



الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وتشكيل الرأي العام تجاه الأنظمة الحكومية  
" المجتمع السعودي نموذجاً "

رسالة ماجستير مقدمة من:

الباحث / مناحي فالح خريزان بن سفران  
للحصول على درجة الماجستير في الآداب  
" علم الاجتماع "

إشراف:

أ.د/ عبد الوهاب جودة الحاييس

أستاذ ورئيس قسم علم الاجتماع - جامعة عين شمس

أ.د/ سوزان يوسف القليبي

أستاذة الإعلام وعميدة كلية الآداب - جامعة عين شمس

القاهرة

2019

Ain shams University  
College of Arts  
Department of Sociology



جامعة عين شمس  
كلية الآداب  
قسم علم الاجتماع

### رسالة ماجستير

اسم الباحث: مناحي فالح خريزان بن سفران

عنوان الرسالة: الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وتشكيل الرأي العام تجاه

الأنظمة الحكومية

"المجتمع السعودي نموذجاً"

اسم الدرجة: ماجستير في الآداب "علم الاجتماع"

لجنة الإشراف

الوظيفة

هيئة الإشراف

أستاذة الإعلام وعميدة كلية الآداب بجامعة عين شمس

أ.د/ سوزان يوسف القليني

أستاذ ورئيس قسم علم الاجتماع بجامعة عين شمس

أ.د/ عبد الوهاب جودة الحاي

الوظيفة

أعضاء لجنة المناقشة

أستاذة الإعلام بكلية الآداب بجامعة عين شمس

أ.د/ دينا فاروق أبو زيد

أستاذ علم الاجتماع المساعد بكلية الآداب بجامعة سوهاج

أ.د.م/ حمدي أحمد عمر

تاريخ البحث: / / 2019

الدراسات العليا

ختم الإجازة:

أجيزت الرسالة بتاريخ

2019 / /

2019 / /

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

{ يَرْفَعُ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ وَاللَّهُ  
بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ }

سورة المجادلة الآية (11)

## (( شكر وتقدير ))

الحمد لله الذي علم بالقلم، علم الإنسان ما لم يعلم، الحمد لله على ما أنعم به علي من الخير الكثير والعلم الوفير، وأعانني على إنجاز هذا العمل الذي احتسبه عبادة من العبادات، جعلها الله خالصة لوجهه الكريم، وبعد حمد الله تعالى وشكره على إنهائي هذه الرسالة، أتقدم بخالص الشكر وعظيم الامتتان لأستاذتي الجليلة، الأستاذة الدكتورة/ سوزان يوسف القليني عميدة كلية الآداب بجامعة عين شمس، حين تفضلت سيادتها بالموافقة على الإشراف على البحث الراهن.

كما أتقدم بخالص الشكر وعظيم الامتتان لأستاذتي ومعلمي الأستاذ الدكتور/ عبدالوهاب جودة الحائس، أستاذ ورئيس قسم علم الاجتماع بكلية الآداب جامعة عين شمس، والذي لولاه ما كان هذا البحث، فقد تولاني بالرعاية والتشجيع منذ أن كان موضوع هذه الرسالة مجرد فكرة، فجزيل الشكر والامتتان لهما على ما بذلاه من جهد متواصل ونصح وتوجيه، من بداية مرحلة البحث وحتى إتمام هذه الرسالة، ومهما كتبت من عبارات وجمل، فإن كلمات الشكر تظل عاجزة عن إيفاء حقهما، فجزاهما الله عني خير الجزاء، وجعل ذلك في موازين حسناتهما.

والشكر موصول إلى الأستاذة الدكتورة/ دينا فاروق أبو زيد أستاذة الإعلام بكلية الآداب بجامعة عين شمس، والأستاذ الدكتور/ حمدي أحمد عمر أستاذ علم الاجتماع المساعد بكلية الآداب بجامعة سوهاج، الأساتذة المناقشين لهذا البحث.

كما أتقدم بأسمى عبارات الشكر و التقدير إلى أول معلمين لي في هذه الحياة والذي العزيزين؛ اللذين غرسا في حب العلم منذ الصغر، وقدموا لي كل غالٍ ونفيس، وكان لهما الفضل بعد الله فيما وصلت إليه الآن، فلا أملك إلا الدعاء لهما بطول العمر وحسن العمل وبلوغ الجنان، والشكر موصول إلى زوجتي التي كانت خير معين لي في جميع مراحل كتابة هذا البحث، كما أشكر كل من أرشدني أو مد لي يد العون، أو أسدى لي معروفاً، في إنجاز هذا العمل فله مني خالص الشكر والتقدير، والحمد لله رب العالمين أولاً وآخراً، ظاهراً وباطناً، الحمد لله، عدد خلقه ورضا نفسه، وزنة عرشه، ومداد كلماته، والصلاة والسلام على نبينا محمد وعلى آله وصحبه أجمعين.

والله ولي التوفيق

الباحث

الصفحة	الفهرس
1	المقدمة.
<b>الفصل الأول:</b> الإطار التصوري لدراسة تأثير الشائعات على الرأي العام	
6	تمهيد.
9	أولاً: مشكلة البحث.
11	ثانياً: أهمية البحث
12	ثالثاً: أهداف البحث وتساولاته.
14	رابعاً: المفاهيم المستخدمة في البحث.
18	خامساً: مفهوم الرأي العام.
18	1. تطور الرأي العام.
20	2. تعريف الرأي العام.
21	أ. أنواع وتقسيمات الرأي العام.
23	ب. خصائص الرأي العام.
25	ج. قياس الرأي العام وأبعاده.
26	د. تشكيل الرأي العام.
28	هـ. العوامل المؤثرة في تشكيل الرأي العام.
29	و. وظيفة الرأي العام.
30	سادساً: الإجراءات المنهجية.
30	1. أسلوب البحث.
30	2. مصادر البيانات.
30	3. طرق البحث وأدوات جمع البيانات.
30	4. مجتمع البحث.
31	5. عينة البحث.

31	خصائص عينة البحث.
<b>الفصل الثاني:</b> الشائعات والرأي العام: مراجعة الدراسات السابقة.	
37	تمهيد
37	أولاً: الدراسات السابقة العربية.
52	ثانياً: الدراسات السابقة الأجنبية.
<b>الفصل الثالث:</b> الشائعات والرأي العام "المفاهيم وطرق القياس"	
57	تمهيد
57	أولاً: التطور التاريخي للشائعات.
58	ثانياً: أهمية دراسة الشائعات.
60	ثالثاً: مفهوم الشائعة.
60	1. تعريف الشائعة.
62	2. المفاهيم المرتبطة بالشائعة.
63	3. خصائص الشائعات.
65	4. أنواع الشائعات.
69	رابعاً: قياس الشائعة.
73	خامساً: دوافع نشر الشائعات.
75	سادساً: أساليب ترويج الشائعات.
77	سابعاً: الشائعات والرأي العام.
82	ثامناً: أساليب مكافحة الشائعات.
<b>الفصل الرابع:</b> التوجهات النظرية المفسرة للإعلام الجديد.	
87	تمهيد.
88	أولاً: نظريات الإعلام الجديد والتغير الاجتماعي.
88	1. نظرية التحليل الشبكي.

93	2. نظرية التلاقي أو الدمج.
93	3. نظرية الرقمنة.
94	4. نظرية الذات الثانية.
95	5. نظرية الكبسة الواحدة.
95	ثانياً: النظريات الاجتماعية والنفسية المفسرة للشائعات.
96	1. نظرية جوردون ألبرت وليو بوستان.
97	2. نظرية التوازن المعرفي.
98	3. نظرية المعارف المتنافرة.
98	4. نظرية كارول يونج.
98	5. نظرية روزتاو.
99	6. رؤية روسنو.
100	7. فرضية شائعات الإنترنت.
<b>الفصل الخامس:</b> <b>الأبعاد الاجتماعية لترويج الشائعات في المجتمع السعودي.</b>	
102	تمهيد
102	أولاً: الوعي الاجتماعي بالشائعات ووسائل انتشارها.
102	1. الاعتقاد في الشائعات لدى عينة البحث.
103	2. العلاقة بين المستوى التعليمي والاعتقاد في الشائعة.
105	3. الميل إلى تناقل الشائعة بين عينة الدراسة.
105	4. الوسائل المستخدمة في تناقل الشائعات وترويجها.
106	5. العلاقة بين خبرة تناقل الشائعة وترويجها والمستوى التعليمي.
107	6. أسباب تصديق الشائعات.
109	ثانياً: الشائعات الأكثر رواجاً في المجتمع السعودي.
111	1. الشائعات المتعلقة بقضايا البنية الثقافية.

111	2. الشائعات المتعلقة بالنظام العام في المملكة.
113	3. الشائعات المتعلقة بالأوضاع المعيشية للسكان.
114	ثالثاً: الأسباب الدافعة لانتشار الشائعات في المجتمع السعودي.
114	1. أسباب إثارة الشائعات في المجتمع السعودي.
117	2. العوامل المساعدة على نشر الشائعات.
119	رابعاً: الإشباع المتحققة من تقبل الشائعات وترويجها بين أفراد المجتمع.
122	خامساً: التأثيرات الاجتماعية للشائعات.
123	1. تأثير الشائعات على المستوى الضيق (الحياة الخاصة للأفراد وأسرهم).
124	2. تأثير الشائعات على المستوى الأوسع (البناء الاجتماعي).
<b>الفصل السادس:</b> المحددات الاجتماعية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في ترويج الشائعات وتأثيراتها على الأنظمة الحكومية.	
129	تمهيد
129	أولاً: واقع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في المجتمع السعودي.
131	1. أنواع مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها الجمهور.
131	2. خبرة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.
132	3. مدة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في اليوم.
133	4. المحتويات الإعلامية التي يتفاعل معها الجمهور على مواقع التواصل الاجتماعي.
134	ثانياً: مستوى تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الترويج للشائعات على الأنظمة الحكومية.
137	ثالثاً: محددات العلاقة بين ترويج الشائعات عبر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والتأثير على الأنظمة الحكومية.
138	1. شائعات مواقع التواصل الاجتماعي وتوتر العلاقات بين المجتمع السعودي والمجتمعات الأخرى.
139	2. مواقع التواصل الاجتماعي وتحريض الرأي العام على الحكومة والنظام العام.
141	3. مواقع التواصل الاجتماعي وإثارة الفئات الاجتماعية ضد النظام الحكومي.
143	4. مواقع التواصل الاجتماعي وزيادة حالة الاضطراب والاحتجاجات الشعبية ضد الأنظمة الحكومية.



145	5. مواقع التواصل الاجتماعي وتأجيج الصراع بين القبائل والطوائف الاجتماعية.
147	6. مواقع التواصل الاجتماعي وزعزعة الثقة المجتمعية في القيادة السياسية.
149	7. مواقع التواصل الاجتماعي والتقليل من الانجازات الحكومية ودور الحكومة في التنمية.
151	رابعاً: العلاقات الارتباطية بين الاعتقاد في الشائعة والميل الى تناقلها والتأثير على الأنظمة الحكومية.
152	1. العلاقات الارتباطية بين الاعتقاد في الشائعة والتأثير على الأنظمة الحكومية.
154	2. العلاقة الارتباطية بين الميل الى نقل الشائعة والتأثير على الأنظمة الحكومية.
<b>الفصل السابع:</b> <b>النتائج العامة للبحث وتوصياته.</b>	
157	تمهيد.
157	أولاً: النتائج العامة للبحث.
169	ثانياً: توصيات البحث ومقترحاته.
<b>المراجع.</b>	
173	أولاً: المراجع العربية.
177	ثانياً: المراجع الأجنبية.
185-180	<b>الملاحق.</b>
188-186	ملخص ومستخلص الدراسة باللغة العربية.
192-189	ملخص ومستخلص الدراسة باللغة الإنجليزية.

## مقدمة

أصبحت الشائعات من أمراض العصر، وهي قديمة قدم الخليقة، وتظهر في أشكالٍ متعددة: كالتوقعات، والنكت، والثرثرة، والغمز، واللمز، وتمس أحداثاً؛ كالحروب، والكوارث والأزمات الأمنية، وارتفاع الأسعار، وعلاقات سياسية أو اقتصادية، وتمس أشخاصاً أو جماعات، حاملة الحقد والكراهية، وتبسط الهمم، ولكل شائعة جمهورها في الوسط الاجتماعي، ولذلك فإن أنسب مناخ لانتشارها بوصفها سلوكاً غير سوي؛ يتمثل في الحاجة والرغبة الشديدة لمعرفة الأخبار، وعندما يقل تدفق الأخبار الصحيحة، ومن مصادرها الموثوق بها أو تحجب لتستفحل الشائعات، ويصبح الجو مناسباً لإطلاقها وترويجها، فتسري في المجتمعات مسرى الهواء الذي يتم استنشاقه، لا تحدها حدود، ولا يحجزها جدار، ويؤثر في سرعة انتقالها عوامل أساسية؛ مثل وسائل الاعلام، والتقنيات الحديثة، والعادات والتقاليد، والأوضاع المحلية والاقليمية والدولية (الحارثي، 2001: 5)

وتعد الشائعات من أخطر الظواهر الاجتماعية وأشدّها فتكاً بالنظم الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والنفسية. ولعل السبب الذي يقف وراء خطورتها على البناء الاجتماعي، فقدانها للمصداقية الواقعية، مما يؤدي إلى اتخاذ قرارات وإجراءات خاطئة، تصيب المقدرات الفردية، وتعطل آلية اتخاذ القرار السليم. وفي هذا الشأن يقول "جوردن ألبرت و ليو بوستمان" إن الشائعات تكاد تكون وراء الحركات الغوغائية ومظاهر العنف، نتيجة لنقص المعلومات. والناس في غمرة هذه الأحداث يحاولون معرفة الحقائق، ويترتب على نقص المعلومة، أن يتخذوا من الشائعات حقائق، ويتعاملوا على هذا الأساس. ومن هذا المنطلق فإن الشائعة التي حلت محل الحقيقة، تؤدي إلى نتائج سلبية، لا تقتصر على مجال معين أو نشاط محدد من مجالات وأنشطة المجتمع المختلفة (الحقاني، 2003: 144)

فالشائعة عبارة عن خبر أو معلومة غير مؤكدة (قد تكون صادقة أو كاذبة أو مبالغ في دقتها)، تنتقل من شخص إلى شخص آخر، وهي لا تطرح فكرة جديدة أو نظرية مفيدة؛ بل تتناول أخباراً ومعلومات عن موضوع أو شخص أو موقف ما؛ وسواء أكانت الشائعة تتناول معلومة صحيحة أو مفبركة أو غير دقيقة، فهي في جميع الحالات لابد لها وأن تحتوي على جانب غامض، وظيفته إثارة الجدل العقيم، والنقاش الهدام، حول موضوع الشائعة.

وتتعرض الشائعة أثناء تداولها لكثير من التغيير والتبديل والتحوير، وهي من الوجهة السيكلوجية تؤثر تأثيراً جزئياً لأنها تنتقل بين الناس في صورة دعائية مقنعة أو مستترة، أكثر منها في صورة دعاية سافرة (حجاب، 1998: 299)

وقد أشارت آراء مجموعه من العلماء إلى تصنيفات متعددة من الشائعات؛ منها:

- 1- شائعات الخوف: وهذا النوع من الشائعات يثير القلق والبلبله، ويضر بالجبهة الداخلية، وبصفوف الجماهير.
- 2- الشائعات الوردية أو الرغبة: وهذا النوع يخلق لدى الأفراد تفاؤلاً كاذباً خادعاً بقصد التضليل والبعد عن الحقيقة.
- 3- شائعات الوقيعة: وهذا النوع يستهدف الوقيعة بين جماهير الشعب، كما يهدف إلى تمزيق الوحدة الوطنية (أبو سمرة، 2012: 88)

ويقسم آخرون الشائعات إلى أنواع أخرى، مثل: الشائعة الزاحفة، والشائعة الغائصة، والشائعة الكاذبة، وشائعة العنف، والشائعة السوداء، والشائعة التفسيرية، والشائعة التدميرية، والشائعة الخرافي، وغيرها (الكايد، 2009: 28)

ومن المنظور النفسي، يرى العلماء أن الشائعات أداة حرب نفسية تهدد المجتمعات، فقد ورد في جميع كتب الحرب النفسية، أن الشائعة أسلوب من أساليبها، أو هي وسيلة من أقوى وسائلها، مثلها في ذلك مثل الدعاية وغسل الدماغ، أو افتعال الفتن والأزمات، وغير ذلك من الأساليب الكثيرة (المفلح، 1994: 60).

ولقد أوضحت دراسة (غوردون ألبرت وجويف بوستمان، 1974) أن المعلومة تصغر وتتقلص، كلما ازداد عدد المتداولين لها، بحيث تصبح في النهاية أكثر تركيزاً وأسهل تداولاً وأقل مصداقية عما بدأت به، وبنى الباحثان هذا الاستنتاج على تجربة عملية أجريها، وكانت عبارة عن نشر رسالة شفوية معينة، بين عدد من الأفراد ليتم نقلها من شخص إلى شخص واحد فقط في كل مرة، ليجدا في النهاية أن تلك الرسالة قد فقدت حوالي 70 % من محتواها، بعد انتقالها إلى الشخص الخامس أو السادس، لتصبح شيئاً مختلفاً تماماً عن تلك التي أعطيت إلى الشخص الأول.

كما أشارت دراسة (الدعجة، 2009) إلى أن أكثر الأجواء التي تنتشر بها الشائعة، تلك التي تنطوي على أحداث مهمة ومؤثرة في الرأي العام، وتمس مصالحه؛ كونها تسهم في توفير أركان أو شروط انتشارها المتمثلة في الأهمية والغموض.

ومع وجود شبكة الإنترنت وسهولة التفاعل معها، وسرعة الاتصال من خلالها، أصبح من السهل جدا التواصل عن طريق البريد الإلكتروني، وأصبحت الشائعات الإلكترونية هي مصدر الأخبار الخفي غير الرسمي، ومن غير المستبعد أن أغلبية المسؤولين لم يدركوا هذه الحقيقة بعد، فعندما يظهر خبر أو قصة ما بأنها مميزة

أو ذات علاقة بأمر حادث أو مستعجل، أو توحى بفكرة أو رأي جديد، فمن الممكن زرعها كحقيقة في عقول الملايين من البشر في غضون ساعات معدودة (الفنتوخ، 2003:158).

وقد يلعب الفراغ أيضاً دوراً مهماً في انتشار الشائعات، حيث إن الشباب، وخاصة من يعانون من أوقات الفراغ، لا يجدون أمامهم سوى الاستماع للشائعات، وترديدها لملء الفراغ، فإذا ما استطاع الشباب شغل وقت فراغهم انتهت المشكلة. وقد انتشرت في الآونة الأخيرة في المملكة العربية السعودية، العديد من الشائعات المغرضة، وأشارت أصابع الاتهام إلى الشباب بالترويج للشائعات، دون تمحيصها والتأكد من صحتها، ونشرت الخوف بين العامة؛ مثل شائعة (انفجار مولد الكهرباء بالمسجد النبوي الشريف، وهروب المصلين) التي أصابت الجميع بالرعب لفترة، وهناك الشائعات التي تظهر قبل موعد إعلان الأوامر الملكية للإجازات، أو زيادة في رواتب المواطنين.

أما عن الشائعات التي تهم الجانب الحكومي ومؤسسات الدولة، فقد كثر الحديث حولها؛ ومنها ما أكدته مصادر مطلعة، من أن هذه الشائعات تهدد الأوضاع الاجتماعية والسياسية في البلاد. ونظراً لخطورة ما تحمله الشائعات من مخاطر، باتت تهدد المواطنين في كل ما يصل إليهم من أخبار ومعلومات تنتقلها وسائل الاتصال المختلفة، والمواطنون أنفسهم فقد وجب الإنتباه جيداً لمخاطر الشائعات في ضوء التسارع العلمي والتقني الذي تعيشه البشرية الآن، إذ أصبح عالماً قرية خلال شبكات الاتصالات الحديثة، وهذا مكن الخطورة، الذي يستهدف الشباب أولاً، وغيرها من الوسائل والأسباب التي تكمن وراء انتشار الشائعات.

وانطلاقاً من الكم الهائل المنتشر حيال الشائعات والأضرار التي تنشأ جراءها، بات من الضروري الاهتمام بوضعها تحت مجهر البحث العلمي، والوقوف على أسباب انتشارها بين قطاعات السكان بمختلف أعمارهم وأنماطهم ونوعية جنسهم، والكشف عن الإشباعات المتحققة جراء تناولها، والتأثيرات التي تتركها عليهم، والتداعيات المصاحبة لترويجها، على المجتمع والأمن العام والاستقرار الاجتماعي والاقتصاد الوطني.

ومن هنا جاءت أهمية هذا البحث الذي يهدف إلى الكشف عن التأثيرات المترتبة على انتشار الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام السعودي تجاه المؤسسات الحكومية، ولتحقيق هذا الهدف حاول الباحث تحقيق الأهداف الفرعية الآتية: الكشف عن طبيعة استخدام عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي، والإشباعات المتحققة منها في المجتمع السعودي، والتعرف على واقع الشائعات المتعلقة بالمؤسسات الحكومية، وملامحها في المجتمع السعودي والكشف عن الانعكاسات الاجتماعية المترتبة على انتشار الشائعات والوقوف على تصورات الجمهور نحو سبل الحد من انتشار الشائعات وعدم تصديقها.

وقد اعتمد البحث على المنهج الوصفي التحليلي لتشخيص واقع الشائعات في المجتمع السعودي، والكشف عن العلاقة المتبادلة بين التطور التكنولوجي في الوسائل الإعلامية، لاسيما وسائل الاتصال الاجتماعي وانتشار الشائعات، مستخدماً مجموعة من الطرق المنهجية، وأداة الإستبيان في جمع البيانات الميدانية، للإجابة عن تساؤلات البحث. وقد توصل البحث إلى مجموعة من النتائج العامة؛ على النحو التالي:

فيما يتعلق باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي، كشفت الدراسة عن استخدام 76% من عينة البحث لمختلف تطبيقات التواصل الاجتماعي، وعلى رأسها تطبيق "واتس آب" يليه تطبيق "تويتر" وتطبيق "سناب شات" كما تبين أن الغالبية منهم بنسبة 66% يستخدمون تلك التطبيقات منذ أكثر من 6 سنوات. ويقضي حوالي 80% منهم أكثر من 5 ساعات يومياً في التواصل عبر هذه التطبيقات التواصلية. وتتركز أغلب عمليات التواصل في مجال التواصل مع الزملاء والأصدقاء والمجالات الثقافية والتعليمية. كما كشفت الدراسة عن اعتقاد 88% من عينة البحث بانتشار الشائعات، وقد تناقل نصف العينة الشائعات، مع الآخرين في المجتمع عبر مختلف وسائل التواصل الاجتماعي سيما تطبيق "واتس آب". وقد اتضح أن أهم الأسباب التي تدفعهم إثارة الشائعات، تتركز في: إشباع الرغبة الذاتية والتعبير عن الأمنيات الشخصية، والرغبة في الفكاهة، والميل إلى بث الرعب والقلق في نفوس أفراد المجتمع، والتقليل من شأن مصادر الأنباء الرسمية.

وتبين أن أهم العوامل المساعدة على انتشار الشائعات : انخفاض مستوى المعيشة، توتر الأوضاع السياسية في المجتمع، ووقوع الأزمات بشكلٍ متتالٍ، وضعف الرقابة على الإعلام الشخصي، كما عبرت عينة البحث عن أهم الفوائد التي يجنيها مروجو الشائعات؛ وتتمثل في: شغل وقت الفراغ، والخروج من الملل، والتحقق من شائعات سابقة، ومعرفة توجهات المجتمع تجاه موضوع ما، وقد أوضحت نتائج البحث أن الشائعات الأكثر رواجاً وتقبلاً في المجتمع السعودي هي: الشائعات المتعلقة بالموروث الثقافي للوطن، والشائعات المتعلقة بالقيادة الإدارية، والمتعلقة بالصناعات الغذائية، والجيش وقوات الأمن، والمتعلقة بالإسكان وتوزيع الأراضي السكنية وقد تبين أن أسباب تصديق الشائعات من قبل الجمهور: قدرة الشائعات على تلبية أمنيات ورغبات الأشخاص، وقلة المعلومات الصادرة من الأجهزة الرسمية، وتأخر صدور المعلومات الصحيحة.

وكشفت الدراسة عن أن الشائعات وانتشارها في المجتمع، تؤثر على الفرد من حيث: التسبب في وقوع بعض حالات الطلاق، وتدمير مستقبل الأشخاص وتشويه سمعتهم، والتقليل من همم الأشخاص، وتوتر العلاقات الاجتماعية بين الأفراد، والتأثير على العلاقات الأسرية للشخص، أما التأثير على المجتمع فقد كشفت الدراسة عن عدد من الآثار أهمها: المساعدة على انتشار الإرهاب، وزيادة الاستقطاب والتحزب والطائفية، والتأثير على الأفكار والمعتقدات الدينية، وتعميق التمييز العنصري بين أبناء المجتمع، وتفكيك وحدة المجتمع

وتماسكه، وزعزعة الاستقرار النفسي لدى المواطنين ونشر الخصومة والبغضاء بين أفراد المجتمع، ونشر الفتن والمؤامرات بين شرائح المجتمع. كما كشفت الدراسة عن بعض الآثار المترتبة على الاستقرار السياسي والنظام الحكومي؛ أهمها: زيادة حالة الاضطرابات والاحتجاجات الشعبية، وتوتر العلاقات الخارجية بين الوطن والدول الشقيقة والصديقة، والتقليل من الإنجازات الحكومية ودور الحكومة في التنمية، وزعزعة الثقة في القيادة السياسية، وإثارة الفئات الاجتماعية ضد النظام الحكومي، وتأجيج الصراع بين القبائل والطوائف الاجتماعية، وتحريض الرأي العام على الحكومة والنظام العام.

وقد تم تقسيم هذا البحث على سبعة فصول؛ كالآتي: الفصل الأول: الإطار التصوري لدراسة تأثير الشائعات على الرأي العام، والفصل الثاني: الدراسات السابقة، والفصل الثالث: الشائعات والرأي العام: المفاهيم وطرق القياس، والفصل الرابع: التوجهات النظرية المفسرة للإعلام الجديد، والفصل الخامس: الأبعاد الاجتماعية لترويج الشائعات في المجتمع السعودي، والفصل السادس: المحددات الاجتماعية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في ترويج الشائعات وتأثيراتها على الأنظمة الحكومية، والفصل السابع: الاستنتاجات العامة والتوصيات.

## الفصل الأول

### الإطار التصوري

لدراسة تأثير الشائعات على الرأي العام

أولاً: مشكلة البحث أهمية البحث.

ثانياً: أهداف البحث وتساؤلاته.

ثالثاً: المفاهيم المستخدمة في البحث.

رابعاً: الإجراءات المنهجية للبحث.