتواصل الاجتماعى انتشارا بين لدى العينة) يأتى موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك، وكذلك يتضح أن أول هذه الأهداف وأكثرها انتشارا لدى عينة الدراسة هو "التواصل والحديث مع الاصدقاء" Chating، و تبين أن "التفقه فى الدين والحصول على المعلومات الدينية" هو المجال الاول الذى يهتم به المستخدمون للإعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي، ثم المجال الرياضى ثم الاهتمام بلتراث الحضارى يليه الاهتمام بالجوانب السياسيه.

مقدمة:

يشهد الدور الاتصالى للإعلام الجديد تناميا غير مسبوق فى الإقبال الجماهيري، وتتزايد أعداد مستخدميه على مستوى العالم العربي، وقد أثرت تطبيقاته الرقمية على أنساق السلوك اليومى للمستخدمين، وتعتبر وسائل التواصل الاجتماعي Social Media إحدى نواتج التطور التقنى الرقمي، وواحدة من الأطر العامة التى تحدد السلوك الرقمى الاجتماعى للأفراد، فقد شكلت بوضعها العام منبرا لتداول المعلومات بين مستخدميها، وساهم عدم وجود قيود على تداول المعلومات، وعدم وضوح المسئولية القانونية التى تترتب على النشر عبر هذه الوسائل فى انفلات الاستخدام والتوظيف، فقد تم استخدامها فى مناسبات عديدة كأحد أدوات إدارة الصراع فى مناطق الفوضى والعنف فى البلدان العربية التى يستهدفها الإرهاب، فقد أشارت دراسات متعددة إلى دورها السلبى فى تأجيج الصراعات فى هذه البلدان، وأشارت إحداها إلى أن هذه الوسائل قد لعبت دورا غاية فى الحسم فى أحداث ما يعرف باسم الربيع العربي، وأثرت فى سرعة الأحداث وفى السلوك الجمعى للجماهير.(٢١)

ويعتبر الإرهاب المعلوماتى واحدًا من أخطر التحديات التى تواجه المجتمع فى الوقت الراهن، وقد اتسعت دوائر البث المعلوماتى وتعددت منصات إطلاق الشائعات المرتبطة بالإرهاب عبر وسائل الإعلام الجديد، وأتاحت تلك الوسائل أساليب جديدة لجماعات الإرهاب والتطرف والخوارج عن الدين والمجتمع لبث شائعاتهم ومعلوماتهم المغلوطة والمضللة، مستهدفين بذلك قطاعا هاما من قطاعات المجتمع، وهم فئة الشباب المستخدمين للإنترنت بشكل أساسي، وساهمت تلك الشائعات فى الإنهاك النفسى للمواطن العربي، وبثت حالة من الغموض المعرفى غير المسبوق نتيجة تعدد المصادر والإسناد الفاسد والمتعمد لتلك الشائعات، ولهذا اهتمت جهات عديدة داخل المملكة العربية السعودية برصد هذه الظاهرة، فتشير دراسة حديثة أجريت فى عام (١٤٣٦هـ) إلى أن هناك ٦٠٠٠ ستة آلاف حساب مزيف على موقع التواصل الاجتماعى (تويتر) يستهدفون المملكة، وإلى أنه يتم بث نحو مائة وثلاثين ألف تغريدة سلبية تستهدف المملكة يوميًا.(٥)

هذا الطوفان المعلوماتى المزيف عبر تويتر فقط، يضاف إليه وسائل التواصل الاجتماعى الأخرى مثل فيسبوك وانستجرام وغيرها من الشبكات الاجتماعية، تساندها المواقع والصفحات الإلكترونية لجماعات الإرهاب ومؤسساته المعلومة وغير المعلومة، وتديرها استراتيجية لا تخفى على أحد من نظام دولى يستهدف الإسلام والدول المحورية فيه، ولا شك فى أن المملكة بحكم مكانتها، وكونها تَشْرُف بخدمة الحرمين الشريفين، وما لذلك من مكانة لدى المسلمين كافة، فإن استهدافها من هذه الجماعات مستمر وتزداد وتيرة معلوماته المضللة يوما بعد يوم.

ويتعرض النطاق الرقمى للمنطقة العربية عبر الإنترنت لعملية إغراق معلوماتى Information Overload من قبل وسائل الإعلام الجديد بكافة أشكالها، كما أن بعض المعلومات التى يتم بثها تتسم بالغموض أو التزييف، وتمثل شائعات المنظمات والجماعات الإرهابية قدرا كبيرا من تلك المعلومات المزيفة، حيث يتم التعتيم على المصدر بقدر كبير لتجنيب المتصفح عملية التشكيك فى المعلومة، وتؤدى عملية الإغراق المعلوماتى إلى التشويش على متخذ القرار، وإلى إصابة المواطن بالقلق المعلوماتى Informational Anxiety كنتيجة مباشرة لعزارة التدفق وعدم قدرته على التمييز بينها، ولا تستهدف هذه المعلومات المواطن العادى فقط، بل تستهدف مؤسسات الدولة وأركانها وأنظمتها، فقد أفسحت قوانين وتنظيمات الفضاء الإلكترونى مجالا للفوضي، وفى هذا الصدد يشير أحد الباحثين إلى افتقاد الإعلام الجديد لقيم المهنية، وأن حرية الدخول والخروج دون مراقبة على شبكة الإنترنت قد ساعدت فى عمليات إجرامية، بالإضافة إلى التدوين المزيف الذى يروج للشائعات والأخبار الكاذبة،(٩) ولهذه الأسباب يصبح من الضرورى إيجاد السبل لمواجهة تلك التداعيات السلبية لانتشار استخدام وسائل الإعلام الجديد فى المجتمع.

ويشير تقرير لهيئة الاتصالات وتقنية المعلومات السعودية، عن عام ٢٠١٤م، إلى أن عدد مستخدمى الإنترنت فى المملكة بلغ ٦,١٩ مليون مستخدم بنسبة ٦٣,٧% من إجمالى السكان، وأن عدد المشتركين فى خدمات الهواتف المتحركة (الجوالة) قد بلغ ٥٣ مليون مشترك بنسبة ١٧١% من إجمالى السكان أى أن الكثير من المواطنين يمتلك أكثر من اشتراك فى خدمات الهواتف النقالة،(١٩) بينما أشار تقرير آخر للهيئة إلى أن عدد مشتركى الفيسبوك بلغ ٧,٨ مليون مشترك، يمثلون ١٠% من مشتركى الفيسبوك فى الوطن العربي، وأن المملكة تأتى فى صدارة الدول العربية من حيث الاستخدام النشط لموقع التواصل الاجتماعى تويتر.(١٦)

وعلى الرغم من ذلك لا ينبغى أن نغفل الدور الإيجابى لتلك الوسائل فى دعم منظومة العمل الأهلى والحكومي، وفى دعم التعليم الإلكتروني، وفى إحداث نقلة ملموسة فى تبسيط الخدمات لقطاع عريض من المواطنين،

هذه المؤشرات والنمو المتزايد فى طلب خدمات الإنترنت، والإقبال على المشاركة فى مواقع التواصل الاجتماعى يدعونا لأن نأخذ بعين الاعتبار الفوائد التى تعود على الجمهور من استخدامها، والمخاطر الداهمة التى يمثلها تغلل الفكر المتطرف فى قطاعات عريضة بالبلدان المجاورة، وأن جماعات هذا الفكر الضال تطلق معلومات من منصات متعددة فى الفضاء الافتراضى عبر الإنترنت، ولأن السيطرة على الفضاء الإلكترونى هو عمل من أعمال السيادة للدولة، وبالتالى فإن ممارسة الدولة لدورها فى حماية مواطنيها ونظامها الاجتماعى ومؤسساتها، يحتم عليها وضع الظوابط اللازمة لاستخدام وتداول المعلومات عبر هذه الوسائل، إن التأطير الإسلامى لوسائل التواصل الاجتماعى وتوظيف آليات الإعلام الجديد لدعم المجتمع تعد عملا مطلوبا فى الوقت الراهن فى ضوء التحديات التى تلوح فى الأفق، وضرورة تفعيل مبدأ السيادة على الفضاء الرقمى للدولة.

المبحث الأول الإطار المنهجى للبحث

مشكلة البحث:

فى إطار العرض السابق، وما ساهم به التحول نحو التواصل الرقمى من مدخلات جديدة للمعلومات لم تكن معروفة من قبل، أدت إلى إحلال النمط السلوكى الرقمى محل أنماط سلوكية واقعية، ولعل ما يشهده العالم الآن من غموض وتصادم للقوى الفاعلة دوليا، وما تشهده منطقتنا العربية وعالمنا الإسلامى من متغيرات، وحالة الفوضى التى تسود بعض الدول المجاورة بالمنطقة، وما تقوم به المعلومات من دور حيوى فى تحريك الجماهير، وما أسهمت به وسائل التواصل الاجتماعى، وآليات الإعلام الجديد من تداول للشائعات التى تمثل فى أحيان كثيرة تهديدات فعلية لأمن المجتمع وكياناته وقيمه وعقيدته، واتساع نطاق تداول هذه الشائعات، وكم التزييف الذى تغرق فيه، ومن هنا فإن هذا البحث يسعى نحو بلورة رؤية لتعزيز وتفعيل دور وسائل الإعلام الجديد لمواجهة تأثيرات الشائعات المرتبطة بالإرهاب باستخدام استراتيجية معلوماتية تعتمد على المنصات المتعددة، عبر مواقع التواصل الاجتماعى والإعلام الإلكتروني، مع وضع تصور لضبط استخدام تلك المواقع، والمبادرة بالمعلومات الوقائية، التى تُعد بناء على تتبع اتجاهات "التنقيب على المعلومات عبر الإنترنت Web Mining لدى الجمهور"، سواء على الحواسب الشخصية أو الهواتف الذكية، وتوفير نظام معلوماتى يمتلك القدرة والمرونة على رصد الشائعات فى توقيت مبكر لحظة إطلاقها من خلال "تقاط رصد" Monitor Nodes على تلك المواقع، على أن تكون عملية تداول المعلومات الصحيحة للرد على هذه الشائعات من خلال منظومة المنصات المتعددة Multi- Platforms التى تمتلك القدرة على الوصول بالمعلومة لكل فئات الجمهور.

الدراسات السابقة:

تمثل عملية تداول المعلومات عبر وسائل الإعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعى حقلا خصبا لعمليات نشر الشائعات، والمعلومات المضللة، نظرا لغياب الرقابة والمتابعة، والمصادر المفتوحة للمعلومات التى تمهد الطريق للانتشار على نطاق واسع، وبالنظر لما لهذه الشائعات من تأثيرات سلبية فقط فرضت عملية الانتشار والتداول نفسها على كثير من المؤسسات البحثية والعلمية، التى اهتمت بالبحث فى آليات انتشار الشائعات، واستراتيجيات تقديمها للجمهور ونشرها على

شكل الهجمات الخاطفة داخل المجتمعات المستهدفة، ومن هذه المنطلقات ركز الباحث على رصد الخبرات البحثية التى تتناول هذا المجال الذى يربط وسائل الإعلام الجديد بالشائعات وانتشارها وتأثيرها، والذى يتسم بالثراء المعرفى من حيث المساهمات العلمية التى تناولت أساليب عمل الشائعة وكيفية انتشارها، والبيئات الحاضنة للشائعات ودورة حياة الشائعة، والجهود التى تبذل لاكتشافها، ويعرض الباحث هنا لبعض الدراسات التى تسهم فى تعميق الفهم المنهجى لهذه الدراسة.

١. فقد أجرى تركى بن عبدالعزيز السديرى (٢٠١٤) دراسة بعنوان "توظيف وسائل التواصل الاجتماعى فى التوعية الأمنية ضد خطر الشائعات"، وقد هدفت تلك الدراسة على التعرف على واقع توظيف شبكات التواصل الاجتماعى فى التوعية الأمنية ضد خطر الشائعات، وإيجابيات توظيف تلك الشبكات فى التوعية الأمنية، واستخدمت الدراسة أساليب منهج المسح فى جمع المعلومات، وطبقت على عينة عددها ١٢٩ مبحوثا، ومن أهم نتائجها أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعى فى التوعية ضد الشائعات بصورة مرتفعة قد رفع من مستوى فهم أفراد المجتمع للمخاطر والتهديدات، كما أوصت بضرورة فرض رقابة على مواقع التواصل الاجتماعي.(١)

٢. بينما أجرى كل من لياجون زهاو وآخرون (٢٠١٤) دراسة بعنوان "نموذج انتشار الشائعة مع تقدير لآلية تفنيد الشائعات بمواقع التواصل الاجتماعي"، ويشير الباحثون إلى أن الهدف من الدراسة هو تطوير نموذج لكيفية انتشار الشائعة، مع الأخذ فى الاعتبار آلية رفضها أو تفنيدها، حيث أكد الباحثون على أن السنوات الأخيرة قد شهدت اهتماما متزايدًا بالإدارة الفعالة لانتشار الشائعات بمواقع التواصل الاجتماعي، ويصف الباحثون العملية المستمرة لانتشار الشائعة عن طريق إحصاء آلية تكذيبها وتفنيدها فى الشبكات الاجتماعية المتجانسة، وأشارت نتائج البحث إلى وجود عقبات خطيرة تسهم بشكل سلبى فى عملية تفنيد ودحض الشائعات بمواقع التواصل الاجتماعي.(٣١)

٣. بينما قام سعود بن عبدالعزيز الخلف (١٤٣٤هـ) بدراسة بعنوان "رؤية تطويرية لبرامج الأمن الفكرى من خلال لجان المناصحة" وهدفت الدراسة إلى تقديم مقترحات لتطوير عمل لجان المناصحة الفكرية التى يتبناها مركز الأمير محمد بن نايف للمناصحة والرعاية، لتعديل الأفكار الخاطئة لدى بعض الشباب حول القضايا الشرعية، وناقش البحث بعض ما يؤثر على الشباب الذى ينتمى لاتجاهات ترتبط بالإرهاب، وأوصى بنشر مركز للمناصحة فى كل مدينة تكون مهمته العناية بمن يخضع للمناصحة، لتخليصه من الانحراف الفكري، ورعايتهم بشكل مستمر.(٨)

٤. وللتعرف على أسباب الانتشار السريع الشائعات على مواقع التواصل الاجتماعى أجرى كل من بنجامين ديور ومحمود فوز وتوبياز فريدريش (٢٠١٣) دراستهم التى ركزت على الكيفية التى تنتشر بها الأخبار على مواقع التواصل الاجتماعى وتم محاكاة عملية انتشار المعلومات البسيطة فى شبكات متعددة، وبرهنت الدراسة على أنه فى بعض الأوقات تُنشر الأخبار من الباطن Suffices بصورة لوغارتيمية إلى كل النقاط الشبكية، وأن شبكات التواصل الاجتماعى مثل فيسبوك وتويتر قد أعادت تشكيل الطريقة التى يتخذ بها الأفراد سلوكا جماعيا، وأنها لعبت دورا غاية فى الحسم فى أحداث ما يعرف باسم الربيع العربي، وأثرت فى سرعة الأحداث، وأن بناء الشبكات الاجتماعية وعملية نشر الأخبار بها لم تصمم للهدف الموجود فى أذهان المشاركين، وإنما طورت بطريقة عشوائية لامركزية مقصودة.(٢٢)

٥. دراسة حنان بنت شعشوع الشهرى (١٤٣٤- ٢٠١٣)، بعنوان "أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية على العلاقات الاجتماعية الفيس بوك وتويتر نموذجا"، وقد هدفت الدراسة إلى التعرف على الأسباب التي تؤدى للاشتراك فى مواقع التواصل الاجتماعى ومنها موقعي الفيسبوك وتويتر، والتعرف على طبيعة العلاقات الاجتماعية عبر هذه المواقع، والتعرف علي الآثار الإيجابية والسلبية الناتجة عن استخدام تلك المواقع، ومن أجل تحقيق هذه الأهداف اعتمدت الدراسة على منهج المسح، واستخدمت استبانة لجمع البيانات، وتم اختيار العينة من طالبات جامعة الملك عبدالعزيز، ومن نتائج الدراسة أن من الأسباب التي تدفع الطالبات لاستخدام الفيسبوك وتويتر هي سهولة التعبير عن آرائهن، و أن الطالبات استفدن من هذين الموقعين في تعزيز صداقاتهن مع البعيدات مكانيا، والتواصل مع أقاربهن، وأن الانفتاح الفكري والتبادل الثقافي فيما بينهن يعد من أهم النتائج الإيجابية لاستخدام فيسبوك وتويتر، بينما قلة التفاعل الأسري أحد أهم الآثار السلبية، ووأشارت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية موجبة بين متغير عدد الساعات وبين الإشباعات التى تتحقق من استخدام كل من فيسبوك وتويتر.(٦)

٦. وقام قينان عبدالله الغامدى (٢٠١٢) بإجراء دراسة بعنوان "التوافق والتنافر بين الإعلام التقليدى والإعلام الجديد" وهى دراسة نظرية لرصد أهم نقاط الالتقاء والتوافق، والاختلاف والتنافر بين وسائل الإعلام الجديد والتقليدى من وجهة نظر الخبراء والعاملين فى مجال الإعلام، وتوصل إلى مجموعة من النتائج منها أن وسائل التواصل الاجتماعى تتمتع بالحيوية، والتواصل اليومى مع الأصدقاء، ويشير إلى أن ما ينشر على مواقع التواصل الاجتماعى هو نتاج فوضوى للمستخدمين لا يمكن الثقة فيه.(١٣)

٧. وقد أجرى منغان باى (٢٠١٢) دراسة بعنوان "اكتشاف آلية انتشار الشائعات بمواقع التواصل الاجتماعي"، وهدفت إلى التعرف على آلية انتشار الشائعات فى مواقع التواصل الاجتماعى فى الصين، عن طريق تحليل محتوى أحد مواقع التواصل الاجتماعى الصينية، مستخدما عدة مداخل نظرية لصياغة إطار التحليل، وتم جمع البيانات من مستخدمى الإنترنت الصينيين، وأظهرت النتائج أن شبكة صيونكس قد وسعت من تأثير الشائعات على الإنترنت بواسطة مواقع التواصل الاجتماعى.(٣٤)

٨. وأجرى كل من أيونسو سيو وطارق عبدالعزيز (٢٠١٢) دراسة بعنوان "تحديد الشائعات ومصادرها بمواقع التواصل الاجتماعي"، ويشير الباحثان إلى أنها دراسة استكشافية تهدف إلى إيجاد أو تحديد مصادر الشائعات، وركز الباحثان على دراسة كيفية تسكين Mitigation الادعاءات الكاذبة على الشبكات الاجتماعية، وذلك على محورين، أولهما كيفية التحقق من مصادر الشائعات فى ظل الغياب الكامل للمعلومات حول المصدر، وثانيهما كيف نفرق بين الادعاءات الكاذبة والشائعات من جهة، والمعلومات الحقيقية من جهة ثانية، وللتوصل إلى ذلك تم زرع نقاط رصد على الشبكة Monitor nodes مهمتها أن تقوم بتصنيف المعلومات التى تستقبلها، وتم تصنيف الشائعات وفقا لمصادرها من خلال مراقبة المواقع والصفحات التى تنشر جزءا من الحقيقة وتلك التى لاتنشر، وأشارت نتائج الدراسة إلى أن وجود عدد كاف من نقاط الرصد المراقبة التى يتم زرعها على مواقع التواصل يمكننا رصد مصادر الشائعات.(٢٧)

٩. بينما أجرى جون لوى (٢٠١٢) دراسة بعنوان "الشائعة والهاتف الجوال والصمود فى الصين المعاصرة" وهدفت الدراسة إلى اختبار خصائص وطبيعة الشائعات من خلال إعلام الهاتف الجوال فى الصين، وباستخدام المقابلة المتعمقة مع مبحوثين فوق الخمسين عاما، أظهرت النتائج أن الشائعات التى تنتشر بواسطة الهاتف الجوال تصاغ بشكل معين من خلال انتقالها، وأن إحساس مستخدمى الهاتف الجوال بسرية المعلومات التى تحتويها الشائعات يزيد من عملية تداولها.(٢٨)

١٠. وقد قام كيلى جرانت (٢٠١١) بدارسة عنوانها "المتاعب الناتجة عن الشائعات السياسية على الإنترنت" وذلك للإجابة على تساؤل رئيس هو: هل استخدام الإنترنت قد ساهم فى زيادة القبول الواسع للشائعات الكاذبة؟، ومن خلال تحليل البيانات التى جمعها بعد الانتخابات الأمريكية عام ٢٠٠٨، كانت الإجابة بنعم على التساؤل المطروح بالعنوان والهدف، وأشار إلى أن آلية انتشار الشائعات

تختلف عما أشار إليه العلماء فى الماضي.(٣٠)

١١.وأجرى كل من عبدالفتاح عبدالغنى الهمص وفايز كمال شلدان (٢٠١٠) دراسة بعنوان "الأبعاد النفسية والاجتماعية فى ترويج الشائعات عبر وسائل الإعلام وسبل علاجها من منظور إسلامي" وقد هدفت الدراسة إلى الكشف عن الأبعاد النفسية والاجتماعية فى عملية ترويج الشائعات، حيث أشار الباحثان إلى أن العالم أجمع- والفلسطنيين على وجه الخصوص- فى مواجهة حرب من نوع جديد تهدف إلى بث معلومات مغلوطة أو كاذبة أو مشوهة هدفها إثارة الفرقة والفتنة، وأشارت الدراسة إلى تميز الإسلام فى عرض الحقائق المبنية على اليقين والثقة، كما وضع الحلول للحد من الشائعات، وقادت نتائج الدراسة إلى استخلاص مجموعة من المبادئ الأساسية التى تستلهم مبادئ الدين الإسلامى لمحاربة الشائعات ومواجهتها.(١٢)

١٢.وقام كل من مارسيلو مندوزا وآخرون (٢٠١٠) بإجراء دراسة بعنوان "تويتر فى أزمة: هل يمكن أن نصدق كل ما نكرره من تغريدات؟" واختبر البحث سلوك مستخدمى تويتر فى المواقف الطارئة، وتحديدا تحليل الأنشطة المتصلة بزلزال تشيلي عام ٢٠١٠، وتشخيص وتوصيف تويتر فى الساعات والأيام التالية على الكارثة، مع دراسة استطلاعية لظواهر محددة مثل نشر الإشاعات الكاذبة وكيف تنتشر هذه المعلومات، وأظهرت النتائج أن انتشار التغريدات التى ترتبط بالشائعات قد اختلف عن نشر الأخبار، وأن نشر الشائعات يتجه لأن يكون شكلا استفهاميا أكثر من كونه خبريا فى مجتمع التغريد.(٣٢)

١٣.وفى دراستهم بعنوان "عدسة الشائعة: نظام لتحليل تأثير الشائعات وتصحيحها بوسائل التواصل الاجتماعي" أشار كل من بول رزنك وآخرون (٢٠١٠)، إلى أن البحث قد صمم مجموعة من الأدوات التفاعلية لمساعدة الصحفيين على تحديد الشائعات الجديدة على موقع التواصل الاجتماعى تويتر ومساعدة الجمهور المستهدف من الشائعة وتصحيح التغريدات، وأشارت النتائج إلى أن الشائعات تنتشر بشكل أوسع من خلال وسائل التواصل الاجتماعي، وأن المنظومة التى تم تصميمها قد ساعدت فى تصحيح المعلومات الواردة بالتغريدات والتحذير من انتشار التغريدة الرئيسية.(٣٥)

١٤.وفى سياق متكامل مع استراتيجية البحث أجرت جيلان دويل (٢٠١٠) دراسة بعنوان "من التلفزيون إلى المنصات المتعددة" وهدف البحث لاختبار الجوانب الاقتصادية فى تكلفة التغطية والوصول للجمهور المستهدف من خلال المنصات المتعددة Multi- platforms بالتركيز على التلفزيون فى المملكة المتحدة، وتحليل التحول من وسائل الإعلام التقليدية نحو المنصات المتعددة، وما إذا كانت الرقمية تجعل وصول المحتوى أكثر فاعلية عن ذى قبل، وأشارت الدراسة إلى ان المنصات المتعددة قد قدمت تسهيلات عديدة لنشر الخدمات العامة، ولتقديم شكل جديد من المخرجات الخدمية لجمهور وسائل الإعلام.(٢٥)

تعقيب على الدراسات السابقة:

بالنظر لما تم عرضه من نتائج وما اطلع عليه الباحث من منهجية العمل فى تلك البحوث، ومجالاتها وبيئتها، وعلى الرغم من ظهور العديد من الدراسات العربية فى مجال الإعلام الجديد ومواقع التواصل على وجه التحديد، إلا أن المجال البحثى والأكاديمى فى حاجة ملحة للمزيد من الدراسات التى ترصد وتوضح وتفسر طبيعة عمل هذه الوسائل فى المنطقة العربية، بالإضافة إلى أن الدور المريب الذى تقوم به الشائعات عبر وسائل الإعلام الجديد فى عمليات التخويف والإنهاك النفسى للجمهور العربي، هذا المجال يحتاج إلى مزيد من البحث والدراسة، كما أن فكرة درء مخاطر الشائعات والمبادرة المعلوماتية لم تنل القدر الكافى من البحث والإثراء فى عالم تتلاحق فيه عملية البث المعلوماتى بشكل كثيف، يضاف إلى هذا فإن فكرة المنصات المتعددة لمواجهة الشائعات وتفنيدها بما يضمن وصول المعلومات الصحيحة للجمهور بطرق متعددة، وبكل أنظمة التشغيل المحتملة، ويضمن نفاذا لكل نطاقات إطلاق الشائعات، وقد ألهمت الدراسات السابقة الباحث نقاطا بحثية ينبغى تضمينها فى البحث، وأسهمت فى توسيع دوائر الطرح للافتراضات والتساؤلات التى ينبغى أن تؤخذ فى الاعتبار عند التنفيذ.

وأفادت الدراسات السابقة فى تضمين أبعاد خاصة بالهاتف الجوال، وعملية الاتصال الفردى وتداول لشائعات مصدرها إلكترونى أو شائعات من مواقع التواصل الاجتماعى ويتم تناقلها عبر الفئات المجتمعية المختلفة، مما يوسع من دائرة انتشار الشائعة.

كما أفادت الدراسات فى صياغة الأدوات وتضمينها منصات متعددة للتواصل الاجتماعى من تلك التى يعتمد عليها الجمهور، كما أضافت الأطر المعرفية للبحوث مجموعة من الركائز المعرفية التى يمكن الاعتداد بها عند صياغة ووضع أسس مواجهة الشائعات من منظور المنصات المتعددة، وسيكون للبحث إضافة يعتد بها فى صياغة رؤية لضبط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وفى مجال مواجهة الشائعات بالتكثيف المعلوماتى عبر وسائل الإعلام الجديد.

أهداف البحث:

يسعى هذا البحث لتحقيق الأهداف الآتية:

١. التعرف على أنماط استخدام الجمهور لمواقع التواصل الاجتماعي، وأنماط تصفح المواقع الإلكترونية.
٢. التعرف على مدى تعرض المبحوثين للشائعات، أو تداول معلومات غير صحيحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
٣. التعرف على آراء الخبراء والعلماء حول كيفية الرد على ما يتم تداوله من شائعات تمس المجتمع السعودي.
٤. التعرف على رؤية الخبراء والجمهور العام لآليات ضبط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وتحديد مسئوليات المحتوى الرقمى فيها.
٥. صياغة تصور مقترح من واقع نتائج الدراسة لمواجهة الشائعات بالمعلومات الصحيحة، مع استراتيجية للوصول عبر منصات متعددة، تناسب عمليات استخدام الإنترنت داخل المملكة العربية السعودية، ومن منطلق السيادة على الفضاء الإلكترونى لمواطنيها.

أهمية البحث:

١. الأهمية المجتمعية:
   أ. يلبى البحث حاجة مهمة فى توعية المجتمع والجمهور بمخاطر الشائعات التى تبثها المواقع التابعة للجماعات الإرهابية والجهات المعادية للإسلام والمسلمين.
   ب. استثارة الباحثين لتناول ظاهرة الشائعات بمواقع التواصل الاجتماعى بمزيد من الدراسات، من زوايا متعددة بهدف التصدى للفكر الإرهابى والتطرف والغلو، والمبادرة بنشر المعلومات التى يبحث عنها الشباب عن طريق تتبع عمليات البحث فى النطاق الرقمى للمملكة على الإنترنت.
   ج. توعية الجمهور بعدم الاعتداد بشبكات التواصل الاجتماعى كمصدر إخبارى أو تثقيفى أو دعوي، حيث أنها لم تؤسس لهذا الغرض، حيث أن أبوابها ومداخلها المعلوماتية مفتوحة للكذب والتزييف والتدليس والغش، دون رقيب أو أداة للتثبت من دقتها.
٢. الأهمية العلمية والمعرفية:
   أ. تحقيق دور الجامعة فى خدمة المجتمع، والتصدى لحل المشكلات التى تواجه المجتمع بطرق علمية ومنهجية منظمة.
   ب. إثارة الاهتمام العلمى باستراتيجيات التكثيف المعلوماتى لمواجهة الشائعات، من خلال استخدام المنصات المتعددة لإطلاق المعلومات لكل أنظمة التشغيل المحتملة، وصولا للجمهور المستهدف.
   ج. إيجاد آلية لرصد الشائعات باتباع تقنيات محددة مثل نقاط المراقبة والرصد على مواقع التواصل Monitor Nodes التى تستخدمها الكثير من الهيئات لكشف الحسابات المزيفة على مواقع التواصل.

د. استكشاف رؤى الخبراء والتعرف على إجراءات وسبل تنفيذ هذه الرؤى فيما يخص وسائل التواصل الاجتماعى وكبح جماح الانفلات الذى يسود ممارساتها، وإنفاذ القانون بالنسبة لها وذلك تفعيلا لمبدأ السيادة على المجال الرقمى للدولة.

منهج البحث:

اعتمد البحث فى إطاره المنهجى على خطوات وأساليب منهج المسح، واسترشد بمفاهيمه فى صياغة أدوات البحث، وفى مرحلة جمع البيانات واختيار العينة، وفى تحليل البيانات والتحليل الإحصائى وعرض النتائج.

مجتمع البحث:

يعتبر مستخدموا الانترنت من مواطنى المملكة مجتمعا مستهدفا ومحتملا لهذه الدراسة، ولكن لاعتبارات تربط بالمدى الزمنى المتاح للتنفيذ، ولارتباط البحث بمجال على درجة عالية من الاهتمام المجتمعي، وتحتاج عملية جمع المعلومات فيه للكثير من الإجراءات، فقد تم تحديد النطاق المجتمعى لتنفيذ البحث بمنطقة المدينة المنورة كإطار جغرافي، وتشمل عملية التطبيق السكان المحليين والقادمين للدراسة فى الجامعات بمنطقة المدينة من مواطنى المملكة.

عينة البحث:

فى ضوء أهداف البحث، والمحددات البحثية تم اختيار عينة قوامها ٤٠٠ أربعمائة مبحوثا وفقا لعدة محددات نذكرها فيما يلي:

- ٥٠ خمسون مبحوثا من الخبراء الذين لهم صلة ودراية معرفية ومعلومات كافية فى مجال البحث وبصفة خاصة مثلت الشائعات والإرهاب والإعلام الجديد. موزعين بين أساتذة الجامعات ورجال الأمن والقانون.
- ٥٠ مبحوثا من الإناث وتم الاكتفاء بهذا الكم الذى يمثل الحد المقبول إحصائيا لحساب معاملات إحصائية ذات دلالة، وذلك وفقا لحاجات البحث.
- ٣٠٠ مبحوثا من الذكور من الجمهور العام المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي.

جميع مفردات العينة من السعودين المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعى ووسائل الإعلام الجديد.

أدوات البحث:

استخدم الباحث صحيفة الاستبيان (استبانة) تم بناؤها وفقا لأهداف البحث، وتكونت الاستبانة من ستة محاور رئيسة أولها عن تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعى المستخدمة لدى عينة الدراسة، وثانيها عن الهدف من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وثالثها عن نمط مشاركات الجمهور فى مواقع التواصل، ورابعها عن إدراك الجمهور لمنافع ومخاطر وسائل التواصل الاجتماعى والإعلام الجديد،وخامسها عن مرئيات الجمهور للإجراءات التى يمكن اتخاذها لضبط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وسادسها متغيرات الدراسة المرتبطة بالنوع (الذكور والإناث، وفئات الجمهور (الجمهور العام والخبراء)، ثم متغير السن وغيرها مما يمكن استخدامه فى المعالجة الإحصائية.

فروض البحث:

١. الفرض الأول ينص الفرض علي "توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الخبراء والجمهور العام فى رؤيتهم لضوابط استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، وذلك لصالح الخبراء"
٢. الفرض الثانى وينص على "توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الذكور والإناث فى رؤيتهم فى الأجراءات والضوابط لاستخدام الإعلام الرقمى ووسائل التواصل الاجتماعي، وذلك لصالح الذكور".
٣. الفرض الثالث "توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الخبراء والجمهور العام فى نمط استخدام وتداول المعلومات عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك لصالح الخبراء".
٤. الفرض الرابع "توجد فروق بين متوسطات درجات الذكور والإناث فى أنماط نشر وتداول المعلومات عبر مواقع التواصل الاجتماعى، وإدراك مصداقيتها لصالح الذكور".

مصطلحات البحث:

- يستخدم الباحث تعريفا إجرائيا للشائعات Rumors مستلهما من مجمل التعريفات المتفق عليها علميا كالتالي: هى كل معلومة يتم تداولها عبر وسائل التواصل الاجتماعى (من مصدر معلوم أو مُجهّل)، أو بإحدى طرق الإعلام الجديد ووسائله، تخالف الحقيقة أو تكون مبتدعة وكاذبة، وتتناول شأنا عاما أمنيا أو شرعيا أو اجتماعيا أو اقتصاديا، أو شأنا خاصا بأفراد أو فئة، يكون الهدف الرئيسى منها الإضرار أو التشويه المتعمد أو التشويش أو نشر الفتنة، أو بث التخويف والفزع مما يكون له من مردود سلبى يؤثر على الروح المعنوية للمجتمع وتماسكه.
- الإعلام الجديد New Media: هو هذا النمط من الاتصال الذى تبلور وظهر نتيجة عملية الاتصال بواسطة الكمبيوتر CMC ، والذى اعتمد بشكل كامل على الأساليب التقنية لهذا لاتصال، وله مجموعة من السمات والخصائص تعتمد على التفاعل بين أطرافه، وتتنوع عملية الاتصال فيه من الفردى الخاص Private إلى الجمعى أو الاتصال داخل مجموعة Group، أو نصف الجماهيرى Simi-Public أو الجماهيرى Public.(٣٦)
- المنصات المتعددة: Multi Platforms ويستخدم الباحث تعريفا إجرائيا مستخلصا من التعريفات الأكاديمية والمهنية لهذا المفهوم، حيث تستخدم مصطلح المنصات المتعددة فى هذا البحث للدلالة على التطبيقات التى يستخدمها الجمهور فى مواقع التواصل الاجتماعى المتعددة، ويستفيد منها من خلال الخوادم التى تتولى تشغيلها وإتاحتها للمستخدمين، وكذلك لغات البرمجة التى تتيح تشغيل الهواتف الذكية بأنواعها، والأجهزة اللوحية والحواسب الشخصية والمكتبية التى تستخدم فى برمجة وتشغيل تلك الأجهزة

حدود البحث:

أجرى هذا البحث فى العام ١٤٣٦/ ١٤٣٧هـ وبالتالى فهذه هى الحدود الزمنية للظاهرة محل الدراسة، كما أنه جرى فى إطار المجتمع السعودى وفقا للضوابط المجتمعية والآفاق البحثية المرتبطة بالمجتمع.

المعالجة الإحصائية:

استخدم البحث الجداول التكرارية (أحادية وثنائية المتغير) واستخدم المتوسطات والانحراف المعيارى فى بعض مقاييس الدراسة ومعامل قياس الفروق بين متغيرات الدراسة.

المبحث الثاني الإطار النظرى والمعرفى للبحث

يمر العالم أجمع اليوم بحالة من عدم اليقين Uncertainty هذه الحالة أصابت قطاعات كبيرة بالقلق والخوف، نتيجة عدم القدرة على التحقق مما يتم تداوله وتناقله من أخبار ومعلومات، وفى ظل معطيات المواقف الحالية التى تمر بها بعض البلدان العربية التى ضربتها الفوضي، وغطى نسق العنف المجتمعى على أنساق الاعتدال فيها، وقد قامت الشائعات بدور مؤثر فى نشر العنف والعنف المضاد فى هذه المجتمعات، وقد أشارت إحدى الدراسات الحديثة إلى أن وسائل التواصل الاجتماعى قد لعبت دورا مؤثرا فيما يسمى الربيع العربى.(٣٣) لقد أسهمت وسائل التواصل الاجتماعى والإعلام الجديد فى محاولات تطبيع العنف المجتمعى فى البلدان التى تسودها الفوضى عن طريق إشاعة الطائفية وبث إدعاءات كاذبة ونشر الخوف بين الفئات المختلفة للمجتمع.

مفهوم الشائعات والعوامل التى تتحكم فى انتشارها:

من التعريفات السائدة للشائعات بأنها ادعاءات عن أفراد أو جماعات أو أحداث أو مؤسسات، لا تبدو أنها حقيقية، ولكنها تنتشر من شخص لآخر، ومن هنا تأتى قابليتها للتصديق، ليس بأدلة مباشرة تساندها ولكن لأن أشخاصا آخرين يبدو أنهم يصدقونها،(٣٠) بينما يشير باحث آخر إلى أن الشائعة هي: الأحاديث والأقوال

والأخبار والروايات التى يتناقلها الناس دون التأكد من صحتها، وقد يضيفون إليها بعض التفصيلات، أو يتحمسون لها، ويدافعون عنها، فلا يدعون مجالا للتشكك فيها،[٤] وتشير التعريفات المتداولة إلى أن الشائعة تعتمد أحيانا على جزء من الحقيقة أو بتر المعلومة من سياقها، ويكون ذلك مكمن نجاح عملية الانتشار.

وتنقسم الشائعات وفقا لأهدافها إلى عدة أقسام منها: شائعات الخوف والترويع، وشائعات الكراهية، وشائعات التمنى أو الآمال الزائفة التى تقود للإحباط لاحقا نتيجة عدم تحققها.[١٤]

تعددت التعريفات التى بلورها الباحثون لمفهوم الشائعات وطبيعة انتشارها، إلا أن معظم التعريفات تربط عملية انتشارها بحالة الغموض المجتمعى وعندما يشعر الناس بحاجتهم الضرورية للأمن،[٢٤] ويشير مارك ف. بيزو (٢٠٠٦) إلى أن الشائعة عبارة عن تقارير أو معلومات غير مؤكدة يتم نشرها مع احتمال تصديقها من قبل الجمهور، وأن عملية انتشار الشائعات تنشط بسببين أولهما عندما يحاول الناس بلورة موقف معين فى ظل الظروف الملتبسة والغامضة،وبصفة خاصة فى ظل عدم توفر أو غياب المعلومات الرسمية فى هذا الشأن، وثانيهما هو الأهمية العالية للموضوع بما يمثل بيئة مشجعة لانتشار الشائعات حوله،[٣٣] وتتحكم فى عملية انتشار الشائعات مجموعة من العوامل[٢٩] هي:

١. مصداقية المصدر Source Credibility: أظهرت كثير من الدراسات أن مصداقية مصدر المعلومة تؤثر بشكل دال على تقييم الرسالة على الإنترنت، فإن إسناد المعلومة للخبراء أو المصادر القابلة للتصديق يؤدى إلى درجة عالية من انتشارها، ومما يؤسف له أن كثير من الشائعات تنسب بشكل مزيف لبعض المصادر الموثوقة، فى حين أن هذه المصادر لم تتحدث أو تتكلم بمثل تلك المعلومات المتداولة.
٢. قوة النقاش حول الموضوع Argument Strength: تؤثر قوة النقاشات وحدتها على اتجاهات المتلقى بشكل عام، وبصفة خاصة فى بيئة الإنترنت، ويرتبط تأثير النقاش بمدى جودة المعلومات التى يملكها المتلقي، ويكون مقدار تأثره بمستوى المعلومات التى يمتلكها، فإذا كان مستوى المعلومات منخفض وضئيل فإنه سوف يتبنى الاتجاه السلبى الذى تروج له معلومات الشائعات.
٣. مدى تأكيد المعتقدات السابقة: إذا كانت المعلومات المتداولة ضمن الشائعة تؤكد معتقدات سابقة لدى المتلقى فإنها تحظى بمصداقية عالية لديه، وتدفعه لإعادة نشرها.
٤. الاتجاه المسبق نحو الموضوع Prior Attitude to the Object: يؤثر وجود اتجاه مسبق نحو موضوع الشائعة (إيجابى أو سلبي) فى مصداقية الشائعة لدى متلقيها، فالاتجاه المسبق يزود الشخص بأساس موضوعى للحكم على المعلومة التى يتلقاها.
٥. الإجماع أو الاتفاق الجماعى Consensus: يحدث التأثير المتوقع للمعلومات التى تحتويها الشائعة عندما يسود اتفاق جماعى لدى أعضاء الجماعة لتفضيل موضوع ما له صلة بالمعلومة المتداولة.
٦. مشاركة الرسالة :Message Involvement تشير مشاركة الرسالة إلى مستوى الاهتمام العام بموضوع معين وفقا لبعض العناصر النفسية لدى الشخص، وللمشاركة بعد آخر يتصل بقادة الرأى فى المجتمع المستهدف، هذه العناصر تساهم كما يرى الباحثون فى عملية انتشار الشائعات أو توارِيها واندثارها. لقد ساهمت الشائعات بشكل منظم فى نشر أفكار الجماعات المتطرفة، والفكر المنحرف الخارج عن قيم المجتمع وثقافته.

الإرهاب:

لم يتسع تعريف مصطلح (ويخضع فى تحديده للأهواء والأغراض والمصالح) كما اتسع تعريف الإرهاب، فالدول والمنظمات والحكومات والجماعات بل والأفراد لهم مقاصدهم فى تعريف المصطلح، ولهذا سوف يقتصر الباحث هنا على سرد تعريف الهيئات الموثوق بها، دون الخوض فى تعريفات للأفراد أو لجهات معروفة بتوجهاتها المعادية للإسلام.

فقد عرف المجمع الفقهى برابطة العالم الإسلامى الإرهاب بأنه: العدوان الذى يمارسه أفراد أو جماعات أو دول بغيًا على الإنسان، دينه ودمه وعقله وماله وعرضه، ويشمل صنوف التخويف والأذى والتهديد والقتل بغير الحق، وما يتصل بصور الحرابة وإخافة السبيل وقطع الطريق، وكل فعل من أفعال العنف أو التهديد، يقع تنفيذا لمشروع إجرامى فردى أو جماعي، يهدف إلى إلقاء الرعب بين الناس، أو ترويعهم بإيذائهم أو تعريض حياتهم أو حريتهم أو أمنهم أو أحوالهم للخطر، ومن صنوفه إلحاق الضرر بالبيئة أو بأحد المرافق والأملاك العامة أو الخاصة، أو تعريض أحد الموارد الوطنية، أو الطبيعية للخطر، فكل هذا من صور الفساد فى الأرض التى نهى الله سبحانه وتعالى المسلمين عنها فقال تعالى فى سورة القصص (وَلَا تَبْغِ الْفَسَادَ فِي الْأَرْضِ ۖ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ).[١١]

أما مجلس وزراء الداخلية والعدل العرب فقد عرفه فى الاتفاقية العربية لمكافحة الإرهاب بأنه "كل فعل من أفعال العنف أو التهديد، أيا كان بواعثه وأغراضه، يقع تنفيذا لمشروع إجرامى فردى أو جماعي، يهدف إلى إلقاء الرعب بين الناس، أو ترويعهم بإيذائهم أو تعريض حياتهم أو حريتهم أو أمنهم للخطر، أو إلحاق الضرر بالبيئة أو بأحد المرافق أو الأملاك العامة أو الخاصة، أو اختلاسها، أو الاستيلاء عليها، أو تعريض أحد الموارد الوطنية للخطر"،[١٠] وسوف يعتمد الباحث على محتوى هذين التعريفين للاستدلال على ما يرتبط بالإرهاب من مصادر ومواقع ومعلومات وشائعات عبر وسائل الإعلام الجديد أثناء الدراسة التحليلية

المنصات المتعددة Multi- platform:

هي "التوصيل الرقمى المتاح والمتعدد للمعلومات أو الإعلانات والمضامين، بما يُمكّن من توفير أفضل المصادر للجمهور ويضمن وصول الفكرة أو المعلومة من خلال واحد أو أكثر من هذه المصادر"،[٢٦] وتعتمد فكرة المنصات المتعددة Multi-Platforms للوصول للجمهور على توفير كافة الاحتياجات التقنية والمعلوماتية لدعم مواقع محددة من خلال أنظمة التشغيل المختلفة، ومن خلال التطبيقات المستخدمة فى مواقع التواصل الاجتماعي، وتوظيف عمليات التتبع والرصد لعملية تداول المعلومات، وبصفة خاصة تتبع مصادر الشائعات فى الفضاء الإلكتروني، واستخدام آليات الرد المتاحة فى تلك المواقع على حسابات المشتركين النشطين، والوصول بالردود للجمهور المستهدف من الشائعات أو المعلومات الكاذبة لتزويدهم بالمعلومات الصحيحة،، فالمنصات المتعددة تعد نظامًا من البرمجة صُمم للعمل بشكل محدد ليتوافق مع بنية بعض الأجهزة التى تعمل بلغة وأنظمة الاتصال بواسطة الكمبيوتر CMC، والتى ينطلق من خلالها الإعلام الجديد بكل أدواته بما فيها مواقع التواصل الاجتماعي، وتتعدد أنظمة التشغيل هذه بتعدد الشركات الكبرى المسيطرة على أسواق الاتصالات، من هذه الأنظمة ما يستخدم لتشغيل الهواتف الذكية ومنها ما يستخدم لتشغيل الحواسب الشخصية بلغة برمجة محددة، وبالتالى فإن المنصات المتعددة التى يعنيها البحث هدفها بناء قاعدة معلوماتية يمكن بثها من خلال كل أنظمة التشغيل والبرمجيات المتعددة، وتنطلق من خلال القنوات التلفزيونية والإذاعات الرقمية، والبريد الإلكتروني، والرسائل النصية والتغريدات، والمشاركات،وغيرها من أساليب الوصول للمستخدمين على المواقع والصفحات، والهدف النهائى هو الوصول بالمعلومة لكل الجمهور المستهدف داخل المملكة العربية السعودية وخارجها عبر وسائل التواصل الاجتماعى وأدوات الإعلام الجديد، ومن أكثر من منفذ لتوصيل المعلومة.

المبحث الثالث عرض ومناقشة نتائج الدراسة

- وسائل التواصل الاجتماعى الأكثر استخداما لدى العينة: الجدول التالى يبين التطبيقات الخمس الأكثر شيوعا واستخداما فى التواصل الاجتماعى لدى عينة الدراسة.

جدول (١) معدلات استخدام الجمهور لوسائل التواصل الاجتماعي وانتشارها مجتمعيا

(التطبيق أو الموقع)	دائما		أحيانا		لا استخدم		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
	ك	%	ك	%	ك	%			
1. واتس آب Whatsapp	٣٤١	٨٥,٣	٥٠	١٢,٥	٩	٢,٢	٢,٨٣	٠,٤٣٢	كبير
2. تويتر Twitter	١٦٤	٤١,٠	١٥٨	٣٩,٥	٧٨	١٩,٥	٢,٢٢	٠,٧٤٨	متوسط
3. انستجرام Instagram	١٣١	٣٢,٨	١٣٦	٣٤,٠	١٣٣	٣٣,٣	١,٩٩	٠,٨١٣	متوسط
٤. بلاك برى مسنجر BBM	١١٠	٢٧,٥	٦٧	١٦,٨	٢٢٣	٥٥,٨	١,٧٢	٠,٨٦٩	متوسط
5. فيسبوك Facebook	٦٥	١٦,٣	١١٠	٢٧,٥	٢٢٥	٥٦,٣	١,٦٠	٠,٧٥٣	ضعيف

ومن الجدول السابق يتضح:

١. أن تطبيق واتس آب What'sApp الذى يستخدم للتواصل عبر الهواتف الذكية هو الأكثر استخداما لدى عينة الدراسة، ومتوسط استخدامه (دائما)، وتتفق هذه النتائج مع السياق العام لاستخدام هذا التطبيق، حيث يسود استخدامه بين أفراد المجتمع وفى المؤسسات الرسمية، ليس للتواصل فقط بل للاستخدام الرسمى وإنهاء الأعمال فى المؤسسات التى تتعامل مع الجماهير مثل الجامعات وغيرها، كما تتفق النتائج مع تقارير هيئة الاتصالات السعودية حول استخدام وسائل التواصل الاجتماعى فى المملكة.[١٥]

٢. يليه فى الترتيب موقع التواصل الاجتماعى لتطبيق تويتر Twitter، بمتوسط يعادل ٢,٢٢، بما يعنى الانتشار المتوسط بين أفراد العينة الممثلة للمجتمع السعودي، وعلى الرغم من هذا المعدل فإن الدراسات تشير إلى أن السعوديين هم الفئة الأعلى فى (الاستخدام النشط) لتطبيق تويتر على مستوي الشرق الأوسط، يليه فى الترتيب الثالث تطبيق انستجرام Instagram، ثم استخدام BalckBerry Messenger BBM وهو التطبيق الذى يتيح المحادثات المباشرة، وتشير تقارير إلى أرتفاع معدلات استخدام الهواتف الذكية بين مستخدمى الاتصالات السعودية إلى ٨٢% من المستخدمين،[١٧] مما يوفر مرونة عالية فى استخدام مواقع التواصل الاجتماعى دون التقيد بالجهاز أو المكان.

٣. وفى الترتيب الأخير (لأكثر خمس تطبيقات للتواصل الاجتماعى انتشارا بين لدى العينة) يأتى موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك، ويشير ذات التقرير السابق الصادر عن هيئة الاتصالات وتقنية المعلومات السعودية إلى أن تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعى والرسائل الفورية والبريد الإلكترونيى وتطبيقات الصوت على الإنترنت هى الأكثر شيوعا بين مستخدمى خدمات الاتصالات المتنقلة داخل المملكة العربية السعودية،[١٨] وربما يختلف ذلك عما هو سائد فى بعض دول المنطقة حيث يأتى تطبيق موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك فى الترتيب الأول بمصر بعدد ١٩ مليون مستخدم بل أنها تأتى فى الترتيب الأول باستخدام هذا الموقع على مستوى الوطن العربى،[٣] مع الأخذ فى الاعتبار حجم السوق من حيث عدد السكان، والاعتبارات الاقتصادية، وانتشار الأجهزة الذكية والاستخدام النشط بين المشاركين بهذه المواقع.

٤. كما ورد فى استخدامات العينة لبعض التطبيقات ولكنها قيم محدودة لم يتم جدولتها لورودها فى اختيارات محدودة (وضمن اختيارات أخرى فى الاستبانة) من هذه التطبيقات: لنكيد إن LinkedIn، ولاين Line، وسناب شات Snapchat وشات تشات ChatChat ووردت هذه بتكرارات لا تعطى دلالة عند رصدها جدوليا. مقارنة بمواقع التواصل الخمس الرئيسة.

٥. إلا أن التطبيق الأخير تشات تشات ChatChat وهو تطبيق للالعاب ولكنه فى نفس الوقت يتيح التحدث للآخرين المشاركين فى اللعبة من أماكن أخرى من العالم، ومكمن خطورة تطبيقات الألعاب هذه أن مستخدمها فى المملكة يشارك بهدف رئيس هو الترفيه وتستخدم فى كافة الأعمار، ولكن من يضمن الطرف الآخر الذى يشارك فى اللعب، فربما يكون له أغراض أخرى من المحادثة وليس مجرد اللعب، وقد ثبت استخدام الجماعات الإرهابية والفئات الضالة لتطبيقات الألعاب فى التواصل مع الآخرين.

- الأهداف التى تسعى عينة البحث لتحقيقها باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي: يوضح الجدول التالى أهداف عينة الدراسة من وراء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

جدول (٢) أهداف العينة من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

الهدف	دائما		أحيانا		نادراً		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
	ك	%	ك	%	ك	%			
١. التواصل والحديث مع الأصدقاء	٣١٠	٧٧,٤	٧٥	١٨,٨	١٥	٣,٨	٢,٧٤	٠,٥١٩	دائما
٢. إبداء الإعجاب بما يكتبه الأصدقاء.	١٥٨	٣٩,٥	١٣٧	٣٤,٣	١٠٥	٢٦,٣	٢,١٣	٠,٨٠١	أحيانا
٣. المتابعة فقط..	١٣٦	٣٤,٠	١٦٧	٤١,٨	٩٧	٢٤,٣	٢,١٠	٠,٧٥٨	أحيانا
٤. التغريد والتدوين	١٢١	٣٠,٣	١٥٩	٣٩,٨	١٢٠	٣٠,٠	٢,٠٠	٠,٧٧٧	أحيانا
٥. مشاركة منشورات الآخرين.	٩١	٢٢,٨	١٩٢	٤٨,٠	١١٧	٢٩,٣	١,٩٣	٠,٧١٩	أحيانا
٦. إعادة التغريد	١٠٩	٢٧,٣	١٤٨	٣٧,٠	١٤٣	٣٥,٨	١,٩١	٠,٧٩٠	أحيانا
٧. التعليق على ما يكتبه الآخرون	١٠٤	٢٦,٠	١٥٥	٣٨,٨	١٤١	٣٥,٣	١,٩١	٠,٧٧٨	أحيانا

ومن الجدول السابق يتضح أن أول هذه الأهداف وأكثرها انتشارا لدى عينة الدراسة هو "التواصل والحديث مع الاصدقاء" Chating، حيث ينتشر بنسبة ٩٦% بين أفراد العينة (حاصل جمع الاستخدام دائما واحيانا)، بمتوسط ٢,٧٤ على مقياس الاستخدام، يليه إبداء الإعجاب (Like) بما يكتبه الأصدقاء، وهذا شكل من أشكال المشاركة لمستخدمى مواقع التواصل، بمتوسط يساوى ٢,١٣.، يليه المتابعة فقط بمتوسط ٢,١٠ ، ثم التغريد والتدوين بمتوسط مرجح بلغ ٢,٠٠، وربما يكون تحقيق هذا الهدف هو الأكثر تأثيرا فى الآخر من جمهور مستخدمى وسائل التواصل الاجتماعي، ثم المشاركة Share لمنشورات أو ما يكتبه الآخرون، بمتوسط مرجح بلغ ١,٩٣ على مقياس الاسخدام، ثم إعادة التغريد Retweet بمتوسط مرجح بلغ ١,٩١ على مقياس الاسخدام، وأخيرا التعليق Comment على ما يكتبه الآخرون بمتوسط مرجح بلغ ١,٩١ على مقياس الاستخدام، وتعد هذه الأهداف والانماط هى مجمل ما يسعى مستخدمو مواقع التواصل– عينة الدراسة– لتحقيقه.

- مجالات اهتمام العينة فى متابعة مواقع التواصل الاجتماعى والإعلام الجديد:

جدول (٣) مجالات اهتمام العينة من خلال المشاركة بمواقع التواصل الاجتماعي.

المجال	أهتم جدا		اهتمام متوسط		لا اهتم		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
	ك	%	ك	%	ك	%			
١. التفقه فى الدين والحصول على معلومات دينية	٢٣٠	٥٧,٥	١٥٠	٣٧,٥	٢٠	٥,٠	٢,٥٢	٠,٥٩٢	اهتم جدا
٢. العلم والمعرفة	٢١٤	٥٣,٥	١٥٨	٣٩,٥	٢٨	٧,٠	٢,٤٧	٠,٦٢٤	اهتم جدا
٣. المجال الرياضي	١٧١	٤٢,٨	١١١	٢٧,٨	١١٨	٢٩,٦	٢,١٣	٠,٨٤١	اهتمام متوسط
٤. التراث الحضارى للملكة	٩٢	٢٣,٠	٢١٣	٥٣,٢	٩٥	٢٣,٨	١,٩٩	٠,٦٨٥	اهتمام متوسط
٥. أهتم بالجوانب السياسة	٩٠	٢٢,٥	١٧٩	٤٤,٨	١٣١	٣٢,٧	١,٩٠	٠,٧٣٧	اهتمام متوسط
٦. تأثير العنف فى الدول المجاورة	٨٨	٢٢,٠	١٧٨	٤٤,٥	١٣٤	٣٣,٥	١,٨٨	٠,٧٣٧	اهتمام متوسط
٧. الأنشطة المجتمعية والمناسبات العشائرية	٧٥	١٨,٨	١٧٧	٤٤,٢	١٤٨	٣٧,٠	١,٨٢	٠,٧٢٥	اهتمام متوسط
٨. الجوانب الاقتصادية والتجارية	٧٦	١٩,٠	١٣٠	٣٢,٥	١٩٤	٤٨,٥	١,٧٠	٠,٧٦٨	اهتمام متوسط

من الجدول السابق يتبين أن "التفقه فى الدين والحصول على المعلومات الدينية" هو المجال الاول الذى يهتم به المستخدمون للإعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي، بمتوسط بلغ ٢,٥٢ على مقياس الاهتمام وتقع فى نطاق "أهتم جدا"، يلى ذلك مجال العلم والمعرفة بمتوسط بلغ ٢,٤٧، ثم المجال الرياضى ٢,١٣، ثم الاهتمام بالتراث الحضارى للملكة بمتوسط ١,٩٩، يليه الاهتمام بالجوانب السياسة ١,٩٠، ثم الاهتمام بالتعرف على تأثيرات العنف بالدول المجاورة بمتوسط ١,٨٨، ثم التعرف على الأنشطة المجتمعية والمناسبات العشائرية ١,٨٢، وأخيرا الجوانب الاقتصادية والتجارية بمتوسط ١,٧٠، والملاحظ على هذه النتائج أن السعى للمعلومات الدينية والعلم والمعرفة، يأتى فى مقدمة الاهتمامات وبأعلى تقدير على مقياس الاهتمام "أهتم جدا" ويفسر الباحث ذلك بالطبيعة المتدينة للمجتمع السعودي، والحرص على المعرفة الدينية والإلمام بها.

- إدراك عينة البحث لتأثيرات المعلومات المتداولة فى الإعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي:

جدول (٤) إدراك الجمهور لتأثيرات المعلومات المتداولة بالإعلام الجديد ومواقع التواصل

العبارة	أوفق تماما		أوافق		لا أوافق		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
	ك	%	ك	%	ك	%			
١. تتعرض المملكة للتآمر من الخارج عبر الإعلام الجديد	٢٥٨	٦٤,٥	١٢٢	٣٠,٥	٢٠	٥,٠	٢,٦٠	٠,٥٨٥	موافق تماما
٢. يتسلل كثير من الفكر المتطرف عبر مواقع التواصل الاجتماعي	٢٦٩	٦٧,٣	٩٤	٢٣,٥	٣٧	٩,٣	٢,٥٨	٠,٦٥٥	موافق تماما
٣. مواقع التواصل لا غنى عنها حاليا	٢٥١	٦٢,٨	١٠٧	٢٦,٨	٤٢	١٠,٥	٢,٥٢	٠,٦٧٩	موافق تماما
٤. تقدم مواقع التواصل منافع كثيرة للناس.	٢٢٣	٥٥,٨	١٥٥	٣٨,٨	٢٢	٥,٥	٢,٥٠	٠,٦٠١	موافق تماما
٥. المملكة مستهدفة من جماعات متطرفة تنشر الشائعات على هذه المواقع	٢٣٨	٥٩,٥	١٢٥	٣١,٣	٣٧	٩,٣	٢,٥٠	٠,٦٦٠	موافق تماما
٦. تسعى بعض المواقع لهدم القيم المجتمعية السعودية	٢٥٢	٦٣,٠	٨٧	٢١,٨	٦١	١٥,٣	٢,٤٨	٠,٧٤٦	موافق تماما
٧. أتعامل بحذر مع المعلومات التى يتم تداولها بمواقع التواصل.	٢١٢	٥٣,٠	١٥٩	٣٩,٨	٢٩	٧,٣	٢,٤٦	٠,٦٢٨	موافق تماما
٨. تؤدى بعض المعلومات بمواقع التواصل إلى القلق المجتمعي	١٧٨	٤٤,٥	١٩٧	٤٩,٣	٢٥	٦,٣	٢,٣٨	٠,٦٠٢	موافق تماما
٩. اعتمد على وسائل التواصل فى الحصول على المعلومات.	١٩٥	٤٨,٨	١٢٩	٣٢,٣	٧٦	١٩,٠	٢,٣٠	٠,٧٦٨	موافق
١٠. تساهم مواقع الإعلام الجديد فى حفظ التراث السعودي	١٢٩	٣٢,٣	١٦٩	٤٢,٣	١٠٢	٢٥,٥	٢,٠٧	٠,٧٥٨	موافق

ومن الجدول السابق يمكننا استخلاص مؤشرات مهمة لما ورد به من نتائج:

١. أن أفراد العينة يدركون المخاطر التى تمثلها الشائعات والمعلومات المغلوطة المتداولة فى الإعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي، وظهر ذلك بوضوح فى استجاباتهم بمستوى "موافق جدا" على خمس عبارات تمثل التأثيرات السلبية للإعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعى على المملكة والعبارات هي:
   أ. "تتعرض المملكة للتآمر من الخارج عبر الإعلام الجديد"، بمتوسط ٢,٦٠ على المقياس.
   ب. "يتسلل كثير من الفكر المتطرف عبر مواقع التواصل الاجتماعي"، بمتوسط ٢,٥٨ على المقياس.
   ج. "المملكة مستهدفة من جماعات متطرفة تنشر الشائعات على هذه المواقع" بمتوسط، ٢,٥٠.
   د. "تسعى بعض المواقع لهدم القيم المجتمعية السعودية" بمتوسط ٢,٤٨.
   ه. "أتعامل بحذر مع المعلومات التى يتم تداولها بمواقع التواصل الاجتماعي"، بمتوسط ٢,٤٦.
   و. "تؤدى بعض المعلومات بوسائل التواصل الاجتماعى إلى القلق المجتمعي" بمتوسط ٢,٣٨، ويتضح من قيم متوسط لدرجات والنسبة المئوية التى حصل عليها كل اختيار، أن الجمهور يدرك تماما أن بعض المعلومات التى يتم تداولها، تمثل تهديدا أو تآمر من خلال الشائعات، أو تسريب للفكر المتطرف من خلال المعلومات المغلوطة التى يتم نشرها. هذا الوعى يمثل عاملا مهما فى دعم الجهور التى تبذل للحد من التوظيف المغرض لتلك الوسائل فى نشر الأفكار المناهضة لقيم المجتمع الراسخة، أو ثقافته، كما أن المواطن يتعامل بحذر مع المعلومات التى يتم تداولها عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
٢. يدرك أفراد العينة بعض النواتج الإيجابية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي، وأظهرت النتائج ذلك بوضوح، فقد وردت استجابات المبحوثين كالتالي:
   أ. "مواقع التواصل الاجتماعى لا غنى عنها حاليا"، بمتوسط ٢,٥٢.
   ب. "تقدم مواقع التواصل منافع كثيرة للناس"، بمتوسط بلغ ٢,٥٠.
   ج. "استخدم مواقع التواصل فى الحصول على المعلومات"، بمتوسط بلغ ٢,٣٠.
   د. "تساهم مواقع التواصل فى حفظ التراث السعودي"، ويتضح من هذه العبارات إدراك الجمهور للاستخدام النافع والإيجابى للإعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعى بشكل خاص، وتتفق هذه النتائج مع ما توصلت إليه دراسات عديدة فى هذا الشأن، منها دراسة حنان بنت شعشوع الشهرى (١٤٣٤)،[٧] من أن وسائل التواصل قدمت فرصا للتعبير عن الرأى لدى المبحوثات وزودتهم بالمعرفة والمعلومات.

- مدى مشاركة المبحوثين بالتعليق أو إعادة التغريد لأشخاص لا يعرفونهم بشكل مباشر: يوضح الجدول التالى مدى مشاركة المبحوثين بالتعليق أو إعادة التغريد لأشخاص لا يعرفونهم.

جدول (٥) مدى مشاركة المبحوثين بالتعليق أو إعادة التغريد لأشخاص لا يعرفونهم مباشرة

العبارة	دائما		أحيانا		لا		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
	ك	%	ك	%	ك	%			
هل يمكن أن تشارك أو تعلق أو تعيد التغريد لأشخاص لا تعرفهم شخصيا	٩٣	٢٣,٣	٢١٣	٥٣,٣	٩٤	٢٣,٤	٢,٠٠	٠,٦٨٥	متوسط

ومن الجدول يتبين أن:

١. ٢٣,٣% من المبحوثين يقومون بذلك دائما، بينما ٥٣,٣% منهم يقومون بذلك أحيانا، وأن ٢٣,٤% لايقومون بذلك، وتكمن خطورة هذه الممارسة، فى انعدام المعرفة المباشرة لمن يقومون بإعادة التغريد تحديدا، ففى هذه الحالة يقوم المبحوث بالترويج لمعلومات لا يعرف مطلقها، وفى بعض الأحيان قد لا يكون المبحوث مدركا لمصداقية تلك المعلومات، كما سيتضح فى المحور التالى من النتائج، ويرى الباحث أن النسبة المذكورة فى دائما وأحيانا ٧٦,٦% هى نسبة عالية جدا، وبالتالى فإن الجمهور فى حاجة للتوعية بالنسبة لنوعية المعلومات والأشخاص الذين يُعيد التغريد لهم، بما ينعكس إيجابيا على مصداقية المعلومات التى يتم تداولها عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

٢. عملية التوعية يجب ألا تقتصر على إعادة التغريد، بل يجب أن تمتد إلى السلوك الرقمى للأفراد، فالسلوكيات الرقمية الخاطئة، كالاشتراك فى مجموعات مجهلة، والتواصل مع أشخاص يختلفون فى الثقافة، وفكرة التقارب الرقمي، كلها أنماط سلوكية جاذبة للأفراد، وتتسبب فى حدوث اضطراب فى علاقة الفرد بمجتمعه الواقعي، وإلى إحلال السلوك الافتراضى محل السلوك الواقعى فى التواصل المجتمعي.

- مدى تداول أفراد العينة لبعض المعلومات التى ثبت عدم صدقها لاحقا.

جدول (٦) مدى تداول أفراد العينة لبعض المعلومات التي ثبت لهم لاحقا عدم صدقها.

العبارة	كثيرا		أحيانا		لم يحدث		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
	ك	%	ك	%	ك	%			
هل تداولت نشر بعض المعلومات ثم ثبت لك أنها غير صادقة؟	٨٠	٢٠,٠	١٦٠	٤٠,٠	١٦٠	٤٠,٠	١,٨٠	٠,٧٤٩	متوسط

ومن الجدول السابق، يتبين:

١. أن ٦٠% من المبحوثين عينة الدراسة قد قاموا بتداول بعض المعلومات عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ثم ثبت لهم عدم صدقها لاحقا، وقد حدث ذلك مع ٢٠% من العينة بشكل دائم او مستمر، وهؤلاء يحتاجون إلى توعية متكررة، والتنبيهات المباشرة بعدم تداول المعلومات غير الدقيقة، ويحتاجون للتأكد من مصداقية المعلومة ومصدرها قبل تداولها، وربما يعود ذلك أيضا إلى سمات شخصية تحتاج للمعالجة لدى هذه الشريحة، لما تمثله من مخاطر التداول المستمر لمعلومات غير صادقة.

٢. والفئة الأخرى التى تكرر معها الموقف فى بعض الأحيان، ليست بمستوى خطورة الفئة السابقة فقد يتغير الموقف لديه من تداول المعلومات عندما يكتشف أنه نشر معلومات غير صادقة، والواقع أن فكرة انتشار الشائعات تعتمد بالدرجة الأولى على الشريحة الأولى التى تنشر مباشرة دون التدقيق فى المعلومة، وتكرر ذلك دون اكتراث بالمخاطر التى يمثلها تداول المعلومات، وتأثيرات السلبية على المجتمع، ومع الأخذ فى الاعتبار درجة ومستوى الخطورة التى يمثلها محتوى المعلومات غير الصادقة، التى تم تداولها، فإن تتبع هذه الشريحة يعتبر أمرا حيويا لدراستهم وللتعرف على سماتهم الشخصية وكيفية معالجة هذا الأمر لديهم، مع الأخذ فى الاعتبار أنهم لا يقدرون المخاطر التى يمثلها تداول معلومات غير صادقة، وبالتالى فإنهم ربما يكونون أكثر عرضة للخداع، وأكثر قابلية للاقتناع ببعض الأفكار التى قد تكون مزيفة وضارة للمجتمع فى نفس الوقت.

- مرئيات عينة الدراسة فى بعض الإجراءات المقترح اتخاذها لضبط استخدام مواقع التواصل الاجتماعى والإعلام الجديد بالمملكة العربية السعودية:

جدول (٧) رؤية أفراد العينة على بعض الإجراءات التى تضبط الاستخدام وتداول المعلومات عبر وسائل الإعلام الجديد

الإجراء	أوافق		محايد		لا أوافق		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
	ك	%	ك	%	ك	%			
١. المراقبة الدائمة لمواقع التواصل وما ينشر أو يتداول فيها.	٢٨٧	٧١,٨	٦٨	١٧,٠	٤٥	١١,٣	٢,٦٠	٠,٦٨٢	موافق
٢. تعدد وسائل الرد على الشائعات باستخدام الإعلام الجديد والتقليدي	٢٧٤	٦٨,٥	٩٢	٢٣,٠	٣٤	٨,٥	٢,٦٠	٠,٦٤١	موافق
٣. إنشاء إدارات محلية تابعة للدولة لمواقع التواصل والإعلام الرقمي	٢٧٤	٦٨,٥	٨٧	٢١,٨	٣٩	٩,٨	٢,٥٩	٠,٦٦٢	موافق
٤. ربط حسابات المشاركين برقم الهوية الوطنية أو هوية الإقامة للمقيم	٢٨٥	٧١,٣	٦٢	١٥,٥	٥٣	١٣,٣	٢,٥٨	٠,٧١٤	موافق
٥. تجريم نشر الشائعات وتداولها.	٢٨٤	٧١,٠	٦٤	١٦,٠	٥٢	١٣,٠	٢,٥٨	٠,٧١١	موافق
٦. تفعيل سيادة قوانين الدولة على الإعلام الجديد	٢٧٠	٦٧,٥	٨٧	٢١,٨	٤٣	١٠,٨	٢,٥٧	٠,٦٧٩	موافق
٧. إنشاء قناة تلفزيونية تقدم الردود على كل ما ينشر من شائعات	٢٥٤	٦٣,٥	٩٨	٢٤,٥	٤٨	١٢,٠	٢,٥١	٠,٧٠١	موافق
٨. استخدام مشغل حكومى لإنفاذ معلومات الإعلام الجديد للنطاق الرقمـــى المحلي.	٢٢٩	٥٧,٣	١٣٨	٣٤,٥	٣٣	٨,٣	٢,٤٩	٠,٦٤٥	موافق
٩. تحميل الشركات المشغلة لهذه المواقع مسؤولية المحتوى المتداول.	٢٥٦	٦٤,٠	٦٧	١٦,٨	٧٧	١٩,٣	٢,٤٥	٠,٧٩٦	موافق
١٠. عدم السماح للتدوين الخارجي بالنفاذ داخل النطاق الرقمى للدولة	٢١٢	٥٣,٠	١٢٩	٣٢,٣	٥٩	١٤,٨	٢,٣٨	٠,٧٣٠	موافق
١١. حجب مواقع التواصل فى أوقات الأزمات	٢١٦	٥٤,٠	١٠٦	٢٦,٥	٧٨	١٩,٥	٢,٣٤	٠,٧٨٦	موافق
١٢. أن يكون نطاق مواقع التواصل داخل الدولة فقط وعدم امتدادها للخارج.	٢٠٤	٥١,٠	١٠٤	٢٦,٠	٩٢	٢٣,٠	٢,٢٨	٠,٨١٤	محايد

ومن الجدول السابق يتبين:

١. أن عينة البحث قد وافقت على الإجراءات المطروحة التى تمثل بدائل ليس بالضرورة أن يتم تفعيلها جميعا، ولكن لاختيار الأكثر مناسبة من بينها، يشمل ذلك كافة الإجراءات ما عدا إجراء واحد وهو تحجيم النطاق الرقمى لمواقع التواصل ليصبح داخل المملكة فقط، والذى لم يتم رفضه، ولكن المتوسط العام لآراء الجمهور كانت محايدة.

٢. أن ٧١,٨% من العينة يوافقون على المراقبة والرصد الدائم لمواقع التواصل الاجتماعي، ومع الأخذ فى الاعتبار أن بعض الاجراءات يلزم لها أن يتم تفعيل بعض الجوانب التقنية لتنفيذها، والتى قد لا تتوافر فى الوقت الراهن، ولكن يجب السعى لتوفيرها فى المستقبل القريب، ولهذا فإن عملية مراقبة مواقع التواصل الاجتماعى مع التعقيدات التقنية التى تواجهها إلا أنها تمثل إجاءا مناسبا من وجهة نظر عينة الدراسة، لفرض الضبط العام والمسئولية

من قبل المستخدمين نحو ما ينشرونه أو يتداولونه من معلومات، وتتفق هذه النتيجة مع ما توصل إليه تركى بن عبدالعزيز السديرى (٢٠١٤) من ضرورة فرض رقابة على مواقع التواصل الاجتماعى بالمملكة.(٢)

٣. الإجراء الذى ورد فى الترتيب الثانى هو "تعدد وسائل الرد على الشائعات باستخدام الإعلام الجديد والتقليدي" ووافق عليه ٦٨,٥% من العينة، وهو ما نقصد به تعدد المنصات لمواجهة الشائعات بالرد عليها عبر مواقع التواصل وكافة وسائل الإعلام التى تمكن من الوصول للجماهير المستهدفة.

٤. "إدارة مواقع التواصل الاجتماعى من خلال إدارات محلية تابعة للدولة"، ووافق عليه ٦٨,٥% من العينة، يتيح ذلك عدم ترك المجال للمؤسسات الدولية، وهو إجراء تقنى يهدف للهيمنة على المعلومات المتداولة، وعدم إتاحة الفرصة لاندساس الحسابات المزيفة والموجهة من الخارج.

٥. أن "ربط حسابات المستخدمين برقم الهوية الوطنية أو هوية الإقامة للمقيم" وهو الإجراء الذى يضمن التعرف على المشترك أو المتصفح من خلال الرقم القومى لهويته الشخصية أو رقم إقامته بالنسبة للمقيم، وإشعاره بالمسئولية نحو ما يقوم بنشره أو يتداوله، وقد حصل هذا الإجراء على ٧١,٣% من التأييد بين أفراد العينة، وبالتالى فإن تفعيله سوف يحظى بالقبول لدى جمهور المشاركين.

٦. "تجريم نشر الشائعات وتداولها" وهو الإجراء الذى أيده نسبة ٧١.% من حجم العينة، ثم تفعيل سيادة قوانين الدولة على مواقع التواصل الاجتماعى وأيده ٦٧,٥% من عينة الدراسة، وهو الإجراء المرتبط بخطوات تسبقه، فحتى يتم تطبيق القانون وإنفاذه فيجب أن نحدد هوية المشارك وهو الإجراء السابق للمشاركة فى تلك المواقع ويمكن تطبيقه من خلال ربط الحسابات الشخصية على مواقع التواصل بالهوية الشخصية لكل مشترك، ووجود قاعدة بيانات للمشاركين والأنشطة التى يهتمون بها.

٧. استخدام مشغل حكومى للإنفاذ المعلومات لوسائل الإعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعى داخل النطاق الرقمى للملكة وهو الإجراء الذى وافقت عليه العينة بنسبة ٥٧,٣%، بما يعنى أن تكون المعلومات التى يتم إنفاذها أو تلك التى تبث من مواقع خارج المملكة تخضع للسيطرة المباشرة للحكومة، وهو إجراء تقنى ويقتضى توافر فرق العمل وأن يتم فى إطار إتفاقات الدولية الخاصة بتداول المعلومات.

٨. تحميل الشركات المشغلة مسئولية المحتوي، وهذا الإجراء على الرغم من تعقيداته التقنية واصطدامه بالخصوصية على مواقع التواصل الاجتماعي، إلا أنه يفرض على موسسات التشغيل ومزودى الخدمة الخوادم دورا أكبر فى إدارة المحتوى والتنبيه للمخاطر التى تترتب على بث بعض المعلومات الكاذبة من خلال خوادمهم.

٩. الإجراء الخاص بعدم السماح للتدوين الخارجى بالمرور لداخل المملكة، وخصوصا أن كافة الحسابات المزيفة تمر عبر هذه الخصوصية الدولية للمعلومات، ويليها أن تكون الحدود الرقمية لمواقع التواصل داخل الحدود الجغرافية للمملكة فقط، وهو إجراء حظى بنسبة تأييد ٥١% من عينة الدراسة، وعلى الرغم من إمكانية أن تقلل مثل هذه القيود من مخاطر الشائعات إلا أن التعقيدات التقنية تصعب عملية التنفيذ، وفى حاجة إلى فرق عمل من مطورى البرامج القادرين على تحقيق وتطبيق تلك التقنيات الوقائية.

١٠. حجب مواقع التواصل فى أوقات الأزمات، وهو إجراء تُقدم عليه الكثير من الدول، وعلى الرغم مما يستهدف المملكة من كم كبير من المعلومات المزيفة Fake Information، إلا أن الوضع المعلوماتى والتأثيرات، بجانب الوعى الاجتماعى للمواطن السعودي، جعل تلك المعلومات المشوشة لم تصل إلى حد الأزمة فى أى من مراحل تداولها.

١١. هذه الإجراءات المطروحة ووفقا لرؤية الجمهور والخبراء، يمكن تطبيق بعضها، والبعض الآخر يحتاج إلى امتلاك وتوظيف بعض البرامج التقنية التى تساهم فى زيادة فاعلية هذه الإجراءات، والتى يمكن أن تضيف أبعادا إيجابية لاستخدامات مواقع التواصل الاجتماعي، وتقلل من سلبياتها، وتحافظ على قيم المجتمع، وتحفظ له خصوصيته.

اختبار فروض الدراسة:

- الفرض الأول: "توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الخبراء والجمهور العام فى رؤيتهم لضوابط استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، وذلك لصالح الخبراء"

جدول (٨) ويوضح الجدول التالى نتيجة التحليل الإحصائى باسخدام اختبار (ت) T.test الإجراءات المستخدمة لضبط الإعلام الرقمى ومواقع التواصل وفق آراء الخبراء والجمهور

المحور (المتغير)	فئات المتغير	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	درجة الحرية	قيمة (ت)	الدلالة	
الإجراءات المستخدمة لضبط الإعلام الرقمى ومواقع التواصل	الجمهور	٣٥٠	٢٩,٧٠٨٦	٥,٠٧٣١٨	٣٩٨	٤,٤٧٣	٠,٠٠٠	دالة
	الخبراء	٥٠	٣١,٨٨٠٠	٢,٨٤٧٤١				

ومن الجدول السابق يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية فى متوسطات الدرجات الخاصة بالخبراء، ومتوسطات الدرجات الخاصة بالجمهور العام، لصالح الخبراء، وفقا للمتوسطات وقيمة معامل t.test، وهذا يعنى أن الخبراء أكثر تأييدا لهذه الإجراءات من الجمهور العام، والفروق ذات الدلالة الإحصائية قائمة فى كل إجراء على حدة من الإجراءات المقترحة فى جدول (٧)، بما يعنى أن عملية الوعى بمخاطر تداول المعلومات، أكثر وجودا لدى الخبراء، كما أن رؤيتهم لضرورة هذه الإجراءات أكثر وضوحا من الجمهور العام، بالنظر لكون الخبراء من تلك الفئات التى تدرك مدى تأثير المعلومات وهم فئة رجال الأمن والقانون وأعضاء هيئة التدريس الجامعي، ومنها فرض رقابة على مواقع التواصل الاجتماعي، وربط حسابات المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعى برقم الهوية الوطنية أو هوية المقيم، لإتاحة قدر عالى من الضبط وفرض قدر من المسئولية على تلك الممارسات التى يقوم بها الأفراد عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وتدل تلك الفروق على إدراك الخبراء لتأثيرات المعلومات المتداولة عبر مواقع التواصل الاجتماعى وبصفة خاصة التأثيرات السلبية فى المدى الزمنى لتداول تلك المعلومات.

- الفرض الثاني "توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الذكور والإناث فى رؤيتهم فى الأجراءات والضوابط لاستخدام الإعلام الرقمى ووسائل التواصل الاجتماعي، وذلك لصالح الذكور"

جدول (٩) دلالة الفروق بين متوسطات درجات الذكور والإناث في الإجراءات المقترح اتخاذها لضبط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

المحور (المتغير)	فئات المتغير	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	درجة الحرية	قيمة (ت)	الدلالة	
الإجراءات المستخدمة لضبط الإعلام الرقمى ومواقع التواصل	ذكور	٣٥٠	٣٠,٠٠٨٦	٥,٠٠٥١٥	٣٩٨	٠,٣٠٨	٠,٧٥٨	غير دالة
	إناث	٥٠	٢٩,٧٨٠٠	٤,١٤١٨٢				

ومن الجدول السابق يتبين وجود فروق لصالح الذكور (المتوسط: ٣٠,٠٠٨٦ للذكور مقابل ٢٩,٧٨٠٠ للإناث، ولكن هذه الفروق غير دالة إحصائيا، وبالتالى لا تثبت صحة الفرض المطروح، وعلى الرغم من وجود الفروق- بين الذكور والإناث- فى المحاور الفرعية أو الإجراءات المقترح اتخاذها لضبط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، فإن هذه الفروق غير دالة عند أى مستوى من مستويات الدلالة الإحصائية، ويعزو الباحث ذلك لأن هذه الإجراءات ربما تقيد

من الحرية الشخصية للأفراد الذين يميلون فى الغالب إلى التصرف بقدر أكبر من الطلاقة بعيدا عن قيود الواقع، وبعض هذه المقترحات مثل ربط المشاركة برقم الهوية الوطنية للمستخدم، وبالتالى فإن ذلك يكشف عن شخصيتهم الحقيقية التى يميل البعض لعدم الظهور بها فى حسابات مواقع التواصل، وإن كان هذا التفسير ربما يقتصر على شريحة من المستخدمين دون غيرها.

- الفرض الثالث "توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الخبراء والجمهور العام فى نمط استخدام وتداول المعلومات عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك لصالح الخبراء" ويوضح الجدول التالى نتيجة الاختبار التائى t.test المستخدم لتحليل بيانات هذا الفرض.

جدول (١٠) نتيجة التحليل الاحصائي للاختبار التائي لمتوسطات درجات الخبراء والجمهور العام في محور استخدام وتداول المعلومات عبر مواقع التواصل الاجتماعي

المحور (المتغير)	فئات المتغير	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	درجة الحرية	قيمة (ت)	الدلالة	
تداول أو نشر بعض المعلومات ثم يثبت أنها غير صادقة.	الجمهور	٣٥٠	٢٩,٧٠٨٦	٥,٠٧٣١٨	٣٩٨	٦,٩٤٦	٠,٠٠٠	دالة
	الخبراء	٥٠	٣١,٨٨٠٠	٢,٨٤٧٤١				

١. ويتضح من تحليل البيانات ومتوسط الدرجات لكل من الجمهور والخبراء ومن قيمة (ت) t.test المحسوبة دلالة الفروق الموجودة بين الخبراء من جانب والجمهور العام من جانب آخر، فى نشر أو تداول معلومات ويثبت لاحقا أنها غير صادقة، بما يعنى أن الخبراء أكثر حرصا فى تدقيق المعلومة قبل تداولها، وبذلك يثبت صحة الفرض الثالث.

٢. والواقع أن عملية نشر المعلومات غير المدققة وتداولها، ربما تكون مرحلة من مراحل انتشار الشائعات، والتى يقر الجمهور وأفراد العينة أنهم فى بعض الأحيان يتداولون المعلومات ويعيدون نشرها، ثم يثبت لهم عدم صدق هذه المعلومات، وهذه العملية تعد من أخطر ما يتم بمواقع التواصل الاجتماعى لانها تعنى نشر معلومات مشوهة وخاطئة، وربما تؤدى إلى أضرار مجتمعية أو اقتصادية، وربما إلى تشويش الأفكار لدى متلقيها، سواء ارتبطت بفكر جماعات الخوارج، او ارتبطت بأهداف تسعى للتأثير سلبيا فى أى لبنة من لبنات المجتمع السعودي.

٣. هذه النتائج تقود للاعتداد بالرؤية التى يقدمها هؤلاء الخبراء فى مجال محاربة الشائعات، وأساليب مواجهتها عبر وسائل التواصل الاجتماعى والإعلام الرقمي.

- الفرض الرابع: "توجد فروق بين متوسطات درجات الذكور والإناث فى أنماط نشر وتداول المعلومات عبر مواقع التواصل الاجتماعى، وإدراك مصداقيتها لصالح الذكور"، ولاختبار الفرض تم استخدام معامل الاختبار التائى t.test وجاءت النتائج كالتالي:

جدول (١١) الفروق بين الجنسين في نشر وتداول المعلومات عبر مواقع التواصل الاجتماعي

العبارة	فئات المتغير	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	درجة الحرية	قيمة (ت)	الدلالة	
تداول ونشر بعض المعلومات ثم يثبت أنها غير صادقة.	الذكور	٣٥٠	١,٨٠	٠,٧٢٧	٣٩٨	٠,١٧٢	٠,٨٦٤	غير دالة
	الإناث	٥٠	١,٨٢	٠,٨٩٦				

١. ومن الجدول السابق يتبين عدم دلالة الفروق بين الذكور والإناث فى عملية نشر وتداول المعلومات عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وبالتالى لا يثبت صحة الفرض الرابع، وتشير عملية التحليل الإحصائى لتداول المعلومات على الإنترنت أن فكرة تداول بعض المعلومات ويثبت لهم عدم صحتها فى مرحلة لاحقة تنتشر بين مفردات العينة بشكل عشوائى لا ينم عن فروق بين الجنسين فى عملية تداول المعلومات أو تدقيقها قبل تداولها.

٢. غير أنه ينبغى التأكيد على أن عملية تداول المعلومات التى تتعلق بالمجتمع ومؤسساته، وما من شأنه أن يكون أمرًا عاما، وبصفة خاصة تلك التى يثبت عدم صدقها فى فترة لاحقة، يجب أن تخضع للرصد والمراقبة، ويجب توعية المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي، بأن ذلك الأمر فى حاجة إلى تدقيق، وإلى التحوط عند مشاركة مثل هذه المعلومات، لما لها من تأثير بعيد المدى على المجتمع ومؤسساته وقيمه الراسخة.

تصور مقترح بعض الضوابط لمواجهة التأثيرات السلبية للشائعات بالإعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي

تمر منطقتنا العربية بفترة عصيبة، استجمعت فيها قوى الشر والضلال والخوارج كل أسلحتهم، وبدت تعبث فى الدول الطرفية فى هذه الأمة، فكانت العراق ثم سوريا ثم اليمن، ولا يخفى على أحد أن الهدف من ذلك ليست دول الأطراف فقط، بل الوصول لقلب الأمة، إننا نواجه تحالفات متآمرة من قوى دولية متعددة والهدف منها النيل من الإسلام والمسلمين.

لقد تم توظيف وسائل الإعلام الجديد فى إحداث الإرباك والإغراق المعلوماتى المزيف بشكل ممنهج عن طريق التكثيف البث والنشر على نطاق واسع ومن خلال حسابات وهمية، واستخدمت الشائعات على نطاق واسع فى مناطق العنف، وأحدثت ما أحدثت من فتنة وفرقة وكراهية، وكان السعى لتطبيع العنف المجتمعى وثقافة الكراهية واضحا وممنهجا ومنظما، وسعى لضرب قوى المجتمع عن طريق الإنهاك النفسى للمواطن العربى المسلم، وتعميق الإحباط وإرباك متخذ القرار، ولا شك فى أن المملكة العربية السعودية– بجانب مصر – هى قلب الأمة ويكفيها شرفا خدمة الحرمين الشريفين، ويسعى العدو جاهدا لنشر معلوماته الزائفة وشائعاته بشكل يومي، ولمواجهة هذه الهجمات المعلوماتية المزيفة وما تنشره من شائعات لا بد من إجراء البحوث والدراسات لتحديد سبل المواجهة، ومن واقع هذه الدراسة بأبعادها النظرية والمعرفية والميدانية يمكن للباحث صياغة رؤية متوازنة استلهم فيها الأفكار الواردة من البحث الميدانى واستعان بخبرات الدراسات السابقة فى هذه المجال، هذه الرؤية تتكون من عدة جوانب قانونية وتقنية وتحليلية وفكرية كالتالي:

١. الجوانب القانونية والضوابط الشرعية للإعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي، ويتناول هذا الجانب نقاط متعددة كالتالي:

- فرض رقابة مقننة تحفظ للأفراد المشتركين خصوصيتهم من جانب، وتحفظ قيم المجتمع وكيان الدولة ومؤسساتها ورموزها فيما يتم تداوله عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وتقنن عملية تدفق المعلومات العشوائية والمجهولة من الخارج للنطاق الرقمى للملكة.
- ضمان شفافية استخدام مواقع التواصل الاجتماعى فى إطار الحرية الفردية، وذلك بربط المشاركات فيها برقم الهوية الوطنية للمواطن ورقم هوية المقيم، بما يحدد مسئولية تداول المعلومات، والحد من الحسابات الزائفة التى تستهدف المملكة عبر هذه المواقع وما تبثه من شائعات.
- متابعة التطبيقات التى تتيح المحادثات والمشاركة مع الآخرين خارج حدود المملكة وبصفة خاصة تطبيقات الألعاب، لأنها تستخدم برامج مقننة ضد الاختراق بما يتيح مجالا لأصحاب الأفكار الضالة للتواصل مع المستخدمين دون رقيب، وتظيف ذلك فى عمليات الإغواء والانحراف الفكرى للمشاركين.
- تفعيل سيادة الدولة على فضائها الرقمي، وإلزام الشركات المشغلة والمزودة بالخدمة بتحمل مسئولياتها تجاه المحتوي، عن طريق زرع نقاط رصد Monitor Nodes تساعد فى كبح جماح الشائعات والسيطرة على تداول المعلومات مجهولة المصدر.

٢. الجوانب التقنية والتحليلية:

- تكوين فرق عمل متخصصة قادرة على التعامل فى مجال تحليل المعلومات التى توفرها نقاط الرصد، وتتبع عمليات التنقيب على الإنترنت Web Mining التى يقوم بها المواطن والمقيم، وما الذى يبحث عنه والمعلومات التى يتداولها وتفضيلاته، ومعرفة مدى صلاحية او فساد المعلومات التى يبحث عنها.
- تقييد المحتوى الرقمى العشوائى المسيطر على فضاء الإنترنت، وتكثيف المحتوى الرقمى المحلى المنظم المدعوم من المؤسسات الفكرية والمعرفية كالجامعات وغيرها، لتوفير المضمون الوطنى لعمليات التنقيب المعرفى للجمهور، وبصفة خاصة ما يتصل بالثقافة وأمور إدارة الحياة اليومية للأفراد والمستخدمين.

٣. الجوانب الفكرية والمعرفية: تمثل عملية توفير المعلومات التى تستجيب لاحتياجات الجمهور ركنا أساسيا فى مواجهة الشائعات التى تستهدف المجتمع السعودي، ولا شك فى أن إنشاء بنوك الأفكار والمعلومات التى تعمل باعتبارها مكتنزًا فكريا يدعم التطبيقات التى تقدمها للإفراد والمستخدمين، هذه البنوك يدعم عملها خبرة العلماء والمتخصصين فى المجالات الدينية والثقافية والاقتصادية والاجتماعية، بحيث تتيح التطبيقات عملية الوصول لهذه المعلومات والاستفادة من محتواها دون اللجوء لأطراف أخرى فى البحث عن المحتوى على الإنترنت، مع توفير رصيد معلوماتى يؤسس لقيادة المواطن فى عمليات البحث والتنقيب على الإنترنت، وإحداث الإشباع المعرفى والتوافق الفكرى والثقافى المجتمعى لمستخدمى وسائل التواصل الاجتماعى والإعلام الجديد.

المراجع:

١. تركي عبدالعزيز السديري (١٤٣٥هـ- ٢٠١٤)، "توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية الأمنية ضد خطر الشائعات- دراسة تطبيقية علي العاملين بإدارات العلاقات العامة بقطاعات وزارة الداخلية، **ماجستير** منشورة، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، كلية العدالة الجنائية، قسم الدراسات الأمنية.

٢. تركي عبدالعزيز السديري (١٤٣٥هـ- ٢٠١٤)، مرجع سابق.

٣. الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء بمصر بالتعاون مع بنك الإسكندرية (٢٠١٥)، **تقرير الإقتصاد الإلكتروني في مصر**، أبريل ٢٠١٥.

٤. حامد عبدالسلام زهران، (٢٠٠٣)، **علم النفس الاجتماعي**، القاهرة: عالم الكتب، ص٤٩٨

٥. حسين القحطاني، وعبدالمنعم المشوح (متحدثان)، الجلسة الافتتاحية، "**ندوة الأمن والإعلام"- جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية**، الرياض (٦/ ٥/ ١٤٣٦هـ).

٦. حنان بنت شعشوع الشهري (١٤٣٤هـ- ٢٠١٣)، "أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية على العلاقات الاجتماعية الفيس بوك وتويتر نموذجا"، **ماجستير** غير منشورة، قسم الاجتماع والخدمة الاجتماعية، كلية الآداب والعلوم الانسانية، جامعة الملك عبد العزيز.

٧. حنان بنت شعشوع الشهري (١٤٣٤هـ- ٢٠١٣)، مرجع سابق.

٨. سعود بن عبدالعزيز الخلف (١٤٣٤هـ)، رؤية تطويرية لبرامج الأمن الفكري من خلال لجان المناصحة، **المؤتمر العالمي الثاني لمكافحة الإرهاب**، الجامعة الإسلامية بالمدينة المنورة.

٩. شريف درويش اللبان (٢٠١٤)، الضوابط المهنية والأخلاقية والقانونية للإعلام الجديد، **مجلة رؤي استراتيجية**، عدد يوليو ٢٠١٤، ص٩٦- ١٣٥.

١٠. عبدالحليم بن محمد بلال وعبدالله بن عبدالعزيز البكري (١٤٣٣)، **الإرهاب، مفهومه واشكاله ، حكمه وعلاجه**، مكتبة الملك فهد بالرياض، ص ١٥٣.

١١. عبدالحليم بن محمد بلال وعبدالله بن عبدالعزيز البكري (١٤٣٣)، المرجع السابق نفسه، ص١٥٤.

١٢. عبدالفتاح عبدالغني الهمص وفايز كمال شلدان (٢٠١٠)، الأبعاد النفسية والاجتماعية في ترويج الشائعات عبر وسائل الإعلام وسبل علاجها من منظور إسلامي، **مجلة الجامعة الإسلامية بغزة** – العدد الثاني المجلد الثامن، ص١٤٥- ١٧٤.

١٣. قينان عبدالله الغامدي (٢٠١٢) "التوافق والتنافر بين الإعلام التقليدي والإعلام الجديد" ورقة بحثية – **ندوة الإعلام والأمن الإلكتروني**، جامعة الأمير نايف العربية للعلوم الأمنية- جدة، مايو ٢٠١٢.

١٤. محمد منير حجاب، (٢٠٠٧)، **الشائعات وطرق مواجهتها**، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، ص٢٢٤.

١٥. هيئة الاتصالات وتقنية المعلومات السعودية (٢٠١٤)، **تقرير الربع الثالث عن تقنية الاتصالات وتقنية المعلومات بالمملكة**، ص

١٦. هيئة الاتصالات وتقنية المعلومات السعودية (٢٠١٤)، **تقرير مؤشرات الأداء لقطاع الاتصالات وتقنية المعلومات- الربع الثاني لعام ٢٠١٤**، ص٢ وص٦.

١٧. هيئة الاتصالات وتقنية المعلومات السعودية (٢٠١٥) **تقرير عن قطاع الاتصالات وتقنية المعلومات (خدمة الاتصالات المتنقلة بالمملكة العربية السعودية)**، ص٢٤.

١٨. هيئة الاتصالات وتقنية المعلومات السعودية (٢٠١٥)، المرجع السابق، ص٢٧.

١٩. هيئة الاتصالات وتقنية المعلومات السعودية (٢٠١٥)، **تقرير عن قطاع المعلومات وتقنية الاتصالات- خدمة الاتصالات المتنقلة في المملكة**، ص٢١.

20. Adam J Berinsky (2012), Rumors, **Truths, and Reality, a study of political misinformation,** Retrieved : http://web.mit.edu/berinsky/www/files/rumor.pdf .

21. Benjamin Doerr, Mahmoud Fouz and Friedrich Tobias (2013), **Why Rumor Spread Fast in Social Network**, Retrieved: https://people.mpi-inf.mpg.de/~tfried/paper/CACM1.pdf.

22. Benjamin Doerr, Mahmoud Fouz and Friedrich Tobias (2013), **Why Rumor Spread Fast in Social Network**, Retrieved: https://people.mpi-inf.mpg.de/~tfried/paper/CACM1.pdf.

23. Benjamin Doerr, Mahmoud Fouz and Friedrich Tobias (2013), **Why Rumor Spread Fast in Social Network**, Op cit.

24. Carol K. winkler& Cori E. Dauber (2014), **Visual Propaganda and Extremism in Online Environment**, US army war College, P.16.

25. Doyle, Jillian, (2010), "From Television to Multi-Platform, Less from More or More from Less?" **The International journal of Research into Media Technologies**, Vol. 16, Pp.1-19.

26. Doyle, Jillian, (2010), "From Television to Multi-Platform, Less from More or More from Less?" The International journal of Research into **Media Technologies**, Vol. 16, Pp.1- 19.

27. Eunsoo Seo, Abdelzaher, Tark, (2012), "**Identifying rumors and Their Sources in social Networks**", Retrieved: http://spirit.cs.ucdavis.edu/pubs/conf/prasant-spie12.pdf.

28. Jun Liu, (2012), "**Rumor, Mobile Phone, and Resistance in contemporary China**", Centre for East and South-East Asian Studies, Lund University, Sweden.

29. Kate Eungenis, (2013), **Who Will Tell The Story?, Terrorism and The global Media**, University of Nevada , las Vegas, P.22-24.

30. Kelly Grant, (2011), Troubling Consequences of online Political rumoring, **Journal of Human Communication research**, Volume (37), Pp.255- 274.

31. Laijun,Wang, Zhao, Xiaoli, Wang, Jailia, Qui, Xiaoyan and Xie,Wanlin, (2014), "Rumor-Propagation Model with consideration of Refutation Mechanism in Homogenous Social networks", **Journal of dynamics in Nature and society**, Volume(1), Pp.1- 11.
32. Marcelo Medndoza, Poblete, Barbara, and Castillo, Carlos, (2010), "Twitter Under Crisis: Can we trust what we RT?" 1st. **Workshop of Social Media Analytics**, Washington DC, July, 2010.
33. Mark V. Pezzo (2006), A Multilevel Analysis of rumor transmission: Effects of Anxiety and Belief in Two Field Experiments, **Journal of Basic and applied Social Psychology**, issue 28, p91- 100.
34. Minghan Bai (2012), "**Exploring the Dynamics of rumors on social Media in the Chinese Content**", Master Thesis, Department of information and Media, Uppsala University, Sweden.
35. Pual Resnich, et.al. (2010), "**RumorLens: a System for Analyzing the Impact of Rumors and corrections In Social media**" Retrieved: http://compute-cuj.org/cj-2014/cj2014_session2_ paper3. pdf
36. Schewick, Barbara Van, (2010), **Internet architecture and the innovation**, MIT Press, London, UK, P:158.