

حملة **تأكد** للتوعية بمخاطر الشائعات
مجتمعنا أمانة ... كلنا مسئولون

مشروع تخرج بعنوان : محادبة الشائعات

مقدم للدكتوراة : نجوى الجزائر

اعداد:

جابر صالح آل سنيد المري
عبدالرحمن أحمد العبيدلي
سعيد جبريل جاحنوج
محمد أمين علي

خريف 2012م

قال تعالى :



صدق الله العظيم

المحتويات

التعريف بالشركة	4
البحث الثانوي	14 - 5
المقدمة ، الشائعات في المجتمع القطري ، الأثار المترتبة على إطلاق الشائعات في المجتمع ، تعريف الشائعات ، أنواع الشائعات ، مصادر الشائعات قديماً وحديثاً ، الخصائص التي تتميز بها الشائعات ، الشائعات في القانون القطري ، كيفية التعامل مع الشائعات ، أهمية الحملة في الوقت الحالي .	
البحث الأولي	27 - 15
الدراسات الكيفية ، الشخصية الأولى ، الشخصية الثانية ، مجموعة التركيز ، نتائج الدراسات الكيفية ، الدراسات الكمية ، نتائج الدراسات الكمية .	
تحليل الوضع	28
أهداف الحملة الإستراتيجية	29
الرسائل الرئيسية	30
أدوات الإتصال المستخدمة	40 - 30
التصاميم	50 - 41
تطبيقات التصاميم	73 - 51
الجدول الزمني للخطة الإعلامية	74
الملاحق	120 - 75
ملحق رقم 1 : (نص مقابلة الدكتور محمود قلندر) ، ملحق رقم 2 : (نص مقابلة الدكتورة بتول) ، ملحق رقم 3 : نص اللقاء مجموعة التركيز ، ملحق رقم 4 : الدراسة الكمية (نموذج استبيان) ، ملحق رقم 5 : تحليل الدراسة الكمية (الإستبيان) ، ملحق رقم 6 : مصفوفة إستراتيجية الإتصال ، ملحق رقم 7 : سيناريو الإعلان التلفزيوني ، ملحق رقم 8 : سيناريو الإعلان الإذاعي ، ملحق رقم 9 : أماكن نشر الحملة .	
المصادر	121

التعريف بالشركة

إسم الشركة : الرؤية للإعلام – vision communication

شعار الشركة :



نبذة قصيرة عن الشركة :

شركة قطرية تأسست في نوفمبر 2012م ، متخصصة في عمل الحملات التوعية والدعاية الإعلامية باستخدام وسائل الإتصال المختلفة وذلك بأيدي مجموعة من المتخصصين في مجال الإعلام .

من عملانا :

المجلس الأعلى للتعليم ، قطر للوقود ، جامعة قطر .

رؤيتنا :

تطمح الرؤية للإعلام أن تكون رائدة في مجال الحملات الإعلامية وحملات التوعية في المجتمع القطري بهدف بناء جيل واعى فكرياً وعلمياً .

رسالتنا :

القيام بالمساهمة في بناء مجتمع قطري واع باستخدام وسائل إعلامية احترافية متعددة مثل (التصاميم الإعلانية والحملات التوعية) .

أهدافنا :

- 1 - تنمية مجتمع قطري واع .
- 2 - الاهتمام بجودة العمل المقدم .
- 3 - إرضاء العميل تحتل المرتبة الأولى من اهتمامنا .
- 4 - التميز عن الآخرين من خلال فريق محترف وقادر على الإبداع .
- 5 - مواكبة التطور في وسائل الإعلام الحديثة .



حملة **تأكد** للتوعية بمخاطر الشائعات
مجتمعنا أمانة ... كلنا مسئولون

البحث الثانوي

يحتوي على :

- 1- المقدمة .
- 2- الشائعات في المجتمع القطري .
- 3- الآثار المترتبة على إطلاق الشائعات في المجتمع .
- 4- تعريف الشائعات .
- 5- أنواع الشائعات .
- 6- مصادر الشائعات قديماً وحديثاً .
- 7- الخصائص التي تتميز بها الشائعات .
- 8- الشائعات في القانون القطري .
- 9- كيفية التعامل مع الشائعات .
- 10 أهمية الحملة في الوقت الحالي .

المقدمة :

نود أن نشير في البداية إلى أن حملتنا (محاربة الشائعات) حملة توعوية في المجتمع القطري تهدف إلى توعية المواطنين والمقيمين بمخاطر الشائعات وتأثيرها على استقرار وأمن المجتمع بالإضافة إلى نشر الوعي اللازم للتأكد من صحة الأخبار من مصادرها المعتمدة ولذلك حددنا هدفين رئيسيين للحملة هما :

- 1- التوعية بمخاطر الشائعات وتأثيرها على استقرار وأمن المجتمع.
- 2- نشر الوعي اللازم للتأكد من صحة الأخبار من مصادرها المعتمدة.

في البحث الثانوي رجعنا للكثير من المصادر لمحاولة البحث عن كل ما يهم موضوعنا الشائعات وكيفية التعامل معها (فذكرنا في البداية بعض الأمثلة على الشائعات التي انتشرت في الفترات الماضية في المجتمع القطري مثل (شائعة النمر الهارب ، الشائعات المصاحبة لحريق فيلاجيو .. الخ) ثم بحثنا عن الآثار المترتبة على إطلاق الشائعات في المجتمع ثم قمنا بتعريف الشائعة كما وردت في المعجم الوسيط وفي معجم اللغة العربية المعاصر ثم تطرقنا لأنواع الشائعات حسب تصنيفات الباحثين وذكرنا أهم أنواع الشائعات المنتشرة في مجتمعاتنا العربية على وجه العموم والمجتمعات الخليجية على وجه الخصوص بحكم تشابه هذه المجتمعات ثم تطرقنا إلى مصادر الشائعات قديماً وحديثاً وحاولنا أن نعطي نظرة عامة عن كيفية انتشار الشائعات في الماضي وفي الوقت الحالي حيث يميز الوقت الحالي انتشار وسائل التقنية الحديثة واستخدامها من قبل الكثير من الأفراد مثل الهاتف الجوال وتطبيقاته وشبكات التواصل الإجتماعي ... الخ ثم ذكرنا الخصائص التي تتميز بها الشائعات ثم انتقلنا للشق القانوني حيث أشرنا للقانون القطري وكيفية تعامله مع مطلقي الشائعات كما وضحنا كيفية التعامل مع الشائعات في مجتمعاتنا من قبل الأفراد أو الحكومات ، وفي نهاية البحث الثانوي وضحنا أهمية الحملة في الوقت الحالي للتوعية بمخاطر الشائعات وكيفية انتشارها ومخاطر انتشارها ودورنا كشركة متخصصة في الإعلام بتوعية المواطنين والمقيمين في قطر لخطورة الشائعات ونشر الوعي اللازم لكيفية التعامل معها .

في البحث الأولي قمنا بعمل دراستين الأولى : كيفية وتتضمن (لقاء مع الدكتور : محمود قلندر "رئيس قسم الإعلام بجامعة قطر " ، لقاء مع الدكتورة : بتول خليفة "الأستاذ المساعد في قسم العلوم النفسية بكلية التربية بجامعة قطر" ، مجموعة التركيز) والدراسة الثانية كمية وتتضمن عمل استبيان تم توزيعه على الجمهور المستهدف لإستطلاع آرائهم ثم قمنا بعد ذلك بتحليل نتائج الدراسات الكيفية والكمية وقمنا بتحليل الوضع وتوضيح (نقاط القوة ، الضعف ، التهديدات ، الفرص) ثم وضحنا أهداف الحملة وجمهورها المستهدف وحددنا الرسائل الرئيسية وأدوات الإتصال المستخدمة (مباشرة ، غير مباشر) وفي نهاية البحث قمنا بتوزيع أدوات الحملة لستة أشهر .

نتمنى أن تكون حملتنا موفقة وأن تكون مساهمة منا في حماية المجتمع والحفاظ على أمن قطر في ظل حضرة صاحب السمو الشيخ : حمد بن خليفة آل ثاني " أمير البلاد المفدى " .

الشائعات في المجتمع القطري :

المجتمع القطري كغيره من المجتمعات العربية والخليجية تسري فيه الشائعات وتنتشر ويتناقلها الناس لحين نفيها أو تصحيح معلوماتها من قبل جهات الإختصاص في الدولة وهناك بعض الشائعات التي انتشرت في الفترات الماضية في المجتمع القطري مثل **شائعة النمر الهارب** ، حيث أنه في شهر أكتوبر من عام 2010 أعلنت وزارة الداخلية عن تلقيها بلاغ عن مشاهدة نمر هارب في منطقة الشمال وتم إتخاذ الإجراءات اللازمة وتمشيط المنطقة لكن دون وجود أي نمر أو ما يخل بالأمن ، وتم تناقل هذا الخبر من قبل المواطنين والمقيمين عن طريق وسائل الاتصال المختلفة وقام بعض الأشخاص بالزيادة على الخبر وذلك بتعديل بعض الصور لأماكن في الدوحة وإضافة صورة نمر لها عن طريق برنامج تعديل الصور (الفوتوشوب) وأنت الإضافات من هنا وهناك حتى صار موضوع الشارع القطري حينها ، في حين أنه لا وجود لأي نمر هارب ، وأثر هذا الخبر على الأمن فالبعض أصبح لا يأمن الخروج من المنزل ظنا منه ان هناك حيوان مفترس يمشي في المنطقة¹.

في الـ 28 من شهر مايو السابق اندلع **حريق في المجمع التجاري (فيلاجيو)** وأدى هذا الحريق إلى حالات من الوفيات والإصابات والخسائر المادية ، ولكن هل اكتفى الناس بهذه الأخبار ؟ ، فمنذ ان تصاعدت أعمدة الدخان في أعلى المجمع حتى بدأت الشائعات عن عدد وأسباب الوفيات وغيرها حتى جاء المؤتمر الصحفي لوزارة الداخلية والذي وضع حدا لهذه الشائعات التي سببت الهلع والبلبل في المجتمع القطري² ، ورغم مرور أكثر من أربعة شهر على الحريق إلا أنه ما زالت هناك بعض الشائعات التي تدعي أن الحريق كان مدبراً ، وأنه فعل تخريبي حتى صرح وزير الدولة للشئون الداخلية الشيخ عبدالله بن ناصر آل ثاني أن حريق فيلاجيو حدث بخلل فني (ماس كهربائي)³ ، وفي مقابلة له مع جريدة العرب القطرية⁴ ذكر الدكتور / طاهر شلتوت (استشاري الطب النفسي بمؤسسة حمد الطبية) رداً على سؤال للجريدة عن أسباب انتشار مثل هذه الأخبار التي لا صحة لها وتداولها بكثرة بين أفراد المجتمع أجاب " الشائعة لن تنتشر إلا إذا كان الناس يريدون أن يسمعوها مثل هذا الكلام أما إذا كان هناك رفض لهذه الفكرة وعدم قبول لها فالأغلب أنها لن تنتشر وستنتهي من البداية .

وهناك أيضاً بعض الشائعات التي يجب التطرق لها والتي تقال عن دولة قطر كذباً وزوراً وبعض الصور التي تسيء إلى قطر وتظهر ان هناك مظاهرات في البلاد وقيام البعض بالفساد والتخريب حتى انه تم إنشاء صفحة على موقع التواصل الاجتماعي (الفييس بوك) بوجود مظاهرات في قطر ، وان هناك تمويل من قبل المؤسسات الخيرية القطرية لبعض الأعمال الغير شرعية ومساندتها للأنظمة الفاسدة كما قام أحد المخربين بإختراق موقع الجزيرة موبايل الإلكتروني وأرسل أخبار لا صحة لها عن دولة قطر وتناقل الكثيرون هذه الشائعات دون علمهم أن الموقع مخترق وتم التنبيه السريع في الموقع وفي وسائل الاتصال المختلفة عن هذه الحادثة ودعوة المجتمع لعدم تصديق وتداول الشائعات التي تم نشرها ذلك اليوم ، وقد أعلنت الجزيرة عن خبر الإختراق والإجراءات التي قامت بإتخاذها⁵.

¹ جريدة الراية القطرية ، العدد : 10383 .

² جريدة الراية القطرية ، العدد : 10979 .

³ جريدة الشرق القطرية ، العدد : 8881 .

⁴ جريدة العرب القطرية ، العدد 8202 .

⁵ موقع الجزيرة نت ، 2012/09/09م .

الآثار المترتبة على إطلاق الشائعات في المجتمع :

الآثار المترتبة على إطلاق الشائعات في المجتمع كثيرة ومتنوعة حسب المجتمع ودرجة تماسكه أو تفككه وكذلك درجة التعليم والوعي لدى أفراد ومستوى تواصل جهات القرار مع الأفراد وقدرتها على كشف الغموض الذي تسببه نقص المعلومات وبالتالي انتشار الشائعة ، ولا يخفى على أي شخص الأثر البالغ لإطلاق الشائعات على الأفراد في المجتمع ولو على سبيل المزاح وسنعرض في السطور القادمة بعض هذه الآثار :

1 - الفرد الذي يعيش في مجتمع تنتشر فيه الشائعات بكثرة يكون معرضاً للأمراض النفسية والإجتماعية التي تسيطر عليه نظير انتشار هذه الشائعات وخصوصاً الشائعات الموجهة حيث أنها تركز على ميول الإنسان وحاجاته ورغباته وقد تسيطر على توجهاته العقلية والنفسية والإجتماعية⁶ .

2 - انتشار الشائعات يؤدي إلى شيوع الأمراض النفسية في المجتمع ويولد لدى البعض الغل والحقد والكرهية ويؤدي بالتالي إلى ضعف الروابط الاجتماعية والأسرية وتجعل المجتمع مهياً بشكل أكبر إلى شائعات جديدة⁷ .

3 - يؤدي انتشار الشائعات في المجتمع إلى تفكك المجتمع وشعور الأفراد فيه بالخطر خصوصاً لو كانت الشائعة تمس العقيدة والقيم والبنیان المجتمعي مما يؤدي إلى انهيار أو تزعزع قيم الفرد وتكامله مع الأفراد الآخرين داخل المجتمع في حالة استمرار الإشاعة دون نفيها من مصدر رسمي⁸ .

4 - الشائعة وخصوصاً الموجهة من قبل جهات خارجية تؤدي إلى تدمير النظام القيمي في المجتمع (الصدق ، الأمانة ، الإيثار ، التكافل ، الشعور بالمواطنة .. الخ) مما يؤدي لأثر كبير على المجتمع وضعف القدرة على الصمود في مواجهة هذه الشائعات⁹ .

5 - تؤدي الشائعة إلى تعميم مشاعر الإحباط داخل المجتمع وخصوصاً عند انتشارها وإستمرارها دون ظهور مصدر رسمي يقوم بالنفي أو تصحيح المعلومات ويتخذ إجراءات ملموسة لوقف هذه الشائعات وبالتالي قد ينتج عنها الرغبة في إيذاء النفس والعزلة داخل المجتمع والاكنتاب وقد تؤدي إلى إتخاذ إجراءات عدوانية ضد المجتمع من قبل الفرد كتخريب الممتلكات العامة وغيره¹⁰ .

6 - يعتبر انتشار الشائعة في المجتمع وسيلة لانتشار تدني المعنويات وبالتالي وقد يؤدي لإثارة نوع من الشك في المجتمع وعلى المدى البعيد قد لا يثق الشخص بأي معلومة تدور في المجتمع حتى لو كانت صحيحة لتدني المعنويات وعدم توضيح الحقائق عن الشائعات السابقة¹¹ .

⁶ الأبعاد النفسية والاجتماعية في ترويج الإشاعات ، الهمص ، عبدالفتاح عبدالغني & شلدان ، فايز كمال ، الصفحات : 145 - 174) .

⁷ المصدر السابق الصفحات : 145 - 174) .

⁸ المصدر السابق الصفحات : 145 - 174) .

⁹ المصدر السابق الصفحات : 145 - 174) .

¹⁰ المصدر السابق الصفحات : 145 - 174) .

¹¹ المصدر السابق الصفحات : 145 - 174) .

7 - للشائعات تأثير كبير على الأمن لأنها تترك الأفراد يعيشون في دوامة القلق وتؤثر على مجرى حياتهم وخصوصاً الوضع الاقتصادي والاجتماعي والأمني وذلك في حالة عدم وجود الوعي اللازم والإدراك المطلوب¹².

تعريف الشائعة :

الإشاعة في المعجم الوسيط هي الخبر الذي ينتشر من غير تثبت منه ، وفي معجم اللغة العربية المعاصر تعرف الشائعة بأنها مصدر أشاع - وهو الخبر المكذوب، غير موثوق فيه، وغير مؤكد ينتشر بين الناس، واصل الكلمة ..من اشاعة، يشيع ، اشع، اشاعة، فهو مشيع والمصدر مشاع . تقول العرب :أشاع العفار جعله مشتركاً بين أكثر من مالك .وتقول أيضاً اشاع الخبر: اي نشره وأذاعه، أعلنه وأفشاه¹³.

أنواع الشائعات :

من خلال بحثنا عن أنواع الشائعات وجدنا أن الباحثين يقسمون الشائعات لأنواع كثيرة تختلف حسب الزاوية التي ينظر منها الباحثين ويمكن تصنيف الشائعات على النحو التالي :

- 1 - بحسب الموضوع او الغرض¹⁴ : أغراض معنوية (نفسية) ، أغراض سياسية ، أغراض اجتماعية ، أغراض عسكرية ، أغراض لا أخلاقية .
- 2 - حسب التصنيف المكاني¹⁵ : شائعات محلية ، شائعات إقليمية ، شائعات عالمية أو دولية .
- 3 - حسب الوقت أو السرعة الذي تنتشر فيه الشائعة¹⁶ : الشائعة البطيئة أو الزاحفة أو الهامسة ، الشائعة السريعة أو العنيفة والمدمرة ، الشائعة الغائصة أو الغاطسة .
- 4 - حسب الدافع¹⁷ : شائعات الخوف واليأس ، شائعات الكراهية والعداء ، شائعات الرغبة والأحلام والأمني .
- 5 - حسب الأسلوب¹⁸ : الشائعة الهجومية ، الشائعة الدفاعية أو يمكن تقسيمها الى : أسلوب مباشر ، أسلوب غير مباشر .

¹² اثر الإشاعة على أمن المجتمع ، الحارثي ، عديم هوصان ، صحيفة الرياض ، العدد 13548 .

¹³ معجم اللغة العربية المعاصرة ، 2008.

¹⁴ موقف الشريعة الإسلامية من الإشاعة في السلم والحرب ، الحربي ، عبدالله متعب : الصفحات (56-75) .

¹⁵ المصدر السابق الصفحات (56-75) .

¹⁶ المصدر السابق الصفحات (56-75) .

¹⁷ المصدر السابق الصفحات (56-75) .

¹⁸ المصدر السابق الصفحات (56-75) .

- 6 - حسب الهدف المباشر للشائعة وأثرها¹⁹ : شائعة بث الرعب في قلوب الأعداء وتحطيم قواهم النفسية والمعنوية ، شائعة زعزعة الثقة بالنفس ، شائعة التفريق أو التفتيت .
- 7 - حسب الانتشار²⁰ : شائعة ضيقة أو محددة ، الشائعة الممتدة أو المنتشرة أو الجماعية وتسمى المجتمعية .

وبشكل عام يمكن تقسيم الشائعات المنتشرة في المجتمعات العربية على وجه العموم والمجتمعات الخليجية على وجه الخصوص إلى :

1 - شائعة الرعب²¹ :

تستخدم لبث الرعب في نفوس الجنود أو المدنيين في الحروب وذلك بإرسال رسائل لهم بحيث تدفعهم هذه الشائعات الى ترك القتال والهروب منه أو إلى اليأس من النصر وبالتالي يتمكن الجيش الآخر من إضعاف معنوياتهم والانتصار عليهم .

2 - شائعات تتعلق بالأمراض والأوبئة وانتشارها وخطورتها وتخويف الناس منها²² :

شائعات يتم تداولها بين الناس تتعلق بالتخويف من الأمراض والأوبئة مثل شائعة البطيخ الملوث بالإيدز والذي سيدخل مع الحدود للبلاد وكذلك الشائعة التي تتحدث عن وجود أناس يتعمدون وضع دبابيس أو (أبر) ملوثة بالإيدز في مقاعد السينما بحيث يصاب من يجلس عليها بمرض الإيدز ! .

3 - شائعات سوء السيرة²³ :

يكون سببها العداوة بين شخصين أو الغيرة التنافسية في أي مجال مما يجعل أحد هؤلاء أو جميعهم يقوم بإطلاق الشائعات عن سوء سيرة الطرف الثاني .

4 - الشائعات الوردية²⁴ :

تسمى أيضاً بالشائعات الحاملة أو المتفائلة وهي شائعات تترجم رغبة الناس في شئ جميل يحبونه مثل النجاح في الإمتحان أو انتهاء الحرب أو ارتفاع سعر سلعة يبيعها أهل مكان معين ويتم تداولها بحسن نية ورغبة في التخفيف من الضغوط على الجميع وإسعادهم .

5 - شائعة الشغب²⁵ :

وهي الشائعة التي عادة ما تكون شرارة أولية للمظاهرات وأعمال الشغب حيث يكون هدفها الدعوة لتجمع الجماهير للإعتراض على شئ ما غالباً غير صحيح ومن ثم يتطور الموضوع إلى مظاهرات ومشاجرات عنيفة .

¹⁹ المصدر السابق الصفحات (56-75) .

²⁰ المصدر السابق الصفحات (56-75) .

²¹ الإسلام والشائعات ، الحارثي ، العرابي ، الصفحات : 11 - 13 .

²² المصدر السابق الصفحات : 11 - 13 .

²³ المصدر السابق الصفحات : 11 - 13 .

²⁴ المصدر السابق الصفحات : 11 - 13 .

²⁵ المصدر السابق الصفحات : 11 - 13 .

6 - شائعة جس النبض الجماهيري²⁶ :

تستخدم لرصد فكرة الجمهور عن موضوع معين أو معرفة الرأي العام ومدى تقبله لموضوع ما حيث يتم إطلاق هذه الشائعة ورصد ردة فعل الرأي العام وكيفية تعامله مع هذا الموضوع .

7 - شائعة حرب الأعصاب²⁷ :

تهدف الى زيادة حدة التوتر والقلق لدى الجمهور المستهدف بهدف التأثير عليه ومثال ذلك ما يحدث في المباريات الرياضية والحديث عن عدم تواجد أحد اللاعبين المشهورين في تشكيلة الفريق للمباراة المصيرية مما يؤدي إلى احتقان الجماهير .

8 - شائعة التبرير²⁸ :

وهي التي يقصد بها تبرير سلوك خاطئ أو عمل عدائي أو إجرامي تم ارتكابه وهي غير منتشرة في مجتمعاتنا الخليجية ولكن قد توجد في بعض المجتمعات العربية .

9 - شائعة (سحابة الدخان) (الخداع)²⁹ :

وهي التي تستخدم كستار من الدخان لإخفاء بعض النوايا لخداع العدو .

10 - الشائعة الهدامة³⁰ :

يكون المراد منها زعزعة الثقة أو انعدامها بين مختلف الأطراف (بين الزوج وزوجته ، الحاكم وشعبه ، الفريق وجمهوره الخ) .

11 - شائعة النكتة³¹ :

غالباً يكون الهدف منها هو السخرية من فكرة أو شخص وهي شائعة هدامة تسري في المجتمع لتداولها من قبل الكثير من فئات المجتمع على سبيل المزاح وإضفاء جو من البهجة .

12 - شائعة التنبؤ³² :

يتم إطلاقها بهدف التنبؤ بما سيحدث مستقبلاً ومثال ذلك وقوع أحداث عسكرية في وقت الأزمات والمعارك الكبرى وغالباً تكون من باب استقرار المستقبل والتنبؤ بما سيحدث بناءً على بعض المعطيات لكن تداولها في المجتمع والإضافات التي تحصل عليها لدى كل شخص تنقلها إلى شائعة هدامة تؤثر على المجتمع نفسياً ومعنوياً .

²⁶ المصدر السابق الصفحات : 11 - 13 .
²⁷ المصدر السابق الصفحات : 11 - 13 .
²⁸ المصدر السابق الصفحات : 11 - 13 .
²⁹ المصدر السابق الصفحات : 11 - 13 .
³⁰ المصدر السابق الصفحات : 11 - 13 .
³¹ المصدر السابق الصفحات : 11 - 13 .
³² المصدر السابق الصفحات : 11 - 13 .

13 - الشائعة الاستنتاجية³³ :

نتيجة استقرائية يطلقها أي شخص بحسب علمه وثقافته والمامه بالموضوع الذي يتحدث فيه ويصدقها الناس حسب إيمانهم بأراء هذا الشخص ومعرفته ويتداولها باعتبار أن لها مصدر موثوق مثل توقعات ارتفاع الأسهم خلال فترة زمنية محددة .

14 - الشائعة الحاقدة³⁴ :

أخطر أنواع الشائعات على الاطلاق بدءاً من إشاعة يغرسها عدو البلد بين المواطنين لبلبله الرأي العام وانتهاء بما يتقوله البعض من أصحاب النفوس المريضة في حق إخوانهم وجيرانهم وزملائهم إشباعاً لرغبات النفس الأماره بالسوء .

مصادر الشائعات قديماً وحديثاً :

مصادر الشائعات كثيرة فهي ليست حديثة عصرنا , وإنما موجودة منذ قديم الأزل حيث ظهرت مع ظهور البشرية ومحاولة إبليس إغواء ادم بالأكاذيب حيث أزله وأخرجه من الجنة بتلك الأكاذيب بعد أن أمره الله بعدم الاقتراب من الشجرة ولكن الشيطان كذب عليه وأخرجه من الجنة³⁵ ، قال تعالى : (وَقُلْنَا يَا آدَمُ اسْكُنْ أَنْتَ وَزَوْجُكَ الْجَنَّةَ وَكُلَا مِنْهَا رَغَدًا حَيْثُ شِئْتُمَا وَلَا تَقْرَبَا هَذِهِ الشَّجَرَةَ فَتَكُونَا مِنَ الظَّالِمِينَ * فَآرَأَيْتُمَا الشَّيْطَانَ عَنَّا فَأَخْرَجَهُمَا مِمَّا كَانَا فِيهِ وَقُلْنَا اهْبِطُوا بَعْضُكُمْ لِبَعْضٍ عَدُوٌّ وَلَكُمْ فِي الْأَرْضِ مُسْتَقَرٌّ وَمَتَاعٌ إِلَى حِينٍ)³⁶ ، وأيضاً في زمن الرسول صلى الله عليه وسلم كان المشركين يقولون عنه الشائعات بشتى الطرق ويحاولون تكذيب رسالته بكل الوسائل التي لديهم حيث قال البعض عنه انه كاهن وقال البعض انه ساحر³⁷ ، وكانت الطريقة المستخدمة في الماضي لنقل الشائعات هي الإتصال المباشر وجها لوجه³⁸ نظراً لعدم وجود وسائل إعلام كالموجودة في عصرنا الحالي .

أما في وقتنا الحالي ومع تطور وسائل الاتصال أصبح انتشار الشائعة من الأمور البسيطة وبإمكان شخص واحد كتابة خبر ونشره إلى عشرات المواقع الإلكترونية وقراءته من قبل آلاف الناس الذين بدورهم سيقومون بنشره ، ورغم أن وسائل الإتصال قد سهلت حياة الإنسان كثيراً لكنها في نفس الوقت سلاح ذو حدين فالبعض يستخدمه في ما ينفعه ولكن البعض يستخدمه في الجريمة ونشر الأكاذيب وغيرها من الأعمال غير المشروعة سواء بقصد أو بدون قصد ، وأصبحت الكثير من المجتمعات في وقتنا الحالي تسمى "مجتمعات معلوماتية " فأصبح نشر الشائعة ليس محلي او إقليمياً فقط وإنما وصل إلى مرحلة إن يكون مستوى دولي عالمي ويمكن الانترنت الناس من إرسال كل شيء مصور او مطبوع او مسجل إلى أي مكان في العالم³⁹ .

ومع هذا التطور الهائل والسريع زادت وسائل نقل المعلومات بشكل كبير وسريع مثل (الهاتف ، التلفزيون ، مواقع التواصل الإجتماعي مثل : فيسبوك ، تويتر .

³³ الأبعاد النفسية والاجتماعية في ترويج الإشاعات ، الهمص ، عبدالفتاح عبدالغني & شلدان ، فايز كمال ، الصفحات : 145 - 174) .

³⁴ المصدر السابق الصفحات : 145 - 174) .

³⁵ الشائعات الكاذبة وكيف حاربها الاسلام ، الصفحات : 8-10 .

³⁶ سورة البقرة - الآيات 35 - 36 .

³⁷ الشائعات الكاذبة وكيف حاربها الاسلام ، صفحة 69 .

³⁸ المصدر السابق ، صفحة 56 .

³⁹ استخدام التقنيات الحديثة في الشائعات ، الصفحات : 53- 54 ، 57 .

الخصائص التي تتميز بها الشائعات :

هناك خصائص كثيرة تتميز بها الشائعات⁴⁰ وذلك على النحو التالي :

- 1- سهولة التنقل والانتشار حيث تنتقل الشائعة بسرعة كبيرة خصوصا مع تطور وسائل الاتصال والإمكانيات التي أصبحت تقدمها للمستخدم .
- 2- في أغلب الأحيان تكون الشائعات مبهمة و غير واضحة بحيث تجعل الأفراد في نوع من الحيرة .
- 3- تزدهر في وقت لا يكون فيه أخبار أو معلومات مستغلة الغموض حول موضوع ما وقيام الناس بنشر أخبار غير صحيحة لمحاولة فك وتوضيح هذا الغموض .
- 4- يشعر الفرد براحة نفسية مؤقتة بنشر هذه الأخبار حيث تنفس الشائعة عن المشاعر المكبوتة .
- 5- تعبر عن جزء بسيط من الحقيقة وهذا يجعل بعض الناس يتقبلها لمعرفة بهذا الجزء البسيط الذي تعبر عنه الشائعة .
- 6- تكون قابلة للتصديق وغير مشكوك فيها وخصوصاً كلما كانت بعيدة عن النقد والتجريح .
- 7- الشائعات ذات الطابع التشاؤمي تتخذ مسالك تضيء عليها سرعة في السريان تفوق بكثير سرعة سريان الشائعات ذات الطابع التفاؤلي .
- 8- تتعرض الشائعات أثناء سريانها للتحريف (التضخم ، الإضافة) .
- 9- قد تأخذ الشائعة أشكالاً متعددة كالدعاية والنكت الساخرة .

الشائعات في القانون القطري :

يعتبر نشر الشائعات من الأمور البسيطة في حياة الفرد والتي يتساهل فيها الكثيرون ولا يقدرّون العواقب التي تنتج من نشر هذه الإشاعات بل أن البعض يقوم بنشر أي معلومة تصل له عن طريق الجوال أو الفيسبوك وغيرها دون التأكد من مصدر المعلومة مما يؤثر كثيراً على الأمن في المجتمع , لهذه الأسباب قام المشرع القطري في القانون القطري لسنة 1971⁴¹ بوضع نصوص صريحة تدين الشائعات حيث جاء الحديث عن عقوبة الإشاعة في موضعين:

- مادة (73): كل من أذاع عمداً في زمان الحرب أخبار أو بيانات أو إشاعات كاذبة أو مغرّضة أو عمد إلى دعاية مثيرة وما من شأنه ذلك كله إلحاق الضرر بالاستعدادات الحربية للدفاع عن البلاد أو بالعمليات الحربية للقوات المسلحة أو إثارة الفرع بين الناس يعاقب بالحبس مدة لا تتجاوز سبع سنوات.

- وتنص المادة (88) على "أن من أذاع أو نشر أو أعاد أو ردد خبر أو شائعة أو تقرير مع علمه أو وجود ما يحمله على الاعتقاد بعدم صحته قاصداً بذلك أن يسبب خوفاً أو ذعرا للجمهور مما قد يدفع أي شخص إلى ارتكاب جريمة ضد الدولة أو الطمأنينة العامة يعاقب بالحبس مدة لا تتجاوز ثلاث سنوات أو بغرامة لا تزيد على ثلاثة آلاف ريال أو بالعقوبتين معا.

⁴⁰ الإشاعة : المفاهيم والأهداف والآثار ، صفحة 67 .

⁴¹ الدليل في قضايا النشر ، 2 الأخبار الكاذبة والشائعات ، 2010 .

كيفية التعامل مع الشائعات :

هناك بعض النقاط التي يجب الإشارة لها للتعامل مع الشائعات في المجتمع حيث يجب في المقام الأول التأكد من الخبر والتثبت منه قبل تصديقه أو نشره ⁴² عبر الوسائل المتاحة للتأكد من الخبر سواء من مصدره الذي أطلقه أو مصدره الذي يعنيه هذا الخبر مع ضرورة التفكير ولو للحظات في محتوى الشائعة⁴³ حيث أن بعضها غير قابل للتصديق منطقياً ، وايضاً التفكير في عواقبها وأضرارها على المجتمع ⁴⁴ قبل التفكير بنشرها .

أيضاً يجب عدم ترديد الشائعة وكتماها⁴⁵ حيث أن ذلك من أنجح الوسائل للقضاء عليها لأن الكتمان يميها ويوقف إنتشارها كما أن السماح بتمريرها لأشخاص آخرين يساهم في تداولها من قبل الأفراد في المجتمع وبالتالي سريانها دون توقف فلو أن كل شخص وصلته شائعة وقام بمسحها من جهازه لما استمرت هذه الشائعات بالانتقال من مستخدم إلى آخر ولجنبا المجتمع الكثير من الشرور . من الأمور التي يجب الانتباه لها والحرص عليها عند وصول الشائعة للفرد بأي طريقة أن يكون لديه ولاء للوطن وشعور بالمسؤولية⁴⁶ ومعرفة أن الشائعة تضر بالوطن وبكل من يعيش على أرضه وبالتالي نغرس في المواطنين نبذ الشائعات والقضاء عليها . كما يجب أن نشير إلى أن من أهم ما علمنا عليه الإسلام هي حسن الظن⁴⁷ ، فلو أحسن الشخص الظن وعلم أن هناك خبايا خلف هذه الشائعات لما إنتشرت الشائعة ، وأخيراً يجب أن يكون هناك قوانين رادعة من الحكومات للتعامل مع مطلقي الإشاعات وتوضيح هذه القوانين .

أهمية الحملة في الوقت الحالي :

تتبع أهمية الحملة من الحرص على المجتمع والإحساس بالمسؤولية تجاهه وضرورة قيامنا كطلبة إعلام بالتطرق لهذا الموضوع وإعطائه الإهتمام الأكبر لأثر هذه الشائعات على المجتمع كما رأيناها في السطور السابقة ، ونظراً لملاحظتنا الكبيرة لإنتشار الشائعة في المجتمع بشكل كبير وخصوصاً شائعة النمر الهارب وحريق فيلاجيو .

في ظل قوة وسائل الإعلام في الوقت الحالي وظهور أجهزة الكترونية جديدة وتطور الانترنت وظهور وسائل الاتصال الاجتماعية فقد أصبح العالم قرية صغيرة وأدى ذلك لنشوء بيئة خصبة لانتشار الإشاعات⁴⁸ ، حيث أصبح الجميع يملك هاتف يستقبل رسائل نصية والكثيرين يملكون حسابات في تويتر والفيسبوك وبعض مستخدمي هذه الأجهزة من صغار السن الذين لا يفقدون العواقب المترتبة من إطلاق الشائعات ونقلها بين مستخدمي التكنولوجيا وبالتالي تنتشر المعلومة بسهولة ، أيضاً من خلال مشاهداتنا فإن وسائل الإعلام في المجتمعات الخليجية والمجتمع القطري على وجه الخصوص أصبحت تلعب دوراً فعالاً في تكوين الرأي العام وثقافته وتساهم في بناء مجتمع واعي⁴⁹ ، لذلك فإن رأينا أن تكون حملتنا توعوية في المجتمع القطري تهدف إلى توعية المواطنين والمقيمين بمخاطر الشائعات وتأثيرها على استقرار وأمن المجتمع بالإضافة إلى نشر الوعي اللازم لدى الجميع للتأكد من صحة الأخبار من مصادرها المعتمدة .

⁴² الشائعات الكاذبة وكيف حاربها الإسلام صفحة 187 .

⁴³ الأبعاد النفسية والاجتماعية في ترويج الإشاعات عبر وسائل الإعلام وسبل علاجها من منظور إسلامي، الصفحات : 24 – 25 .

⁴⁴ المصدر السابق ، صفحة 26 .

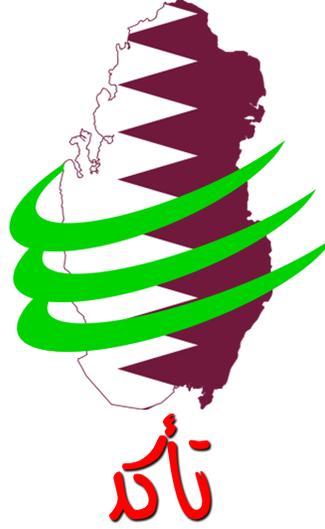
⁴⁵ المصدر السابق ، صفحة 27 .

⁴⁶ الشائعات الكاذبة وكيف حاربها الإسلام الصفحات 214 ، 220 .

⁴⁷ المصدر السابق الصفحات 220 ، 226 .

⁴⁸ استخدام التقنيات الحديثة في الشائعات 2001م صفحة 49 .

⁴⁹ الرأي العام ، ووسائل الاعلام مدى التأثير والتأثر صفحة 58 .



حملة **تأكد** للتوعية بمخاطر الشائعات
مجتمعنا أمانة ... كلنا مسئولون

البحث الأولي

يحتوي على :

أولاً : الدراسات الكيفية :

- 1- لقاء مع الدكتور : محمود قلندر (رئيس قسم الإعلام بجامعة قطر) .
- 2- لقاء مع الدكتورة : بتول خليفة (الأستاذ المساعد في قسم العلوم النفسية بكلية التربية بجامعة قطر) .
- 3- مجموعة التركيز .
- 4- نتائج الدراسات الكيفية .

ثانياً : الدراسات الكمية :

- 1- دراسة كمية (إستبيان) .
- 2- نتائج الدراسة الكمية .

الدراسات الكيفية
تم استضافة شخصيتين في البحث على النحو التالي :

الشخصية الأولى :
الدكتور : محمود قلندر (رئيس قسم الإعلام بجامعة قطر) .



تعريف بالشخصية :

الدكتور محمود قلندر رئيس قسم الأتصال الجماهيري – جامعة قطر , وقد تم مقابلته لما لديه من خبرة لأكثر من 20 سنة في التدريس في مختلف بلدان العالم وبحكم خبرته في العمل في مجال الأتصال والصحافة وذلك لتوضيح دور وسائل الأتصال في مواجهة الشائعات ومخاطرها على المجتمعات , ودور وسائل الأعلام في سرعة انتشار الشائعات أو القضاء عليها .

الأسئلة التي تم توجيهها للضيف على النحو التالي :

- 1- ماهو تعريفكم للشائعة ؟
- 2- ما هي اسباب انتشار الشائعات في المجتمع القطري ؟
- 3- ماهي آثار الشائعات على المجتمع القطري ؟
- 4- كيف ترى تعامل جهات الإعلام مع الشائعات ؟
- 5- ما هي الوسيلة الإعلامية الأفضل للتوعية بمخاطر الشائعات ؟
- 6- كيف يمكن لوسائل الإعلام التصدي للشائعات ؟
- 7- ما مدى تأثير وسائل الإعلام الحديثة على الشائعة وسرعة إنتشارها ؟
- 8- كيف يمكن استخدام وسائل الإعلام في دولة قطر للتصدي للشائعات ؟
- 9- هل ترى أن وسائل الإعلام في قطر تقوم بدورها الفعال للحد من الشائعات ؟ فسر ذلك ؟
- 10- ماهي برأيك الوسيلة الإعلامية الأقدر على دحض الشائعات في المجتمع القطري ؟ لماذا ؟
- 11- هل ترى هناك اهتماماً بوسائل الإعلام من قبل المجتمع ومتابعته ؟

يرجى الإطلاع على الملحق رقم (1) للاطلاع على نص المقابلة .

الشخصية الثانية :
الدكتورة : بتول خليفة



تعريف بالشخصية :

الدكتورة بتول محي الدين خليفة, الأستاذ المساعد في قسم العلوم النفسية بكلية التربية - جامعة قطر ، وقد تم مقابلتها لتوضيح العلاقة بين الإشاعة وعلم النفس وكيفية تأثير الإشاعة على المجتمع والأفراد ودور التنشئة الاجتماعية في التوعية بالإضافة إلى محاولة الاستفادة من هذا العلم الواسع وتأثيره على الشائعات .

الأسئلة التي تم توجيهها للضيف

- 1 - ما هو تعريفكم للشائعة ؟
- 2 - ما هي اسباب انتشار الشائعات في المجتمع القطري ؟
- 3 - ما هو التأثير النفسي للشائعات على الفرد والمجتمع ؟
- 4 - هل تعتقدون أن المجتمع القطري مهياً لانتشار الشائعات ؟ لماذا ؟
- 5 - ماهي آثار الشائعات على المجتمعات عامة وعلى المجتمع القطري خاصة ؟
- 6 - ما هو دور التنشئة الاجتماعية على الحد من نشر الشائعات ؟
- 7 - كيف ترين دور اولياء الأمور في المجتمع القطري في عدم ترويج الشائعات ؟
- 8 - هل تؤيدون تثقيف الطفل عند انتشار كل شائعة ؟ ام تربيته على نسيانها وعدم ترديدها ؟
- 9 - هل تعتقدون ان زيادة الأجانب في البلاد له دور ايجابي او سلبي في نشر الشائعات ولماذا؟
- 10 - ما هو دور المدارس في الحد من الشائعات ؟
- 11 - ماهي الوسيلة الأفضل للتوعية بمخاطر الشائعات ؟
- 12 - كيف يمكن للمجتمع والأفراد التصدي للشائعات ؟

يرجى الإطلاع على الملحق رقم (2) للاطلاع على نص المقابلة .

الدراسات الكيفية
مجموعة التركيز



تم لقاء مجموعة التركيز والتي تتكون من (خمسة من طلاب جامعة قطر موضحة بياناتهم على النحو التالي :

- 1-الطالب / محمد الهاشمي – شؤون دولية (اخر سنة) .
- 2-الطالب / خالد النعمة – اعلام (سنة ثالثة) .
- 3-الطالب / محمد كمال – اعلام (سنه ثالثة) .
- 4-الطالب / عبدالعزيز الباهلي – ادارة واقتصاد (سنة اولى) .
- 5-الطالب / احمد السيد (اعلام) (سنة ثالثة) .

وقد تم في اللقاء إستطلاع رأي العينة عن موضوع الشائعات في المجتمع القطري من جميع الجوانب (أسباب انتشارها ، دور التربية في نقلها ، آثارها ، تعامل الجهات المختصة مع مطلقها .. الخ) .

الأسئلة التي تم توجيهها لمجموعة التركيز

- 1 - ماهو تعريفكم للشائعة ؟
- 2 - ما هي أسباب انتشار الشائعات في المجتمع القطري ؟
- 3 - هل للتربية دور في تفادي نقل الشائعات ؟
- 4 - ما هي أكبر وسيلة لرواج الشائعات ؟ ولماذا ؟
- 5 - ماهي آثار الشائعات على المجتمع القطري ؟
- 6 - كيف ترى تعامل الجهات المختصة مع الشائعات ومطليقيها ؟
- 7 - ماهي الوسيلة الأفضل للتوعية بمخاطر الشائعات ؟
- 8 - كيف يتعامل المواطن او المقيم العادي مع الشائعة ؟
- 9 - كيف يمكن التصدي للشائعات ؟
- 10 - هل تؤيد فرض عقوبات على مطلقي الشائعات ؟
- 11 - اين تقع المشكلة الأكبر ؟ في كاتب الشائعة او ناشرها أو مصدقها ؟
- 12 - ماهو مقياسكم للتفرقة بين الشائعة والخبر الصحيح ؟
- 13 - هل توجد هناك اشاعة إيجابية ؟ وكيف تكون ؟

يرجى الإطلاع على الملحق رقم (3) للاطلاع على نص المقابلة .

نتائج الدراسات الكيفية

معلومات عامة :

- 1 - الشائعة ناتج لمعلومات ناقصة ذات أهمية بالنسبة لمجموعة من الناس وبعدها يقوم الجمهور بتداولها.
- 2 - لا يمكن في الشائعة تقليل أهميتها للفرد ولكن يمكن كشف الغموض المحيط بها وهذا سيققل أهميتها .
- 3 - كلما كانت الوسيلة الإعلامية منتشرة كلما كانت أكثر تأثيراً .
- 4 - معظم الإشاعات تنتشر عن طريق (word of mouth) .
- 5 - الشائعة مثل كرة الثلج تبدأ صغيرة وتكبر مع مرور الوقت .

أسباب انتشار الشائعات :

- 1 - شعور الفرد بالنقص مما يجعله ينشر الإشاعة .
- 2 - تطور التكنولوجيا ساهم في إنتشار الشائعات وسمح لكل شخص بإختراع شائعة .
- 3 - الجمهور غير مثقف اعلاميا مثل : ضرورة التأكد من الخبر قبل النشر .
- 4 - كثرة تناقل الخبر بين الناس يساهم في الإضافة على الخبر أو تغييره بالكامل .
- 5 - الجهل والمزح من أسباب انتشار الإشاعات .
- 6 - عدم مواكبة الجهات الرسمية للخبر يساهم في تقبله من الناس ونشره مثل تصريح وزارة الداخلية انه لا يوجد ضحايا في فيلاجيو والناس يرونهم بالعين حتى كان المؤتمر الصحفي وتوضيح كل شئ .
- 7 - تقصير الإعلام في نشر الحقائق يساهم في نشر الشائعات .
- 8 - تساهل الكثيرون في نشر الخبر وإيعازه الى (يقولون ، سمعت من الناس ... الخ) صفة سيئة في المجتمع يجب معالجتها .
- 9 - سذاجة البعض ومساهمته في نشر الشائعة بدون قصد مثل الرسائل التي تأتي مصحوباً بها عبارة (أرسل هذا الكلام ولو لم ترسله ستخسر شخص تحبه ، .. الخ) ويصدقها البعض .
- 10 - الجيل الجديد الذي يتعرض للكثير من البرامج التي تحث على النميمة والشائعات والتعدي على المحرمات الدينية وغيرها فالجيل القادم باعتماد المتحدث سيكون جيل هش من السهولة اختراقه بالشائعات .
- 11 - تنوع الثقافات والأديان خاصة تساعد على تكاثر ونمو الشائعات لعدم وجود قيام اجتماعية ترشدها وتدلها .
- 12 - تطور التكنولوجيا مثل التلفزيون والانترنت وغيرها مما يجعل من الصعب السيطرة عليها وعلى ما تبثه .
- 13 - ضعف التغطية الإعلامية وعدم مواكبتها للأحداث تسبب الغموض وتساعد على انتشار الشائعات .
- 14 - البلاكيري من أكبر وسائل نشر الشائعات لأن الفرد ينشر المعلومات لأصدقائه والمضامين لديه بدون أن يعلم أحد من مصدر الإشاعة لكن في التطبيقات الأخرى مثل تويتر يخاف الإنسان من نشر الخبر دون التأكد منه لأن الخير سيحسب عليه وبالتالي لو كان اشاعة فلن يصدقه الناس بعد ذلك .
- 15 - تردد المسئول في التعامل مع الصحافة وإعطاءه المعلومات اللازمة تجعل الإعلام جزء من الغموض .

تأثير الشائعات على المجتمع

- 1 - هناك تأثيرات نفسية على الفرد منها : بث الذعر والخوف .
- 2 - تؤثر على النشاط الاقتصادي للبلد .
- 3 - يؤثر على أمن المجتمع مثال (أحداث البحرين) .
- 4 - قد تسبب التعصب والبلبلة على المستوى الاجتماعي للأسر (شائعات الطلاق ، الانفصال ... الخ) مما يؤدي إلى تفكك الأسر .
- 5 - قد يؤدي انتشارها بين الفتيات إلى ردة فعل عنيفة من أولياء الأمور قد تصل إلى قتل الفتاة بسبب نشر شائعات عنها .

الإعلام ودوره في التعامل مع الشائعات

- 1 - وسائل الإعلام الحديثة هي أفضل مكان لتوضيح المعلومات فيها لأنها الأسرع والأكثر انتشاراً "وداؤها بالتي كانت هي الداء" .
- 2 - الأفضل أن يكون الإعلام مبادر وليس ملاحق .
- 3 - يجب البحث عن الوسيلة المناسبة لكل قطاع (الشباب .. الخ) لإستخدامها في التوعية .
- 4 - يجب أن يكون المسئول مدرك لأهمية الإعلام في تملك الحقيقة للجمهور .

كيف نتصدى للشائعات

- 1 - يجب أن يضع الشخص نفسه في مكان الآخرين فهل يرضى ان ينشر عنه مثل هذا الخبر ؟ وكيف سيكون وقعه على افراد أسرته لو كان خيراً مشيناً أو خيراً وفاة مثلاً .
- 2 - يجب أن يكون هناك توعية وتنقيف للطفل في المنزل بحيث نزرع فيه حب السؤال عن أي معلومة تصله وأن لا يساهم بترديدها دون التأكد من صحتها .
- 3 - الرجوع لتعاليم الدين الإسلامي كما جاء بقوله تعالى (إن جاءكم فاسق بنبأ فتبينوا) حيث يجب التأكد من أي خبر قبل نشره ومراعاة الأمانة في ذلك .
- 4 - يجب أن يكون هناك علاقة تكاملية بين الإعلام والمصادر المسؤولة في توضيح الحقائق .
- 5 - يجب إستغلال التطور التكنولوجي في الأمور الإيجابية مثل توضيح الحقائق للناس .
- 6 - ضرورة وجود رادع نفسي ورقابة ذاتية .
- 7 - ضرورة وجود تفاعل قوي من الجهات المسؤولة وتوضيح الحقيقة بسرعة .
- 8 - تطوير قسم الإعلام ليصبح كلية تدرس فيه مقررات لكيفية التصدي والتعامل مع الشائعات تخرج خبراء في مجال التصدي للشائعات .
- 9 - ضرورة وجود هيكل مؤسسي من أبناء البلاد يساهم في إدارة وتوجيه باقي المؤسسات والإدارات من شأنه أيضا ان يقلل من نمو الشائعات .
- 10 - توريث القيم الدينية للأجيال القادمة وغرس ملكة التفكير الناقد فيهم ليستطيعوا التفريق بين الصواب والخطأ .
- 11 - يفترض أن يكون هناك عقاب لمصدر الشائعة ومن ساهم في نقلها والعقاب لمن ساهم في النشر أكبر لأن خطره أكبر على الناس .

- 12 - دور المرابين في المدارس مهم مع ضرورة أن تكون المناهج حديثة وتواكب التطور والعالم الذي يعيش فيه الطالب .
- 13 - نشر الوعي في المجتمع لكيفية التصدي للشائعات وتطوير التفكير النقدي و تثقيف الأفراد .
- 14 - كلما زاد المستوى الإجماعي (التعليم) كلما كان هناك إمكانية لتعرض الشخص لوسائل إعلام أخرى مما يجعله يجد مصادر أخرى ويساهم في تقليل الشائعة .
- 15 - يجب قبل نشر الشائعة أن تتأكد من الخبر وتساءل آخر شخص واصلك الخبر منه عن المصدر وإن لم يوجد أو لا يعرف فيجب عليك فوراً عدم نشر الموضوع .

الدراسات الكمية
(الإستهبان)



الجمهور المستهدف :

1 - طلاب وطالبات جامعة قطر

وقع الإختيار على طلاب وطالبات الجامعة لأنهم يمثلون عينة من فئة الشباب المهمة بالتعامل مع جميع الأجهزة والتقنيات الجديدة الخاصة بالتواصل (هاتف ، فيسبوك ، بلاكبيري ، تويتر .. الخ) وهي من الوسائل الحديثة المساهمة في انتشار الشائعات وتناقلها بين مستخدمي هذه الأجهزة ، وعليه فقد تم توزيع 230 استبيان على العينة المستهدفة .

يرجى الإطلاع على الملحق رقم (4) للاطلاع على نموذج الإستهبان ، بالإضافة الى الملحق رقم (5) تحليل الدراسة الكمية (الإستهبان) .

نتائج الدراسات الكمية

- وسائل تلقي الأخبار :

1 - أكبر وسيلة يتلقى المستطلعة آرائهم الأخبار عن طريقها هم الأصدقاء بـ 127 صوت وبنسبة 19% ثم البلاكييري بـ 11 صوت بنسبة 17% صوت ثم التلفزيون بـ 101 صوت ونسبة 15% من إجمالي 230 صوت .

- طرق وكيفية التأكد من مصادر الأخبار :

2 - في طرق التأكد من مصادر الأخبار وجدنا أن نسبة كبيرة من المستطلعة آرائهم يقومون بالتأكد من الأخبار عند تلقيها من المصادر الموثوقة بنسبة 54% وكانت نسبة 31% من المستطلعة آرائهم يقومون بتجاهل الأخبار التي يتلقونها .
3 - وعن كيفية التأكد من صحة الأخبار وجدنا نسبة كبيرة من المستطلعة آرائهم يتأكدون من صحة المعلومات عن طريق البحث في شبكة الإنترنت وكان عددهم 131 صوت بنسبة 42% والنسبة التالية تتأكد من صحة المعلومات عن طريق جهة مختصة بعدد 93 صوت وبنسبة 29% وثم وجدنا نسبة من المستطلعة آرائهم يتأكدون من صحة المعلومات عن طريق صديق بعدد 75 بنسبة 24% وهي قريبة من نسبة الذين يتأكدون من جهة مختصة , من إجمالي 230 .

- أهداف نشر الشائعات :

4 - عدد 184 من المستطلعة آرائهم يرون أن الهدف من نشر الشائعات هو لفت النظر وجذب الإهتمام فيما كانت نسبة من يعتقد انها تهدف للتسلية وتحقيق مصالح شخصية متقاربة نسبياً فكانت 114 صوت للأولى وبعدهد 115 صوت للثانية كما أتى الإفساد وزعزعة الأمن في آخر القائمة بعدد لا بأس به ولا يمكن اغفاله وهو 99 صوت .

- كيفية التعامل مع الشائعات :

5 - 77% من المستطلعة آرائهم يقومون بنشر الخبر الصحيح عندما يعلمون أن الخبر الذي قاموا بنشره إشاعة (167 صوت) .

- طريقة التعامل مع الشائعات في حالة التعرض لها :

6 - عدد 100 بنسبة 44% من المستطلعة آرائهم قد تعرضوا لموقف تم تداول معلومات غير صحيحة عنهم فيه .
7 - عدد كبير من المستطلعة آرائهم يحاولون تصحيح نظرة الناس لهم عندما يتم إذاعة خبر غير صحيح عنهم (بنسبة 42%) وجاء عدم الإلتفات للإشاعة بنسبة 29% , ونسبة 24% من المستطلعه آرائهم يقومون بالتقدم بشكوى لدى جهات الاختصاص .

- أسباب انتشار الشائعات :

8 - 192 صوت من المستطلعة آرائهم يرون أن السبب الرئيسي الذي يساعد على إنتشار الشائعة هو قلة الوعي في المجتمع فيما يرى 152 صوت أن تأخير التوضيح من الجهات المسؤولة من أكبر الأسباب لإنتشار الشائعة وكانت تطور وسائل الإتصال وتوفرها قريبة من السبب الثاني ب 150 صوت .

- طرق القضاء على الشائعات :

9 - ذكر 138 صوت من المستطلعة آرائهم أن نشر الوعي اللازم من طرق القضاء على الإشاعة فيما أتت الإحساس بالمسؤولية والرقابة الذاتية ب 103 أصوات وكانت العقوبات الرادعة في آخر القائمة ب 65 صوت .

- أنواع الشائعات المنتشرة في المجتمع القطري :

10 - نسبة كبيرة من المستطلعة آرائهم تعتقد أن أكثر الشائعات المنتشرة حالياً في المجتمع القطري هي الاجتماعية بعدد 136 صوت ثم تأتي بعدها الأمنية بنسبة 133 صوت وأنت الدينية والسياسية في آخر القائمة .

- بيانات المستطلعه آرائهم :

- 11 - كان عدد الذكور المستطلعة آرائهم 108 بـ 47% صوت فيما كان عدد الإناث الأعلى بـ 53% .
- 12 - كانت النسبة الكبيرة من اعمار المستطلعة آرائهم الفترة العمرية من (18 - 27) بنسبة 97% وكانت أقلها الفترة العمرية (28 - 30) .
- 13 - كانت نسبة القطريين المستطلعة آرائهم 37% فيما كانت نسبة الغير قطريين 63% .

تحليل الوضع

وهنا سوف نتطرق لأهم النقاط التي قد تؤثر سلباً أو إيجاباً في هذه الحملة وهي كالآتي:

أولاً : نقاط القوة :

- 1 - القيم الإسلامية في المجتمع تحث على التحقق من الأخبار .
- 2 - وجود قانون للشائعات .
- 3 - حرية الدخول للإنترنت والبحث عن المعلومات .
- 4 - السلوك الإيجابي موجود لدى أفراد المجتمع لنشر الخبر الصحيح حال معرفته .
- 5 - تجربة المجتمع السابقة في حريق فيلاجو وغيرها أكسبته مناعة ضد تناقل الإشاعات .
- 6 - اول حملة في المجتمع القطري في هذا الموضوع .

ثانياً : نقاط الضعف :

- 1 - لا يمكن السيطرة على مصدر الشائعة لأنه مجهول .
- 2 - لا يوجد منهج دراسي مختص بتدريس كيفية التعامل مع الشائعات .
- 3 - أفراد المجتمع غير مثقفين إعلامياً .
- 4 - عدم مبالاة الأفراد بقانون الشائعات لإعتقادهم بعدم تفعيله .
- 5 - عدم تبني الإعلام لحمات التوعية ومساهمته في نشرها .

ثالثاً : الفرص :

- 1 - توفر الوسائل الإعلامية يساهم في نجاح الحملة وإنتشارها .
- 2 - سهولة الحصول على جهات داعمة للحملة .
- 3 - حجم المجتمع صغير نسبياً مما يسهل الوصول الى غالبية أفرادة .
- 4 - غالبية أفراد المجتمع متعلمين مما يساهم في نجاح الحملة .

رابعاً : التهديدات :

- 1 - صعوبة السيطرة على الأخبار التي تنتقل بواسطة التناقل الشفهي (word of mouth) .
- 2 - كثرة الأجانب في الدولة وبالتالي اختلاف القيم .
- 3 - عدم الشعور بالمسئولية واللامبالاة تجاه نشر الأخبار .
- 4 - تأثير الحملات التوعوية لا يدوم طويلاً .
- 5 - انتشار خدمة البلاكيري في أيدي صغار السن دون رقيب .

ومن هنا يتضح أهمية طرح خطة لحملة استراتيجية متكاملة لتوعية المجتمع القطري بأهمية التأكد من مصادر الأخبار للحد من إنتشار الشائعات .

أهداف الحملة الإستراتيجية :

-أهداف معرفية :

- 1 - التوعية بمخاطر الشائعات وتأثيرها على استقرار وأمن المجتمع .
- 2 - نشر الوعي اللازم للتأكد من صحة الأخبار من مصادر المعتمدة .

-أهداف تأثيرية :

- 1 - خلق اتجاه إيجابي نحو التأكد من مصادر الأخبار .

-أهداف سلوكية :

- 1- التوقف عن تناقل الأخبار دون التأكد من مصادرها .
- 2 - تربية الأبناء على التفكير الناقد وعدم أخذ أي معلومة دون استيضاحها .
- 3 - خلق سلوك إيجابي نحو الرد على ناقل الشائعة .

الجمهور المستهدف :

الجمهور المستهدف الأولي :

فئة الشباب .

الفئة العمرية (18 – 27) : (قطريين ، غير قطريين) (ذكور ، إناث) النسبة الأكبر التي شاركت في الإستبيان وكذلك في مجموعة التركيز .
المستوى التعليمي : (الحاصلين على نسبة مقبولة من التعليم) .
أسلوب الحياة : القادرين على استعمال وسائل الاتصال الحديثة .
رجال الإعلام : الصحفيين والمذيعين الأكثر شهرة والأكثر تأثيراً في المجتمع .

الجمهور المستهدف الثانوي :

أولياء الأمور : من لديهم أبناء في المرحلة الابتدائية ، الإعدادية ، الثانوية .

الرسائل الرئيسية :

- 1- أخطر نشر الشائعات لخطرها الجسيم في المجتمع .
- 2- ازرع في أبناءك حب التفكير الناقد .
- 3- كن مسئولاً .
- 4- أن تكون الأخير في نقل الخبر الصحيح أفضل من أن تكون الأول في نقل الخبر الخاطئ .
- 5- لنساهم جميعاً في بناء مجتمع خال من الشائعات .
- 6- نشرك للشائعة قد يكون سبباً في إلحاق الضرر بالمجتمع .
- 7- كن مبادراً بنشر الحقائق للجمهور أكثر من الحرص على أن تكون ملاحقاً بعد إنتشار الشائعة .

أدوات الإتصال المستخدمة :

أدوات اتصال مباشرة :

- 1-مقرر يدرس عن الشائعات وكيفية التصدي لها لطلبة (المدارس ، الجامعة) .
- 2-ورش عمل للشباب عن كيفية التأكد من الأخبار .
- 3-ورش عمل للأباء عن كيفية زرع حب التفكير الناقد لدى أبنائهم .
- 4-دورات للصحفيين لكيفية نقل الأخبار والتأكد منها .
- 5-فعالية للتعريف بالحملة وأهدافها .
- 6-المساجد .
- 7-الملاعب .

أدوات اتصال غير مباشرة :

- 1-موقع على الإنترنت يهدف الى توضيح الحقائق عن الأحداث الجارية (الشائعات المتداولة) .
- 2-استخدام وسائل الإعلام الحديث في التوعية (التويتر ، الفيسبوك ، يوتيوب ، انستغرام) .
- 3-استخدام الرسائل النصية .
- 4-توزيع هدايا الحافظة الصحفية عن الحملة في أماكن الفعاليات والأماكن العامة .
- 5-الإعلانات (اعلان تلفزيوني ، اعلان إذاعي ، اعلانات منوعة " صحافة ، مجلات ، شوارع رئيسية ، إعلانات مجسمة ، داخل المجمعات ، على المباني .. الخ) .

يرجى الإطلاع على الملحق رقم (6) للاطلاع على مصفوفة إستراتيجية الإتصال .

الأدوات المستخدمة في الحملة بالتفصيل :

أدوات إتصال مباشرة :

1-مقرر يدرس عن الشائعات وكيفية التصدي لها :

أولاً : طلبية المدارس :

نقترح أن يكون هناك فصل كامل يتحدث عن التعامل مع الأخبار من ضمن كتاب : علم الاجتماع يكون بهدف توعية الطلبة بكيفية التعامل مع الأخبار وخطورة نقل الأخبار المغلوطة والغير صحيحة في المجتمع وأثارها السلبية وكيفية التصدي لها ويراعى أن يكون هناك نفس الفصل في المدارس الخاصة والأجنبية ويمكن أن تكون هناك قصة للأطفال مثلاً .

الفئة المستهدفة :

الطلاب والطالبات من الصف أول ابتدائي إلى الثانوية .

ثانياً : طلبية الجامعات :

إضافة فصل كامل يتحدث عن التعامل مع الأخبار من ضمن مقرر (الإعلام والمجتمع) الذي يطرحه قسم الإعلام بهدف توعية الطلبة بكيفية التعامل مع الأخبار وخطورة نقل الأخبار المغلوطة والغير صحيحة في المجتمع وأثارها السلبية وكيفية التصدي لها وتم إختيار هذا المقرر حيث أنه مطلوب على جميع طلبية كلية الآداب والعلوم .

اللغة المستخدمة (عربي ، انجليزي) .

2-ورش عمل للشباب عن كيفية التأكد من الأخبار :

-احضار اختصاصيين في مجال الإعلام لتوعية الطلاب بكيفية التعامل مع الأخبار التي ترد اليهم من وسائل الإعلام المختلفة .

-احضار اختصاصيين في مجال علم المجتمع لتوعية الطلاب بالأثر السئ لنقل الأخبار المغلوطة وغير الصحيحة وتأثيرها البالغ على الأفراد والمجتمع .

الفئة المستهدفة :

-طلبة المدارس (من الأول اعدادي الى الثانوية) .

-طلبة الجامعات .

اللغة المستخدمة (عربي ، انجليزي) .

3-ورش عمل للآباء عن كيفية زرع حب التفكير الناقد لدى أبنائهم :

التنسيق بين إدارات المدارس (الحكومية ، الخاصة ، الأجنبية) مع المراكز التعليمية في الدولة المهمة بالتنمية الشخصية ومهارات التفكير الناقد مثل (مركز إعداد القادة ، مركز شباب الدوحة ، .. الخ) ل طرح ورش عمل لتوعية أولياء الأمور بكيفية التعامل مع أبنائهم في المنزل وتوضيح الآثار السئية لنقل الأخبار المغلوطة والغير صحيحة داخل المجتمع دون التأكد من صحتها بحيث يقوم الآباء بالانتباه لهذا الموضوع ومتابعة أبنائهم عند نقلهم لأي خبر ويقوم الآباء بدورهم بزراعة حب التفكير الناقد لأبنائهم بحيث يفتح لهم ذلك باب التساؤل عند سماع أي خبر ويكون الأهم هو التأكد من صحته أكثر من نشره ويتم دعوة أولياء الأمور لحضور هذه الورش والتي تعقد في المدارس بمعدل ورشة كل شهر طوال مدة الحملة .

اللغة المستخدمة (عربي ، انجليزي) .

4-دورات للصحفيين :

التعاون مع مركز الجزيرة للتدريب لطرح دورات متخصصة موجهة للإعلاميين لدفعهم لنقل الأخبار التي لها أهمية في المجتمع وتناولها بالتحليل وتوضيح الحقائق كاملة للجمهور وحثهم على أن يكون الإعلام كصمام أمان للمجتمع ولا يساهم في ترويج الأخبار المغلوطة بالإضافة الى كون الإعلام أداة فعالة لكشف أي غموض يحيط بأي موضوع او خبر يتم تداوله في المجتمع مع مراعاة أن يكون الإعلام مبادراً وليس ملاحقاً. اللغة المستخدمة (عربي ، انجليزي) .

5-المساجد :

-التنسيق مع وزارة الأوقاف لحث رجال الدين على تناول موضوع الأخبار وتداولها دون التأكد من صحتها حتى تتحول الى شائعات تهدد التماسك الإجتماعي وتؤثر على أمن البلد وتثير الفزع في قلوب الناس وذلك في خطب الجمعة لكي نضمن تواجد أكبر عدد من الناس ووصول الحملة لهم .
-اللغة المستخدمة (عربي) .

6-الملاعب :

-دائماً يكون هناك إعلانات توعوية ودعائية بين الشوطين لمدة ربع ساعة ولذلك سيتم الاتفاق مع الإتحاد القطري لكرة القدم على تخصيص وقت الاستراحة بين الشوطين في المباريات لعرض فيديو توعوي أو إعلاني عن حملة محاربة الشائعات بهدف الوصول إلى جمهور الشباب الذي سيحضر للمباريات .
-اللغة المستخدمة (عربي ، انجليزي) .

7-فعالية للتعريف بالحملة وأهدافها :

سيكون من أولى اهتماماتنا أن تبدأ حملتنا التوعوية في المجتمع بفعالية كبيرة تصل لشرائح المجتمع المختلفة بهدف تعريف الجمهور المستهدف بحملتنا وأهميتها وأهدافها ودعوتهم للمشاركة في الورش التي ستقام خلال فترة الحملة لإنجاح الحملة والمساهمة في بناء مجتمع آمن وستكون الفعالية في فندق الشيراتون .

نموذج تنظيم فعالية

- اسم الفعالية : التعريف بحملة تأكد التوعوية في المجتمع
 الجهة المنظمة : شركة الرؤية للإعلام
 مكان الفعالية : فندق الشيراتون
 تاريخ الفعالية : 13 يناير 2013م
 الأوقات : من الثامنة صباحاً حتى الواحدة ظهراً .
 وصف الفعالية : فعالية كبيرة تهدف لتعريف الجمهور المستهدف بحملتنا وأهميتها وأهدافها ودعوتهم للمشاركة في الورش التي ستقام خلال فترة الحملة لإنجاح الحملة والمساهمة في بناء مجتمع آمن .
 لغة الفعالية : العربية مع امكانية الترجمة للإنجليزية .
 عدد الحضور المتوقع : 500 شخص .
 منسق الفعالية : شركة الرؤية للإعلام (السيد / جابر المري ، السيد / عبدالرحمن العبيدي) .
 البريد الإلكتروني : taakkadqtr@gmail.com .
 هدف الفعالية :

- 1-التعريف بالحملة .
 - 2-أهمية الحملة في الوقت الحالي .
 - 3-أهداف الحملة .
 - 4-الدعوة للمشاركة في الورش التي ستقام خلال فترة الحملة .
- الرسالة الأساسية التي نريد توصيلها :

- 1-التوعية بمخاطر الشائعات وتأثيرها على استقرار وأمن المجتمع .
- 2-نشر الوعي اللازم للتأكد من صحة الأخبار من مصادرها المعتمدة .
- 3-خلق اتجاه إيجابي نحو التأكد من مصادر الأخبار .

الرسائل الأخرى المراد توصيلها :

- 1-التوقف عن تناقل الأخبار دون التأكد من مصادرها .
 - 2-خلق سلوك إيجابي نحو الرد على ناقل الشائعة .
- الجمهور المستهدف : فئة الشباب ، رجال الإعلام ، أولياء الأمور .

المبررات والدوافع التي قد تشجع الجمهور المستهدف لحضور الفعالية : أسباب منطقية:

- 1-كثرة الشائعات في البلاد في الوقت الحالي .
- 2-الحملة هي الأولى من نوعها في البلاد .
- 3-تعطش الناس للتعرف على كيفية مواجهة الشائعات والتصدي لها .

الدوافع والمبررات:

- 1-تجارب المجتمع السابقة نتيجة حريق فيلاجيو ، النمر الهارب .. الخ .
 - 2-استياء المجتمع من كثرة انتشار الأخبار دون وجود مصدر رئيسي للتأكد منها .
- أسلوب مخاطبة الجمهور المستهدف : رسمي ، شبابي ، حوارية (على حسب طريقة المتحدث) .

- قائمة بالجهات الإعلامية التي نود حضورها للفعالية :
- القنوات التلفزيونية : قناة قطر ، الجزيرة مباشر ، قطر الإنجليزية .
- القنوات الإذاعية : اذاعة قطر ، القناة الإنجليزية المحلية .
- الصحف : الشرق ، الراية ، العرب ، الوطن .
- المجلات : المجلات المحلية (افق ، الريان ، هو وهي ... الخ) .
- جدول الفعالية :

13-01-2013			
08:20-8:00	عرض فيديو عن الحملة	الافتتاحية	1
08:50-8:20	كلمة لرئيس الحملة عن الحمله واهدافها ووسائلها	الرئيس	2
09:20-8:50	كلمة لضيف الشرف عن الموضوع	ضيف الشرف	3
09:50-9:20	الأثار النفسية عن الإشاعات	اخصائي علم الاجتماع	4
10:30-9:50	فيلم قصير يوضح مدى خطورة الشائعات واثارها وكيفية التصدي لها	عرض فيديو توعوي	5
استراحة شاي			
11:25-11:00	يتحدث عن خبرته وكيف يجب على الاعلامي ان ينقل الخبر وضرورة التمتع بمهنية عالية .	إعلامي مشهور	6
12:00-11:25	تجارب شخصية . كيف كانت ردة الفعل وكيف واجهوها (اللاعب : نواف التمياط) .	أشخاص تعرضوا للإشاعة	7
ختام الفعالية			
12:30-12:00	توزيع شهادات أو هدايا فيها شعار الحملة	تكريم المشاركين في الحملة	8
01:00-12:30		وجبة غداء	9

أدوات الإتصال الغير مباشرة بإستخدام وسائل الإعلام :

1- استخدام وسائل الإعلام الحديث في التوعية :

انشاء حسابات خاصة بالحملة تهدف للتوعية بالحملة والوصول لأكبر عدد من الجمهور على (تويتر ، فيسبوك ، يوتيوب ، انستغرام) .
اللغة المستخدمة (عربي) .

تم إنشاء الحسابات التالية للحملة :

م	الحساب	العنوان
1-	البريد الإلكتروني	taakkadqtr@gmail.com
2-	تويتر	taakkadqtr
3-	يوتيوب	http://www.youtube.com/user/taakkadqtr
4-	فيسبوك	taakkadqtr
5-	انستغرام	taakkadqtr

صور للحسابات

حساب تويتر

7 Jan
توفيق أسامة @TawfiqOsama
في حين حلول المصائب والتكليف لا قدر الله .. كُن أنت البسم الشافي بنشرنا الأخبار الصحيحة
والموثوقة المصدر واحذر من الشائعات **#حملة_تأكد**
Expand

7 Jan
توفيق أسامة @TawfiqOsama
في حين حلول الفاجحة لا قدر الله .. تكثر الشائعات ويكثر رواجها وانتريها ، فأحرص على أن تكثر
الأخبار الصحيحة والمؤكدة فقط **#حملة_تأكد**
Expand Reply Retweet Favorite

2 Jan
تأكد @taakkadqtr
سيتم عرض مشاريع تخرج طلبة قسم الإعلام يوم الأحد 1-13 .. وسيكون من ضمنها عرض
#حملة_تأكد سيتم تحديد الوقت لاحقا .. نتشرف بحضوركم @MCOMQU
Expand

1 Jan
تأكد @taakkadqtr
قلنا مسؤلون .. وكلنا مسؤلون عنها وعن امنها واستقرارها وامانها **#قبل_تستأمل** **#حملة_تأكد**
Expand

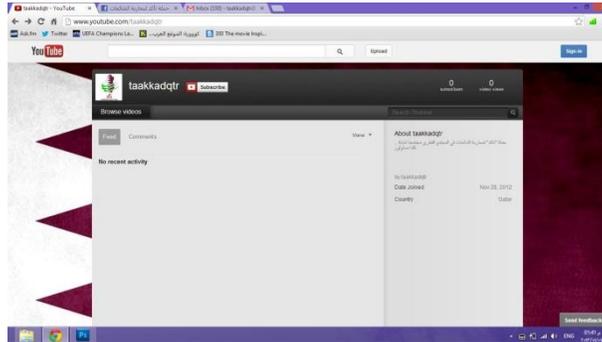
حملة تأكد
تأكد
@taakkadqtr
FOLLOWS YOU
حملة تأكد حملة طلاب قسم الإعلام في جامعة قطر من أجل التوعية بأخبارنا الصحيحة ونشر
ثقافة التأكد من مصادر الأخبار تحت شعار مجتمعنا أمانة .. كلنا مسؤلون
مجتمعنا أمانة .. كلنا مسؤلون

154 TWEETS
180 FOLLOWING
199 FOLLOWERS
Following

حساب الفيسبوك



حساب اليوتيوب



حساب الإنستغرام



2-استخدام الرسائل النصية :

التعاون مع شركة كيو تيل وفودافون لإرسال رسائل نصية عن التوعية بالحملة وكذلك عن الفعاليات التي ستقيمها الحملة بالإضافة الى التوعية بأضرار نقل الأخبار دون التأكد من صحتها وذلك خلال فترة الحملة . اللغة المستخدمة (عربي ، انجليزي) .

3-الحافظة الصحفية :

توزيع هدايا الحافظة الصحفية عن الحملة في أماكن الفعاليات والأماكن العامة .

محتويات الحافظة الصحفية

سيتم توزيع الحافظة الصحفية على حضور الفعالية خاص بالحملة ويحتوي على :

- 1 - بروشور تعريفى عن الحملة : يحتوي معلومات عامة عن الحملة (شعار الحملة ، نبذه عن الحملة ، الهدف من الحملة ، الرسائل المراد إرسالها ، الخ) وكذلك معلومات عن شركة الرؤية للإعلام وأسماء وطرق الاتصال بالقائمين على الحملة .
- 2 - جدول الفعالية : يكتب فيه جدول الفعالية المقامة وتعريف بالمتحدثين وكذلك جدول بالفعاليات والورش التي تقام في فترة الحملة .
- 3 - CD : يحتوي على شعارات الحملة وإعلاناتها وكذلك معلومات عن شركة الرؤية للإعلام .
- 4 - نشرة صحفية : تحتوي على خبر صحفي عن الحملة جاهز للنشر .
- 5 - دفتر صغير وقلم : دفتر صغير وقلم يوضع عليها شعار الحملة .
- 6 - فلاش ميموري : يوضع عليه شعار الحملة .

4-الإعلانات :

1-إعلان تلفزيوني :

التعريف : الدعاية الإعلامية التي سننشرها للإعلام كدعاية للحملة .
الهدف من الإعلان : توعية الجمهور المستهدف بعدم نقل الأخبار دون التأكد من صحتها .
الجمهور المستهدف : جميع فئات المجتمع القطري .

الرسائل الرئيسية :

- 1-نشر الوعي اللازم بالتأكد من صحة الأخبار .
- 2-التريث في نقل الأخبار للغير .

يرجى الإطلاع على الملحق رقم (7) للاطلاع على سيناريو الإعلان التلفزيوني .

2-إعلان إذاعي :

التعريف : الدعاية الإعلامية التي سننشرها للإعلام كدعاية للحملة .
الهدف من الإعلان : توعية الجمهور المستهدف بعدم نقل الأخبار دون التأكد من صحتها .
الجمهور المستهدف : جميع فئات المجتمع القطري .

الرسائل الرئيسية :

- 1-نشر الوعي اللازم بعدم نشر الأخبار دون التأكد من صحتها .
- 2-التريث في نقل الأخبار للغير .
- 3-زرع حب التفكير النقاد لدى الأطفال من خلال دراستهم .
- 4-التأكيد على البحث عن مصادر الأخبار الرئيسية .

يرجى الإطلاع على الملحق رقم (7) للاطلاع على سيناريو الإعلان الإذاعي .

3-إعلانات متنوعة :

(صحافة ، مجلات ، شوارع رئيسية ، إعلانات مجسمة ، داخل المجمعات ، على المباني) .

5-موقع على الإنترنت يهدف الى توضيح الحقائق عن الأحداث الجارية (الشائعات المتداولة) :

موقع متكامل للحملة يحتوي على :

- معلومات عن حملة محاورة الشائعات (دراسات سابقة ، إحصائيات سابقة ، إحصائيات عن الحملة .. الخ).
- توضيح بعض الحقائق عن الأحداث الحالية (الشائعات المتداولة) في الوقت الحالي عن طريق متابعة ما ينشر رسميا عن الموضوع والتواصل مع جهات الاختصاص .
- إمكانية تحميل إعلانات الحملة والشعارات وكل ما يتعلق بها مباشرة من الموقع الإلكتروني .
- مدونة مخصصة للشائعات المنتشرة حالياً تهدف للتواصل بين مستخدمي الموقع والإدارة عن موضوع الشائعات وتوضيحها للجمهور وكشف الغموض المحيط بها .
- رابط للتواصل مع الإدارة عند وجود أي اقتراحات او أي خبر جديد يرغب الزائر بالتأكد من صحته .
- وسائل التواصل المتاحة (يوتيوب ، تويتر ، فيسبوك ، ايميل) .
- نشرة أخبار توعوية شهرية لرجال الإعلام يتم حثهم فيها على تبني الحملة وتوعية الجمهور بها وتوضيح ما تم إنجازه في الحملة بهدف كسب تفاعل الجمهور في الحملة وإطلاعهم على الفعاليات القادمة عن طريق نشر الإعلامي لجديد الحملة في الوسيلة الإعلامية التي يتبع لها .
- اللغة المستخدمة (عربي) .

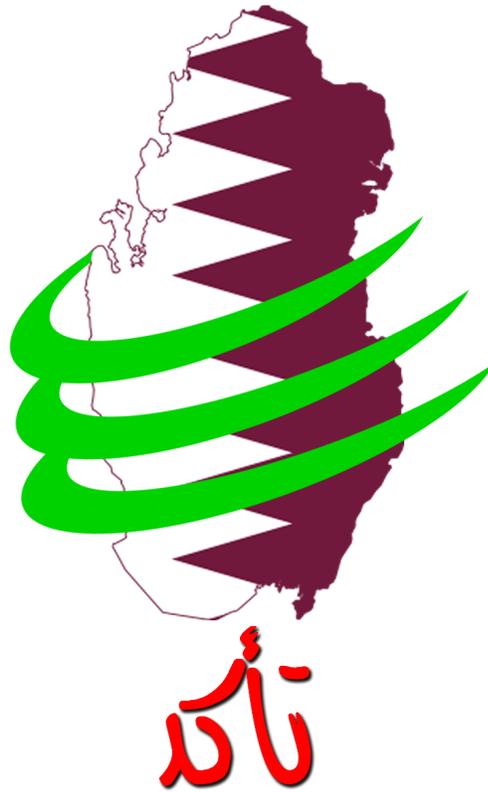


تأكد

حملة تأكد للتوعية بمخاطر الشائعات
مجتمعنا أمانة ... كلنا مسئولون

التصاميم

شعار الحملة الرسمي



حملة **تأكد** للتوعية بمخاطر الشائعات
مجتمعنا أمانة ... كلنا مسئولون



حملة تاكد للتوعية بمخاطر الشائعات
مجتمعنا امانة ... كلنا مسئولون

لتابعة الفعاليات taakkadqtr



لتابعة أخبار الحملة
taakkadqtr



حملة تاكد للتوعية بمخاطر الشائعات
مجتمعنا امانة ... كلنا مسئولون

مجتمعنا أمانة ، كنا مسئولون



متابعة أخبار الحملة
taakkadqr



حملة تأكد للتوعية بمخاطر الشائعات
مجتمعنا أمانة ... كنا مسئولون



لها تأثير كبير على الأمن

لأنها تترك الأفراد يعيشون في دوامة القلق وتؤثر على مجرى حياتهم
وخصوصاً الوضع الاقتصادي والاجتماعي والأمني
وذلك في حالة عدم وجود الوعي اللازم والإدراك المطلوب



متابعة أخبار الحملة
taakkadqr

حملة تأكد للتوعية بمخاطر الشائعات
مجتمعنا أمانة ... كلنا مسئولون





أحرص على التأكد من مصدر الخبر قبل نقله
مجتمعا أمانة ... كلنا مسئولون



تأكد

متابعة أخبار الحملة
taakkadqr

حملة **تأكد** للتوعية بمخاطر الشائعات
مجتمعا أمانة ... كلنا مسئولون



أنت وحدك من يستطيع التحكم بها
لتكون سبباً في أمن المجتمع

مجتمعنا أمانة ، كلنا مسئولون



متابعة أخبار الحملة
taakkadqr

حملة تأكد للتوعية بمخاطر الشائعات
مجتمعنا أمانة ... كلنا مسئولون





تأكد

حملة **تأكد** للتوعية بمخاطر الشائعات
مجتمعنا أمانة ... كلنا مسئولون

متابعة أخبار الحملة
taakkadqtr

تأكد

الإحصائيات تدل على أن نسبة كبيرة من المستطلعة آرائهم
يتلقون الأخبار عن طريق أصدقائهم

مجتمعنا أمانة ، كلنا مسئولون



تأكد

متابعة أخبار الحملة
taakkadqtr

حملة تأكد للتوعية بمخاطر الشائعات
مجتمعنا أمانة ... كلنا مسئولون



YouTube

twitter



تأكد

طريقك الوحيد لمعرفة الحقيقة
مجتمعنا أمانة ، كلنا مسئولون



متابعة أخبار الحملة
taakkadqr

حملة **تأكد** للتوعية بمخاطر الشائعات
مجتمعنا أمانة ... كلنا مسئولون



حملة **تأكد** للتوعية بمخاطر الشائعات
مجتمعنا أمانة ... كلنا مسئولون

تطبيقات للتصاميم



محاوية الشائعات







أماكن انتظار الحافلات



مكافحة الشائعات





الجسور



اعلانات الطرق الخارجية





اعلى المباني



اعمدة الإنارة



مكافحة الشائعات



محاكاة الشائعات





داخل المجمعات التجارية



مكافحة الشائعات



الإعلانات الكبيرة





قرب الإشارات (جديدة)



الأعمدة الإعلانية



الجدول الزمني للخطة الإعلامية (ستة أشهر)

بعد الحملة				الحملة				قبل انطلاق الحملة			
فبراير		يناير		ديسمبر		نوفمبر		أكتوبر		سبتمبر	
إعلان تلفزيوني											
X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
فعالية للتعريف بالحملة وأهدافها										فعالية للتعريف بالحملة وأهدافها	
المساجد											
					X			X	X	X	X
استخدام وسائل الإعلام الحديث في التوعية											
X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
										دورات للصحفيين	
									X	X	X
موقع على الانترنت											
X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
										ورش عمل للآباء	
									X	X	X
										ورش عمل للشباب	
									X	X	X
مقرر يدرس عن الشائعات وكيفية التصدي لها											
X	X	X	X	X	X	X	X				
الرسائل النصية											
X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
اعلان راديو											
X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
اعلانات مطبوعة											
X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

X تعني أسبوع



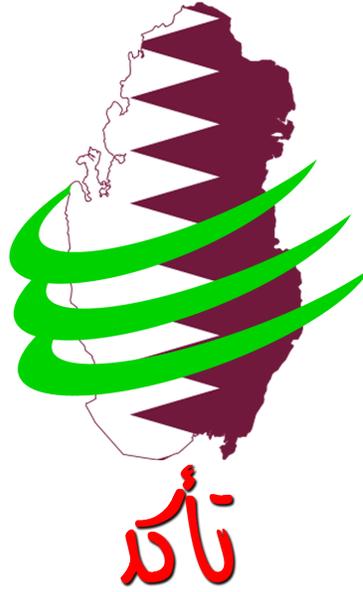
حملة **تأكد** للتوعية بمخاطر الشائعات
مجتمعنا أمانة ... كلنا مسئولون

الملاحق

يحتوي على :

- 1- نص مقابلة الدكتور : محمود قلندر .
- 2- نص مقابلة الدكتورة : بتول خليفة .
- 3- نص اللقاء مع مجموعة التركيز .
- 4- الدراسة الكمية (نموذج الاستبيان) .
- 5- تحليل الدراسة الكمية (الاستبيان) .
- 6- مصفوفة إستراتيجية الإتصال .
- 7- سيناريو الإعلان التلفزيوني .
- 8- سيناريو الإعلان الإذاعي .

خريف 2012م



حملة **تأكد** للتوعية بمخاطر الشائعات
مجتمعنا أمانة ... كلنا مسئولون

ملحق رقم (1)

نص مقابلة الدكتور : محمود قلندر.

نص مقابلة الدكتور : محمود قلندر
23 أكتوبر 2012م

تعريف الشائعات من منظور إعلامي :

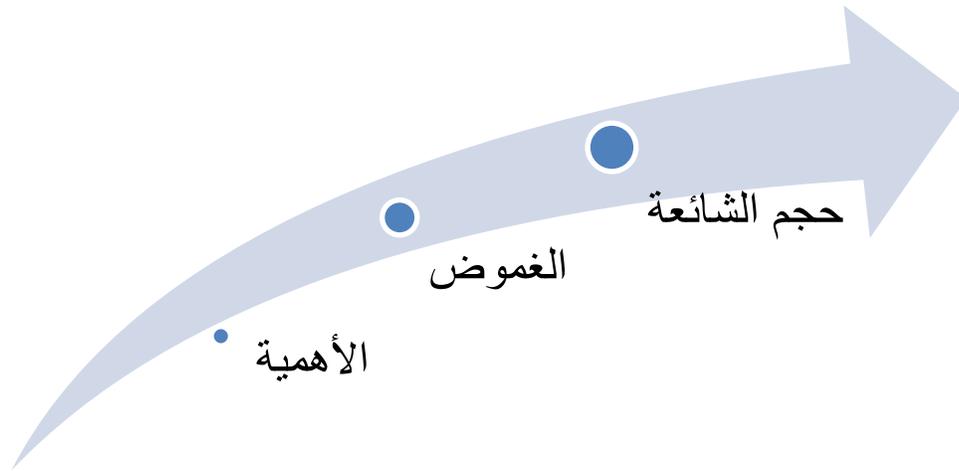
الشائعة هي ناتج لمعلومات ناقصة ذات أهمية بالنسبة لمجموعة من الناس ولولا الأهمية أساساً لا يمكن ان تكون هناك شائعة بالإضافة إلى إحتوائها على جزء من الحقيقة ونقص في المعلومات وبالتالي كل هذا يؤدي في النهاية أن المعلومات تصل ناقصة ولأن هذه الشائعة مهمة ، فإن الجمهور المتعلق بالشائعة يقوم بتداول الشائعة ، إذاً هناك ثلاث عناصر :

- أولاً : أن الموضوع الذي يتناول الشائعة مهم لدى الجماعة أو الجمهور .
- ثانياً : المعلومات حول هذا الموضوع ناقصة .
- ثالثاً : الموضوع لأنه مهم لعدد من الناس يتم التداول بين الناس .
- وعند اكتمال هذه العناصر يكون هناك بيئة خاصة صالحة لتداول الشائعات .

كيفية التعامل مع الشائعة :

عادة في الاتصال هناك معادلة معروفة فيما يتعلق بالشائعات على النحو التالي :

$$\text{الأهمية} \times \text{الغموض} = \text{حجم الشائعة}$$



يعني إذا كانت أهمية الموضوع قيمتها 10 من جدول من 10 نقاط وكانت نسبة الغموض 10 يكون الناتج 100 ، الغموض من منطق الإتصال يعني نقص المعلومات وبالتالي الغموض في الاتصال ، على سبيل المثال ، نحن لا نستطيع أن نقلل من أهمية موضوع الإمتحانات ؟ لكن تستطيع التقليل من الغموض المحيط بها وكلما زادت المعلومات يقل الغموض إلى أن تصل درجة الغموض إلى درجة متدنية وبالتالي يقل حجم الشائعة حتى ينعدم ، بهذه الطريقة نتعامل مع الغموض .

دور الوسيلة الإعلامية :

الوسيلة الإعلامية تلعب دور مهم فكلما كانت الوسيلة منتشرة وسط الجمهور كلما كانت أكثر تأثيراً ، بالإضافة إلى أن يكون الناس معتادين على حصول المعلومات من خلال الوسيلة مثلا الإذاعة أو الصحافة وغيرها ، لكن الناس معتادين على الاعتماد على مصدر (word of mouth) لذلك معظم الشائعات تنتقل بهذه الطريقة ومن خلالها تنتشر الشائعات ومواجهة هذه الوسيلة يكون بالوسائل المتاحة التي عن طريقها يمكن الوصول للجمهور كلهم ولو استطعت الوصول للجمهور بنفس الوسيلة يكون أفضل ولكن في الغالب يصعب ذلك ، وغالبا يصعب استعمال نفس الوسيلة لذلك نلجأ في النهاية إلى استعمال قادة الرأي وتوجه رسائلك إلى الشخصيات الموجودة في المجتمع التي تستطيع أن تؤثر في الرأي العام وهذا يعتمد على درجة ثقافة المجتمع ودرجة ثقتهم بالقادة .

أسباب انتشار الشائعات في المجتمع القطري :

المجتمع القطري حاله كحال المجتمعات الأخرى حيث لا تنتشر الشائعة إلا في ظل غياب الحقيقة الكاملة حول الموضوع وكل ما زال هذه الغموض كلما زالت هذه الشائعة اعتقد ذلك ، وهناك عامل آخر نضيفه وهو المستوى الاجتماعي (التعليم) فكلما زاد التعليم كان هناك إمكانية لتعرض الشخص لوسائل إعلام أخرى وكلما قل التعليم كلما قل التعرض لوسائل الإعلام وكلما استعمل أكثر وسيلة (word of mouth) وكلما يتعرض للوسائل المتعددة كلما يفتح ذهنه وكلما يجد مصادر أخرى ويساهم ذلك في تقليل الشائعة .

طريقة تعامل جهات الإعلام مع الشائعات في قطر :

اعتقد أن أهم جزء هو الشائعة وبدائها هو وجود أهمية لها وحبذا لو أصبح إعلامنا إعلام مبادر وليس ملاحق ، المبادر الذي يبدأ في التصدي قبل أن يتحول الموضوع إلى مشكلة لذلك أنت كإعلامي أو صحفي أنت تبحث عن القضايا التي يوجد فيها غموض وتستجلبها وبذلك أنت تقلل من احتمالات الشائعة - وكثير من حالات الشائعات في الدوحة كان الإعلام ملاحق أكثر منه مبادر حيث تحصل الشائعة ثم يتواجد الإعلام لذلك المهم المبادرة والمهم كما يقوله السياسيون (تملك الحقيقة للجمهور) ومعناها أن تبادر من البداية في وضع المعلومات أمام الشخص وإذا كان الموضوع مهم للناس تصبح قلت فرص أن تكون هناك شائعات بمعنى أن الإعلام بمساهمة الجهات المسؤولة يستطيع أن يجعل الشائعة نفسها غير موجودة ، وفي بعض الأحيان نجد أن الإعلام يكون جزء من الغموض والسبب في ذلك أن المسئول في توصيل المعلومة يكون متردد في التعامل مع الصحافة وإعطاء المعلومات لها .

الوسيلة الأفضل للتوعية بمخاطر الشائعات في الإعلام القطري :

الأفضل التحدث عن القطاعات ، مثلاً القطاع الشبابي نتحدث عن الوسائل الحديثة لأنهم يستعملونها فكل المطلوب منك أن تستعمل الوسيلة المناسبة للقطاع وللآخرين تستعمل ما هو متاح كالتلفزيون والإذاعة وغيره ولكن أهم من كل هذا أن تكون مبادر وليس ملاحق وفي تقديري أيضاً أن يكون لديك عناصر القدرة على المبادرة وأهمها أن صاحب الأمر (المسئول) يكون مدرك لأهمية الإعلام في تملك الحقيقة للجمهور وإذا وجد ذلك تنتفي الشائعة .



حملة **تأكد** للتوعية بمخاطر الشائعات
مجتمعنا أمانة ... كلنا مسئولون

ملحق رقم (2)

نص مقابلة الدكتورة : بتول خليفة .

نص مقابلة الدكتورة : بتول خليفة

تعريف الشائعات :

الشائعة هي موضوع يهم حياة الناس ومجتمعهم يتناوله بعض الأفراد ويؤكدون على صحته ويصرون على أن الموضوع صحيح وينقلونه لمجموعة أخرى على أساس انه من مصدر موثوق , وتعتبر الشائعة مثل كرة الثلج تبدأ صغيرة وتكبر مع مرور الوقت . وقد تسبب الشائعات حالة من الخوف والفرع في أنحاء المجتمع (مثال حرب الخليج) .

الشائعة تبدأ كالنقطة صغيرة ولكن ما تلبث ان تصبح كبيرة تنتشر كانتشار النار في الهشيم فالشائعة ليست مجرد شائعة بل هي منظومة متكاملة تترتب عليها العديد من النتائج السلبية ونستطيع تلخيصها عن طريق رسم أسرة , مدرسة , مجتمع , وسلطة , فالسلطة هي التي تقوم بعمليات المراقبة والتحكم وأي مخالفة سوف تكون هناك عملية محاسبية؛ فالمخطئ يجب ان يحاسب عن طريق السلطة المختصة للحد من انتشار الشائعات .

وسائل التصدي للشائعات لها بوجهة نظر الدكتورة:

1| هناك ثلاثة أشياء يجب أن تتعاون في التصدي للشائعات وهي :

أ| القيم الصحيحة : وهي تأتي في موضوع السلوك الاجتماعي والتنشئة الاجتماعية وتبدأ من الأسرة وتنقل إلى المدرسة والمجتمع فلا بد للأسرة أن يكون عندها وعي كامل بالموضوع لأننا لا نستطيع ان نسيطر على أولادنا في الوقت الحالي مع التطور التكنولوجي فيجب ان ننمي عنده التفكير النقدي ويجب ان نعطي الطفل "مضادات حيوية سلوكيه " حتى يستطيع ان يفرق بين الصواب والخطأ .

ب| المدرسة : وهي حد ذاتها في برامجها التعليمية في كتب القراءة وغيرها ..وهنا يبرز دور المربين ويجب أن تكون المناهج التي تدرس فيها مناهج حديثة وتواكب التطور والعالم الذي يعيش فيه الطالب

ج| المجتمع : فيجب نشر الوعي لكيفية التصدي للشائعات وتطوير التفكير النقدي لدى أفراد المجتمع وثقافة الأفراد عن طريق والتثقيف يكون عن طريق الإنترنت .

2| يجب على الأعلام أن يكون متطوراً و يواكب الأحداث دقيقة بدقيقة حتى لا يعطي مجال لانتشار الشائعات .

3| التوضيح والشفافية ضرورية لأنها تزيل كل الشكوك حول المواضيع بكل الأحوال ايجابية وسلبية .

4| يجب أن يتطور قسم لأعلام ليصبح كلية وتدرس فيه مقررات لكيفية التصدي والتعامل مع الشائعات تخرج خبراء في مجال التصدي للشائعات .

5| وجود هيكل مؤسسي متكون من أبناء البلاد يساهم في إدارة وتوجيه باقي المؤسسات والإدارات من شأنه أيضا ان يقلل من نمو الشائعات .

6| يجب علينا توريث هذه القيم الدينية إلى الجيل القادم على الرغم من توافر كل العوامل التي لا تساعد على تحقيق هذا الهدف مثل التلفزيون والانترنت فتصبح عمليات السيطرة صعبة لكن بالتعليم المتواصل والتفكير الناقد يستطيع الجيل الناشئ التفريق بين الصواب والخطأ و التنشئة الاجتماعية أيضا تساهم في رسم هيكل أساسي قوي لأجيال المستقبل .

تأثير الشائعات على المجتمع :

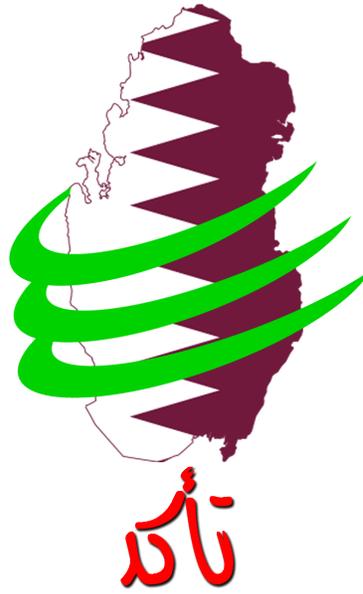
- 1| هناك تأثيرات نفسية على الفرد منها : تبث الذعر والخوف ومثال ذلك النمر و فيلاجيو .
- 2| قد تؤثر على النشاط الاقتصادي للبلد .
- 3| قد تؤثر على أمن المجتمع وتزعزع الأمن فيه مثال (أحداث البحرين) .
- 4| قد تسبب تثير التعصب والبلبلة على المستوى الاجتماعي للأسر مثل (شائعات :الطلاق،الانفصال وغيره) مما يؤدي إلى تفكك الأسر .
- 5| قد يؤدي انتشار الشائعات بين الفتيات الى ردة فعل عنيفة من أولياء الامور قد تصل الى قتل الفتاة بسبب نشر شائعات عنها .

ايجابيات تساعد على كبت الشائعات في المجتمع :

التمسك بالأخلاق والقيم فعندما يقوم شخص بالحديث عن شخص آخر يتذكر قيمه وأخلاقه فهناك الكثير من القصص التي كان من الممكن ان تكون مصدر للإشاعات لكن الأفراد تجاهلوا بعدم الحديث عنها بسبب مراعاة الأفراد للقيم الدينية فالأفراد يحثون بعضهم البعض على التأكد من الأخبار قبل نشرها وهذا يؤدي الى دحر وكسر الإشاعة قبل تناقلها .

سلبيات تساعد على انتشار الشائعات في المجتمع :

- 1| الجيل الجديد الذي يتعرض للكثير من البرامج التي تحث على النميمة والشائعات والتعدي على المحرمات الدينية وغيرها فالجيل القادم باعتقاد المتحدث سيكون جيل هش من السهولة اختراقه بالشائعات .
- 2| تنوع الثقافات ووجود ثقافات تؤمن بالشائعات والنميمة والسحر لعدم وجود قيام اجتماعية ترشدها وتدلها فهذه الأمور تعتبر أمور عادية بالنسبة لها فمن دون ارشاد وتوجيه من المؤسسات التعليمية والاجتماعية تصبح هذه الأجيال عرضة للتفكك ، فتنوع الثقافات والأديان خاصة تساعد على تكاثر ونمو الشائعات .
- 3| تطور التكنولوجيا مثل التلفزيون والانترنت وغيرها فتصبح عمليات السيطرة صعبة .
- 4| ركافة التغطية الإعلامية الذي تسبب الغموض فتساعد على انتشار الشائعات .



حملة **تأكد** للتوعية بمخاطر الشائعات
مجتمعنا أمانة ... كلنا مسئولون

ملحق رقم (3)

نص اللقاء مع مجموعة التركيز .

نص اللقاء مع مجموعة التركيز

تعريف الإشاعة :

تأتي كلمة الإشاعة من أشاعه بما معناه إن الشخص أطلق الشيء ونشره فالإشاعة لا تعتمد فقط على تليفق الخبر بل على نشره , فالإشاعة تحتوي على 3 عناصر هي :

1| خبر 2| صادر عن جهة غير مسؤولة 3| منتشر في المجتمع باختلاف وسائل انتشاره .

أسباب انتشاره :

1| يجب أن نعلم من نشر الإشاعة وسنعلم أسباب انتشارها , فمثلا لو كانت من شخص ربما سيكون نقص فيه وهو يقصد من خلف كلامه شيء يدل على نقص فيه مثل الحقد أو الحسد .

2| تطور التكنولوجيا ساهم بشكل كبير في انتشار الشائعات وأصبح أي شخص يستطيع ان يقوم بإختلاق خبر وينشره بسهولة بين الناس .

3| الأفراد غير مثقفين إعلاميا فلا يعلم الناس انه قبل نشر الخبر يجب التأكد منه , وانه من طبيعة المجتمع " حبه للسبق , يحب أن يقول خبر لا احد يعرفه " .

4| الخبر حين ينتشر , ينتشر من شخص إلى شخص آخر مع إضافات وزيادات لا أساس لها , فإذا قال الشخص (أ) خبر إلى الشخص (ب) خبر صحيح وبعدها , لا ينقل الشخص (ب) الخبر إلى الشخص الآخر باقتباس ولكن سيضيف عليه ربما لا شعوريا , ومن شخص إلى شخص فيصبح الخبر الذي بدأ صحيح أصبح شائعة .

5| أحيانا الجهل والمزح يكون سبب في انتشار الشائعة .

6| عدم وضوح الجهات المسؤولة في توضيح الحقائق " مثال حريق فيلاجيو " انه في البداية كان كلام الجهات بعدم وجود ضحايا ولكن كانت هناك أدلة تدل على انه هناك ضحايا فهذا ساعد على انتشار الشائعات بسبب تضارب الأقوال مع الصور .

7| التأخير في إصدار البيانات الرسمية حيث ساعد ذلك على توفر بيئة خصبة لانتشار الشائعات .

8| تقصير الأعلام والإعلاميين في وسائل الاتصال الحديثة في تقصي الحقائق ونشر بعض الشائعات فقط في حب السبق للأخبار , (مثال حريق فيلاجيو حيث لم يكن هناك أي تغطية مباشرة في وقت الحادثة) حيث انه من واجب الإعلامي أن يكون لديه فهم ووعي بالموضوع وبأن لا يكون مصدر للشائعات , وهذا الشخص

محادبة الشائعات

الذي يعتبر رمز ومصدر موثوق وهو من أصحاب الأخبار المقروءة من قبل الكثيرين هو ناشر للشائعات فهذا يفتح لنا أبواب سلبية كثيرة .

9| " الأمية الإعلامية " لأنك تتلقى الكثير من الأخبار فلو لم يكن لديك القدرة على التفريق بين الصحيح والخاطيء فهذه مشكلة .

10| في مجتمعنا من طبعنا إننا لا نقول أنني قرأت أو متأكد فقط ما يقال هو " الناس يقولون – سمعت من الناس " .

11| ان هناك بعض الأشياء التي تنتشر في وسائل الاتصال مثل أرسل هذا الكلام ولو لم ترسله ستخسر شخص تحبه أو شيء ... الخ ، وبعض الأشخاص يصدقونه ، فهذا يدل على سذاجة في بعض الأشخاص الذين يرسلون ويصدقون مثل هذه الخرافات .

أكبر مصادر انتشار الإشاعة :

من أهم انتشار الوسائل التي ساهمت في انتشار الشائعات هي العلاقات البشرية بين الناس وساهم البلاكيري في نشرها ، حتى أكثر من الوسائل الأخرى مثل تويتر وغيره لأنه في هذه الوسائل يتردد الشخص قبل نشر الخبر لأنه يحسب باسمه وشخصه ولكن عن طريق البلاكيري يرسل إلى معارفه وأصدقائه . وهذا الشيء قد يؤثر على مصداقية وسائل الاتصال في المستقبل .

أكبر مخاطر الشائعة : هل في كاتبها أو ناشرها أو مصدقها :

في قضية الخمر في الإسلام فكل شي محرم فيه (شاربه ، وحامله) ، فأنت ستحاسب لو ساهمت في انتشار الشائعة بأي طريقة بشكل مباشر أو غير مباشر ، وانه ناشر الشائعة هو صاحب اللوم الأكبر . لأن الكاتب قد يكون واحد ولكن الناشر هو من ساعد في شيوعها .

وسائل التأكد من الأخبار:

يجب عندما تتلقى أي خبر من أي شخص أن تسأله هل لديك مصدر لتتأكد من صحة الخبر ويجب ان يكون هذا من البداية لتوقيف الشائعة ، وأغلب الأخبار تنتشر بسبب كلمة يقولون وسمعت بدون تأكد ، فالشخص الأول يقول سمعت بكذا وكذا ، فيصبح إشاعة . (وقال احد الاخوان عن حديث حريق اللؤلؤة حيث تلقى رسالة مكتوب فيها شائعة وناشرها كاتب من قلب الحدث وحين سأله أين أنت قال انه في مجمع السيبي سنتر !) ، فنشر الشائعات بهذه الطريقة يؤدي الى مشكلة ضياع المصدر ونشر الكلام بدون تأكد.

كيف نتصدى للشائعات :

1| من الأشياء إلي يجب ان نضعها في الاعتبار قبل إرسال أي خبر عن أي شخص هو وضع نفسك في مكان الآخرين خصوصا في رسائل الحوادث وغيرها حيث نضع في الاعتبار ان هناك أمهات وأخوات

يتلقون هذه الرسائل ، وتم ذكر قصة اللاعب السعودي المعروف نواف التمياط حيث انتشرت شائعة بوفاته ، فكتب اللاعب في تويتر " الحمد لله انا بخير ، وللذي أرسل الشائعة شكرا لأنك مرضت أمي حيث وصلها خبر وفاتي ولو انه تهكم مسألة وفاتي فأني ساموت في يوم من الأيام " فيجب على الأشخاص أن يفكروا في أمهاتهم وأهلهم وأنفسهم قبل إرسال أي شيء .

2| هناك توعية وتنقيف للمجتمع لجميع الفئات العمرية، ويمكن أن تزرعها في الطفل منذ صغره بحيث يتأكد من أي خبر وتساؤه : من قاله له ، ومن أين وصلت هذا الكلام ؟ هل شاهدته ام لا ؟ ، وهذه أشياء سهله لو استطعنا زرعها في الطفل ستساعدنا في المستقبل على الحد من الشائعات . ويجب على التنقيف أن يكون مبني على الأشياء التي نفتخر بها مثل الوطنية والدين ، هذه الأشياء موجودة ولكن فقط يجب ان نبث فيها الروح ونطبقها وهذا التنقيف يجب ان يبدأ في البيت قبل المدرسة .

3| يجب علينا أن نعود الى ديننا الإسلامي ففي سورة الحجرات أية " إن جاءكم فاسق بنبأ فتبينوا " فأصبح من الأساس انه حين يستمع الواحد الى أي شيء يجب عليه أن يتأكد منه ، وأن نأخذ هذا المبدأ الديني ونطوره لنعممه على المجتمع لتجنب السلبيات ، ويجب علينا ان نرجع الى مبادئنا الإسلامية للتصدي للإشاعات فأياضا يجب ان يكون أمانه في نشر الخبر .

4| يجب ان تكون هناك علاقة تكاملية بين الإعلام والمصادر المسؤولة في توضيح الحقائق .

5| التطور التكنولوجي لم يأت بالتطور فقط بالعامل السلبي ولكن تطور التكنولوجيا أتاح لنا أكثر من وسيلة للتأكد من صحة الأخبار .

6| نحن مجتمع مسلم ونسبة التعليم فيه تقريبا 100% فيجب علينا أن نكون واعيين بهذه الأشياء ويجب ان يكون لدينا ثقافة التأكد من نشر الخبر قبل إرساله وان لا ننشر هذه الأشياء فليس شرطاً ان يكون ناشر الشائعة شخص جاهل قد يكون صاحب تعليم عالي ولكن ثقافة انه يريد ان يكون سباق في نشر الخبر .

7| يجب على الشعب ان يكون لديه وعي إعلامي ويعرف كيف يتصرف مع وسائل الإعلام المتاحة لديه .

8| ولا يختلف احد بموضوع نقص التغطية الإعلامية او التقصير ولكن أيضا يجب ان لا نستغل ذلك في نشر الإشاعة وبعدها نتحجج بنقص التغطية الإعلامية ، فأن الشعب لو لم يكن مثقف إعلاميا ويعرف كيف يتعامل مع الإخبار فستنتشر الشائعة في كل الأحوال .

9| عقوبات صارمة للتصدي للشائعات لأنه هذا الشيء سوف يؤثر على الأمن والمجتمع فلو صدقنا كل الشائعات والأخبار التي نتلقاها فغدا هذا الشيء سيؤثر على المجتمع ككل وقد تصبح عادة في المجتمع القطري وستؤثر على الاستقرار .

10| يجب ان يكون هناك رادع نفسي ورقابة ذاتية .

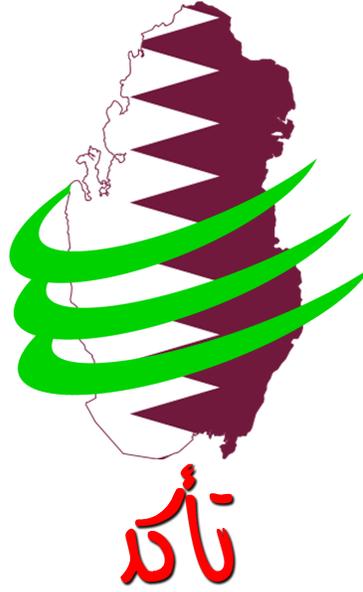
11| توعية الأطفال بالإعلام الحديث وكيفية تعاملهم معه فيجب على الأشخاص أن يعرفوا ماذا يقولون ومتى وفي ماذا ؟ .

12| يجب أن يكون هناك ردود سريعة من الجهات المسؤولة واكبر مثال تويتر وزارة الداخلية من بعد خروجه استطاع أن يسيطر على الكثير من الشائعات .

أفضل مكان لتوضيح الحقائق :

1 - وسائل الإعلام الحديثة هي أفضل مكان لتوضيح المعلومات فيها لأنها الأسرع والأكثر انتشارا " وداوها بالتي كانت هي الداء " فمثل ما هناك شيوع للخطأ يجب عليك أنت تشيع الصواب .

2 - يجب ان نبدأ من الآن لأننا الدولة مقبلة على التطور ولا نعلم ما يخفيه لنا المستقبل ودولتنا اصبح لها بصمه مؤثرة في كل مكان وبدأت الشائعات بالظهور من اليوم , فلو كنا من اليوم نصدق بعض ما يقال , فغدا الجميع سيصدق كل شيء وستكون هي الثقافة السائدة وهذا سيؤثر على أمن وأمان المجتمع , وفي أي شيء صغير وسيضاعف المجتمع حجم الإشاعة وسيكون هناك " امية اعلامية " في نشر الأخبار وستصبح عاده وستنتشر الشائعات ولن يكون لدينا استقرار مجتمعي او امني .



حملة **تأكد** للتوعية بمخاطر الشائعات
مجتمعنا أمانة ... كلنا مسئولون

ملحق رقم (4)

الدراسة الكمية (نموذج الإستبيان).

الاستبيان

نحن مجموعة من طلاب قسم الإعلام بجامعة قطر نقوم بعمل دراسة عن الشائعات في المجتمع القطري ونرغب في منحنا بعض الوقت للإجابة على أسئلة الاستبيان الموضحة أدناه :

--- الجزء الأول ---

أتلقي الأخبار عن طريق (5 الأعلى ، 1 الأقل) :

1	2	3	4	5	
					البلابكيري
					تويتر
					فيسبوك
					التلفزيون
					الصحف
					الراديو
					الأصدقاء
					أخرى

كيف تتعامل مع الأخبار عند تلقيها (5 الأعلى ، 1 الأقل) :

1	2	3	4	5	
					اتأكد منها من مصادر موثوقة .
					ارسلها على الفور .
					اتجاهلها لعدم التأكد منها .
					ارسلها دون تحمل مسئوليتها (وضع عبارة منقول) .

غالبا ما أحاول التأكد من صحة المعلومة من خلال: (اختر كل ما ينطبق)

- صديق
- جهة مختصة
- البحث في الانترنت
- أخرى (اذكرها)

--- الجزء الثاني ---

من وجهة نظرك ما هو الهدف من نشر الشائعات :

معارض	محايد	موافق	
			لفت النظر وجذب الاهتمام
			الإفساد وزعزعة الأمن
			التسلية
			تحقيق مصالح شخصية (غيره ، حسد ، تنافس .. الخ)
			أخرى

ماذا سيكون ردة فعلك لو علمت أن الخبر الذي قمت بنشره (اشاعة) :

- اسعي لنشر الخبر الصحيح .
 لا أبالي بتصحيح الخبر وانسي الموضوع
 أخرى (اذكرها)

هل تعرضت لموقف حيث تم تداول معلومات غير صحيحة عنك شخصيا أو عن عملك؟

- نعم
 لا
 لا ادري

لو حدث وتم إذاعة خبر غير صحيح عنك، ماذا ستفعل (اختر إجابة واحدة فقط) :

- احاول تصحيح نظرة الناس لي .
 التقدم بشكوى لدى جهة الاختصاص .
 عدم الالتفات لهذه الإشاعة .
 أخرى (اذكرها)

ما هي الأسباب التي تساعد على انتشار الشائعات (ضع علامة "صح" في المكان المراد) :

معارض	محايد	موافق	
			قلة الوعي في المجتمع
			تأخير التوضيح من الجهات المسؤولة
			تطور وسائل الإتصال وتوفرها
			قلة مصادر المعلومات عن موضوع الشائعات
			قابلية للتصديق
			من باب السخرية والظرافة
			أخرى

ما هي طرق القضاء على الإشاعة :

- عقوبات رادعة
 نشر الوعي اللازم
 الإحساس بالمسؤولية والرقابة الذاتية
 أخرى (اذكرها)

ما هي أكثر الشائعات المنتشرة حالياً في المجتمع القطري ؟ (5 الأعلى ، 1 الأقل) :

1	2	3	4	5	
					فنية (على المشاهير)
					اجتماعية (طلاق ، زواج ، تحديد موعد الإجازة ، حوادث السيارات ، .. الخ)
					سياسية (مظاهرات .. الخ)
					امنية (حريق ، .. الخ)
					دينية (فتوى عن تحليل نوع من الأسهم .. الخ)
					اقتصادية (انهيار الأسهم ، زيادة الرواتب ، الخ)

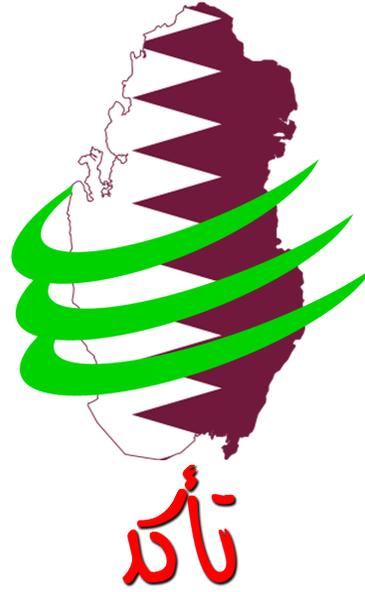
--- الجزء الثالث ---

الجنس :
 ذكر أنثى

العمر :

22-18 27-23 30-28 31 أو أكبر

الجنسية :
 قطري غير قطري .



حملة **تأكد** للتوعية بمخاطر الشائعات
مجتمعنا أمانة ... كلنا مسئولون

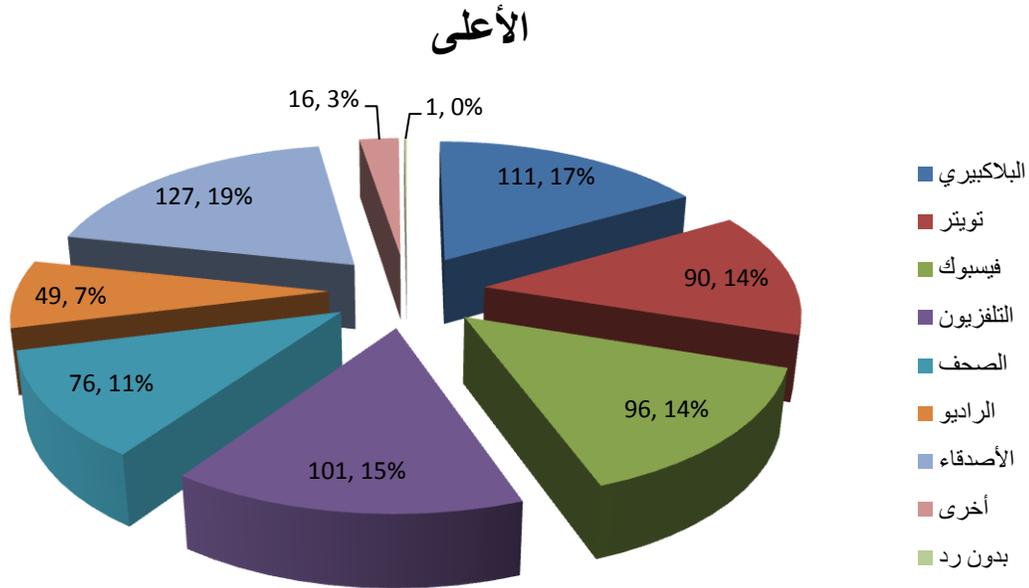
ملحق رقم (5)

تحليل الدراسة الكمية (الإستبيان)

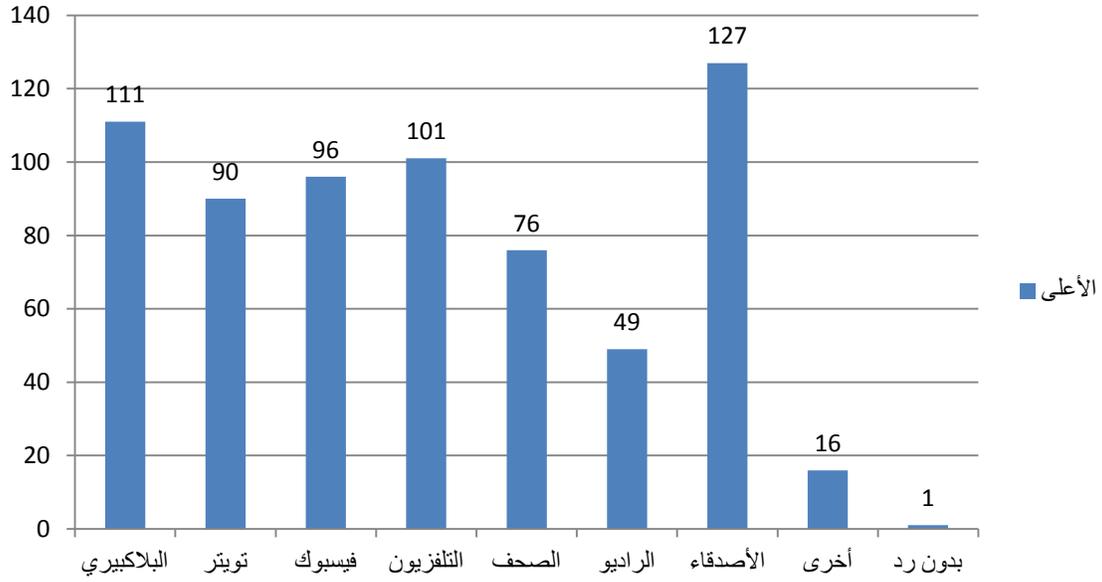
تحليل الإستبيان

السؤال الأول : أتلقى الأخبار عن طريق :

1	2	3	4	5	
75	8	37	29	82	البلاتكيري
52	15	21	23	67	تويتر
50	19	25	45	51	فيسبوك
23	35	43	33	68	التلفزيون
47	33	33	35	41	الصحف
77	37	36	23	26	الراديو
11	23	45	47	80	الأصدقاء
36	7	9	5	11	أخرى
1					بدون رد



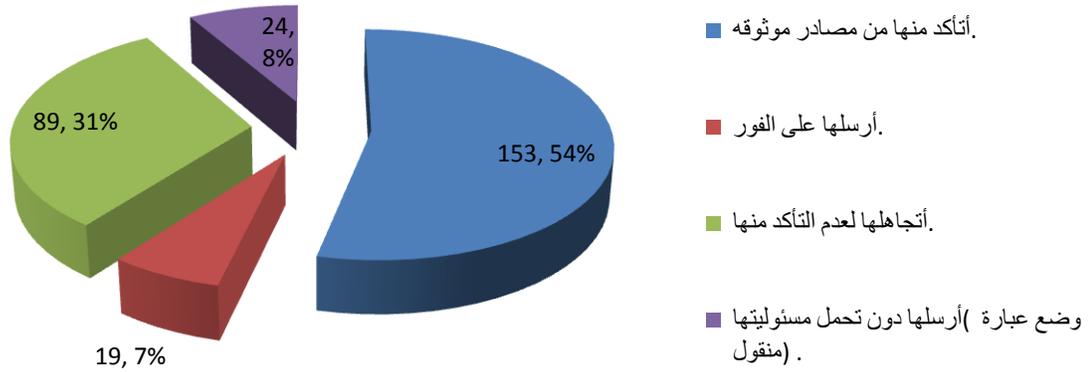
الأعلى



السؤال الثاني : كيف تتعامل مع الأخبار عند تلقيها :

1	2	3	4	5	
20	12	32	45	108	أتأكد منها من مصادر موثوقه .
94	42	24	6	13	أرسلها على الفور .
42	36	32	27	62	أتجاهلها لعدم التأكد منها .
106	32	22	8	16	أرسلها دون تحمل مسئوليتها (وضع عبارة منقول) .

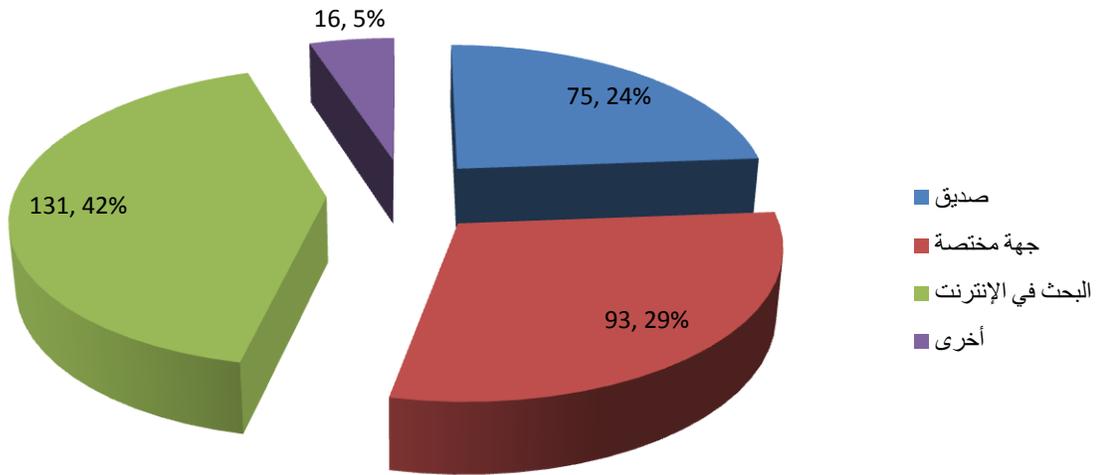
الأعلى



السؤال الثالث : غالبا ما أحاول التأكد من صحة المعلومة من خلال: (اختر كل ما ينطبق)

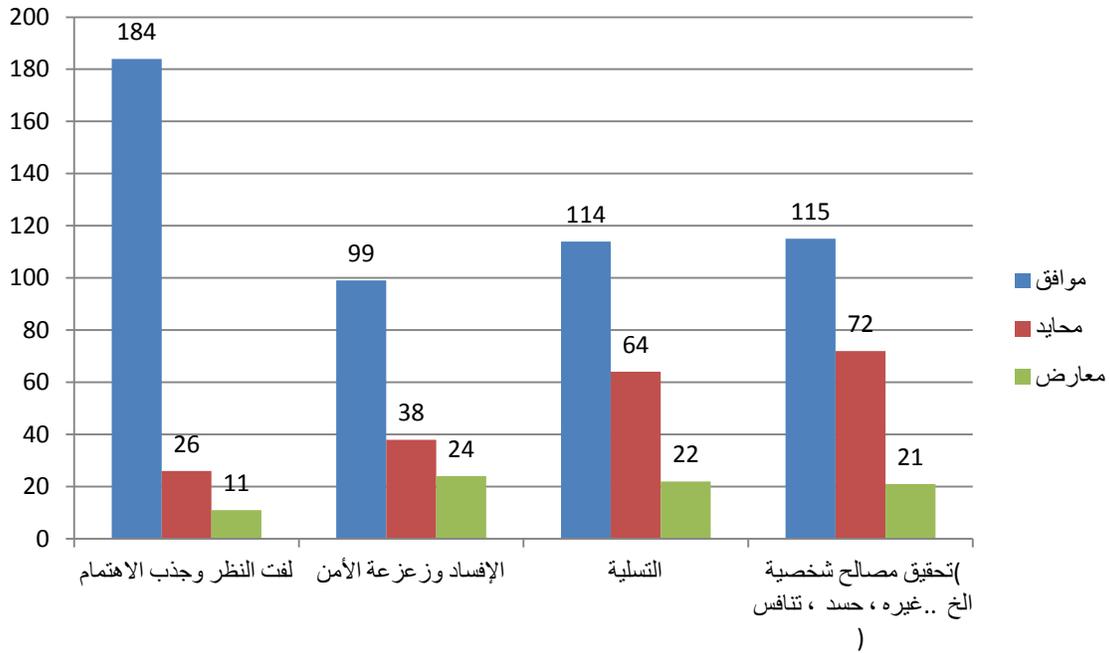
بدون رد	أخرى	البحث في الإنترنت	جهة مختصة	صديق
	16	131	93	75

تفاصيل أخرى :
مسؤولين متخصصين في المجال
قنوات فضائية
الصحف
العائلة



السؤال الرابع : من وجهة نظرك ما هو الهدف من نشر الشائعات :

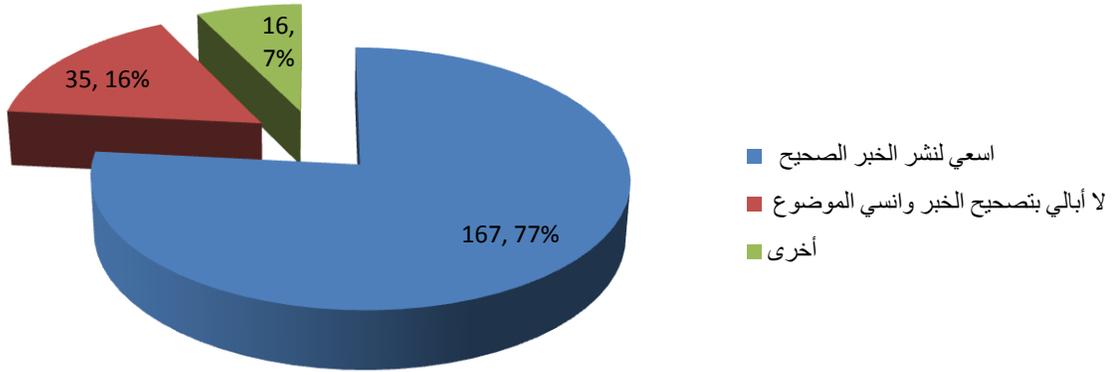
معارض	محايد	موافق	
11	26	184	لفت النظر وجذب الاهتمام
24	38	99	الإفساد وزعزعة الأمن
22	64	114	التسلية
21	72	115	تحقيق مصالح شخصية (غيره ، حسد ، تنافس .. الخ)



السؤال الخامس : ماذا سيكون ردة فعلك لو علمت أن الخبر الذي قمت بنشره (اشاعة) :

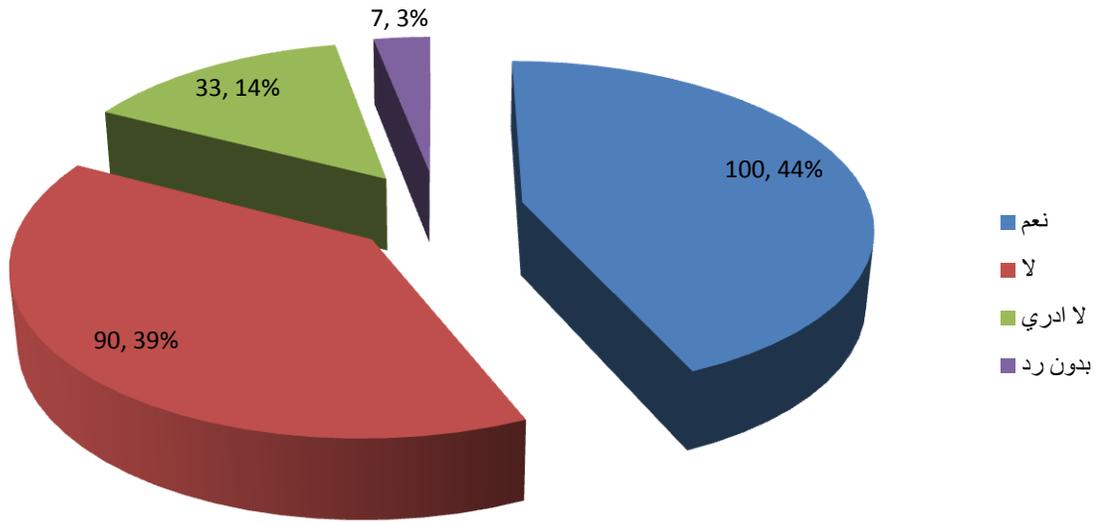
أخرى	لا أبالي بتصحيح الخبر وانسي الموضوع	اسعي لنشر الخبر الصحيح
16	35	167

يتوقف على مدى تاثر الناس من الخبر
اشعر بالحرص الشديد



السؤال السادس : هل تعرضت لموقف حيث تم تداول معلومات غير صحيحة عنك شخصيا أو عن عملك؟

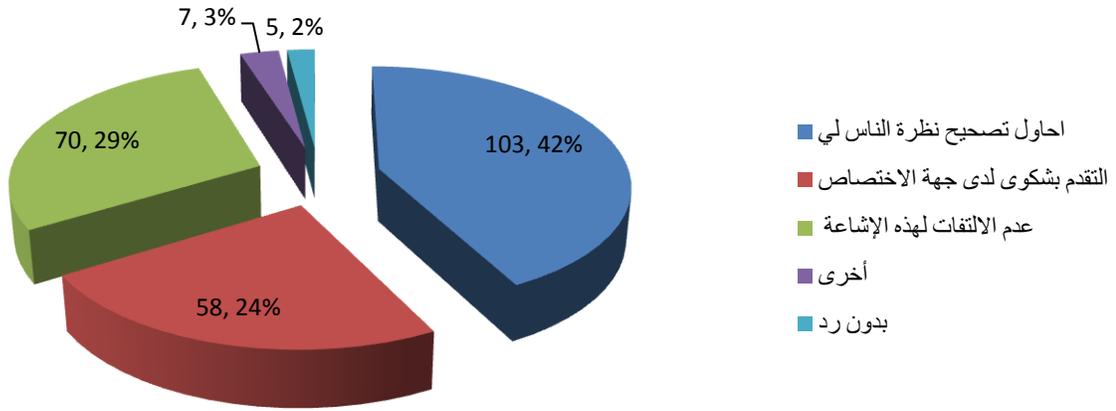
نعم	لا	لا ادري	بدون رد
100	90	33	7



السؤال السابع : لو حدث وتم إذاعة خبر غير صحيح عنك، ماذا ستفعل (اختر إجابة واحدة فقط) :

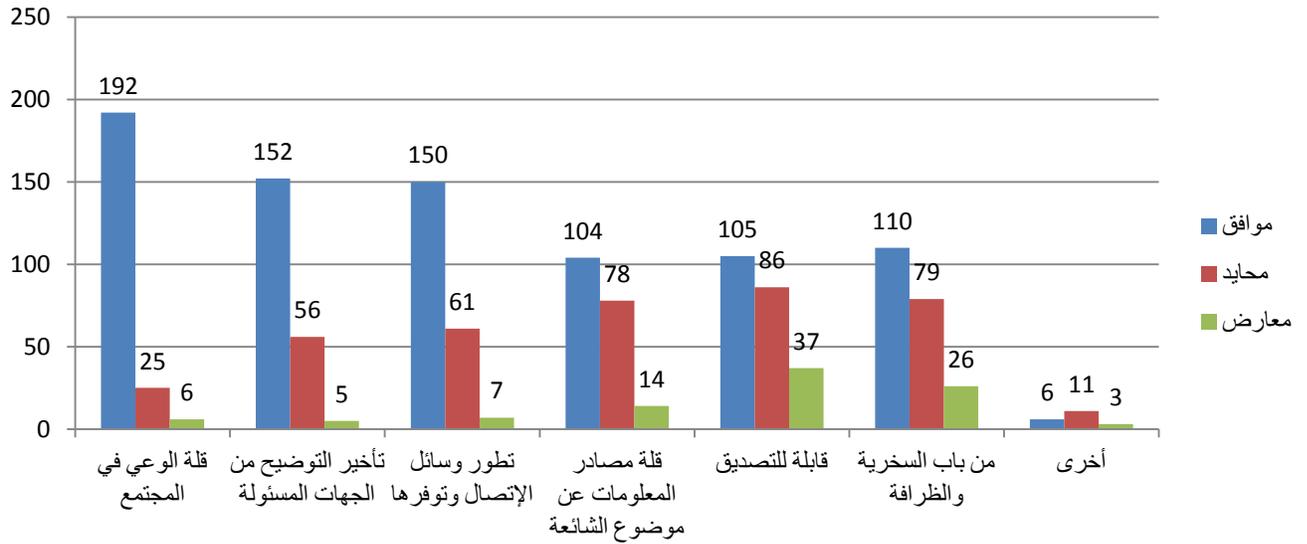
بدون رد	أخرى	عدم الالتفات لهذه الإشاعة	التقدم بشكوى لدى جهة الاختصاص	احاول تصحيح نظرة الناس لي
5	7	70	58	103

تفاصيل أخرى :
يعتمد على الخبر



السؤال الثامن : ما هي الأسباب التي تساعد على انتشار الشائعة (ضع علامة "صح" في المكان المراد):

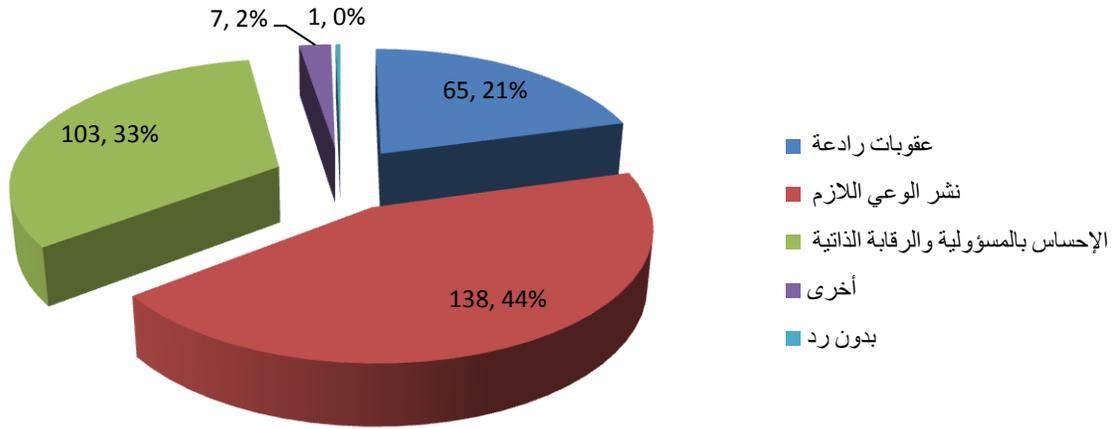
معارض	محايد	موافق	
6	25	192	قلة الوعي في المجتمع
5	56	152	تأخير التوضيح من الجهات المسؤولة
7	61	150	تطور وسائل الإتصال وتوفرها
14	78	104	قلة مصادر المعلومات عن موضوع الشائعة
37	86	105	قابلية للتصديق
26	79	110	من باب السخرية والظرافة
3	11	6	أخرى



السؤال التاسع : ما هي طرق القضاء على الإشاعة :

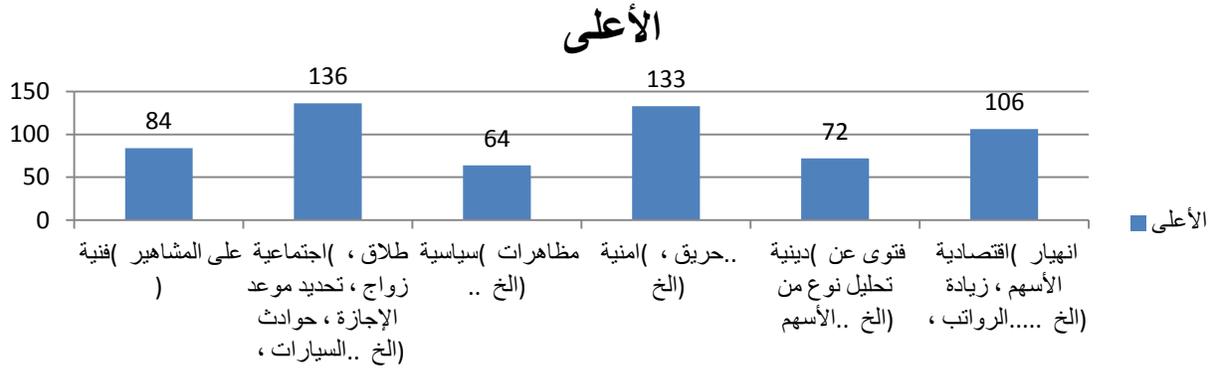
بدون رد	أخرى	الإحساس بالمسؤولية والرقابة الذاتية	نشر الوعي اللازم	عقوبات رادعة
1	7	103	138	65

تفاصيل أخرى :
النصح والرشد عن طريق الدين
تقوية الوازع الديني



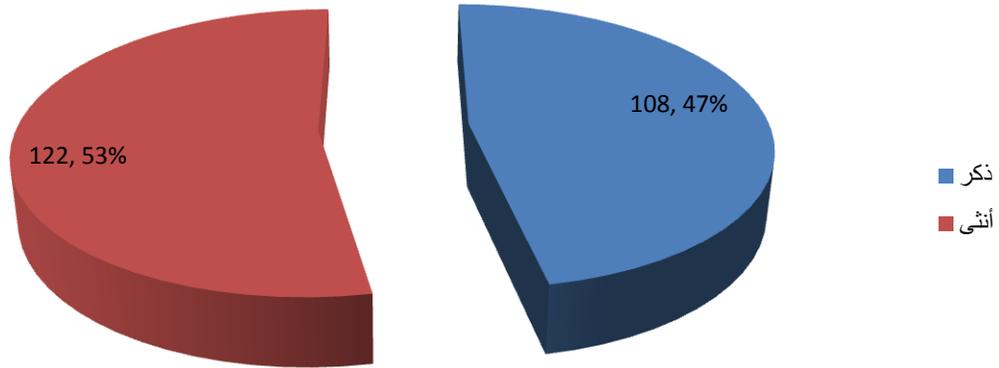
السؤال العاشر : ما هي أكثر الشائعات المنتشرة حالياً في المجتمع القطري ؟ :

1	2	3	4	5	
47	32	40	34	50	فنية (على المشاهير)
22	21	35	49	87	اجتماعية (طلاق ، زواج ، تحديد موعد الإجازة ، حوادث السيارات ، .. الخ)
51	31	43	25	39	سياسية (مظاهرات .. الخ)
16	18	40	61	72	امنية (حريق ، .. الخ)
49	40	43	38	34	دينية (فتوى عن تحليل نوع من الأسهم .. الخ)
34	29	45	51	55	اقتصادية (انهيار الأسهم ، زيادة الرواتب ، الخ)



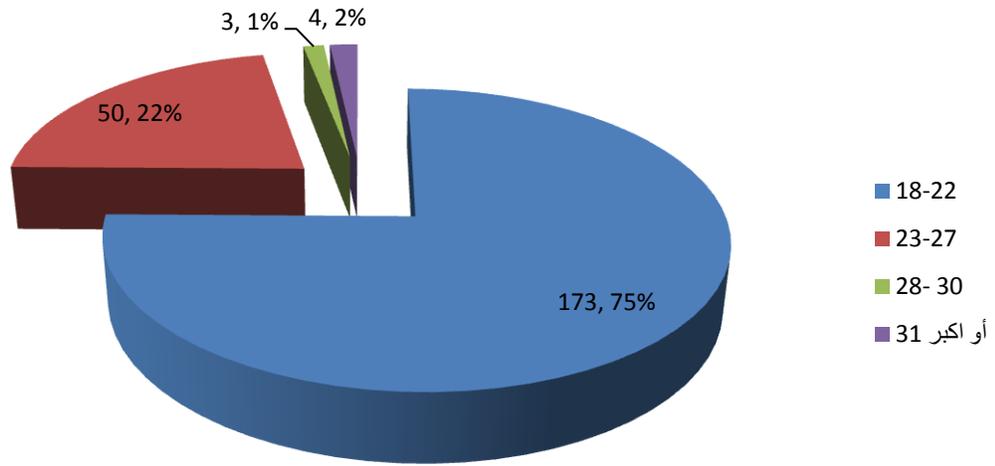
السؤال الحادي عشر : الجنس

أنثى	ذكر
122	108



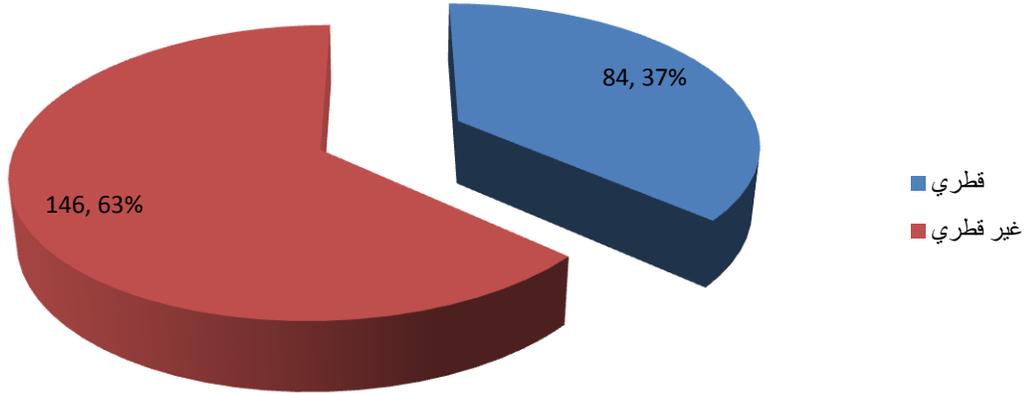
السؤال الثاني عشر : العمر :

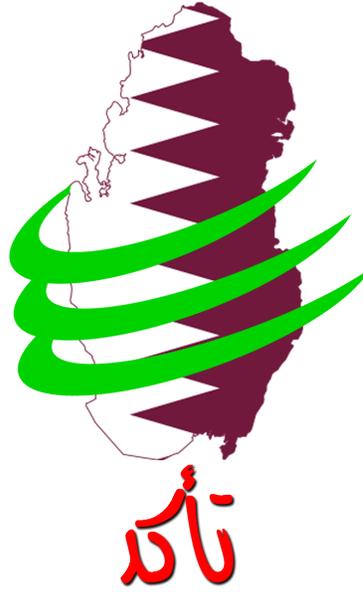
31 أو أكبر	30 -28	27-23	22-18
4	3	50	173



السؤال الثالث عشر : الجنسية :

غير قطري	قطري
146	84





حملة **تأكد** للتوعية بمخاطر الشائعات
مجتمعنا أمانة ... كلنا مسئولون

ملحق رقم (6)

مصفوفة إستراتيجية الإتصال

مصفوفة إستراتيجية الإتصال

الأداة	الرسالة	الجمهور المستهدف	الهدف
<p>1-موقع الكتروني 2-حسابات في : تويتر ، فيسبوك ، انستغرام . 3-ورش عمل للأباء عن كيفية زرع حب التفكير الناقد لدى أبنائهم . 4-دورات للصحفيين لكيفية التعامل مع الشائعات . 5-مقرر عن الشائعات وكيفية التصدي لها . 6-اعلان (تلفزيوني ، راديو ، صحافة ، اعلانات داخل المجمعات ، الإعلانات المجسمة ، الشوارع الرئيسية ، .. الخ) . 7-نشرة اخبار توعية لرجال الإعلام . 8-فعالية شهرية للتوعية بخطر الشائعات وكيفية التصدي لها .</p>	<p>1-أحذر نشر الشائعات لخطرها الجسيم في المجتمع . 2-كن مبادراً بنشر الحقائق للجمهور أكثر من الحرص على أن تكون ملاحقاً بعد إنتشار الشائعة . 3-كن مسؤولاً . 4-لنساهم جميعاً في بناء مجتمع خال من الشائعات . 5-نشارك للشائعة قد يكون سبباً في إلحاق الضرر بالمجتمع . 6-أن تكون الأخير في نقل الخبر الصحيح أفضل من أن تكون الأول في نقل الخبر الخاطئ</p>	<p>فئة الشباب -رئيسي رجال الإعلام – رئيسي اولياء الأمور – ثانوي</p>	<p>التوعية بمخاطر الشائعات وتأثيرها على استقرار وأمن المجتمع</p>
<p>1-موقع الكتروني 2-حسابات في : تويتر ، فيسبوك ، انستغرام . 3-ورش عمل للأباء عن كيفية زرع حب التفكير الناقد لدى أبنائهم . 4-مقرر عن الشائعات وكيفية التصدي لها . 5-اعلان (تلفزيوني ، راديو ، صحافة ، اعلانات داخل المجمعات ، الإعلانات المجسمة ، الشوارع الرئيسية ، .. الخ) . 6-فعالية شهرية للتوعية بخطر الشائعات وكيفية التصدي لها .</p>	<p>1-كن مسؤولاً . لنساهم جميعاً في بناء مجتمع خال من الشائعات . 2-أن تكون الأخير في نقل الخبر الصحيح أفضل من أن تكون الأول في نقل الخبر الخاطئ</p>	<p>فئة الشباب -رئيسي اولياء الأمور – ثانوي</p>	<p>نشر الوعي اللازم للتأكد من صحة الأخبار من مصادر المعتمدة</p>
<p>1-موقع الكتروني</p>	<p>1-لنساهم جميعاً في بناء مجتمع خال</p>	<p>فئة الشباب -رئيسي</p>	<p>خلق اتجاه إيجابي نحو</p>

محاورة الشائعات

<p>2- حسابات في : تويتر ، فيسبوك ، انستغرام . 3- ورش عمل للآباء عن كيفية زرع حب التفكير الناقد لدى أبنائهم . 4- دورات للصحفيين لكيفية التعامل مع الشائعات . 5- مقرر عن الشائعات وكيفية التصدي لها . 6- اعلان (تلفزيوني ، راديو ، صحافة ، اعلانات داخل المجمعات ، الإعلانات المجسمة ، الشوارع الرئيسية ، .. الخ) . 7- نشرة اخبار توعوية لرجال الإعلام . 8- فعالية شهرية للتوعية بخطر الشائعات وكيفية التصدي لها .</p>	<p>من الشائعات . 2-نشر ك للشائعة قد يكون سبباً في إلحاق الضرر بالمجتمع . 3- أن تكون الأخير في نقل الخبر الصحيح أفضل من أن تكون الأول في نقل الخبر الخاطئ.</p>	<p>رجال الإعلام – رئيسي اولياء الأمور – ثانوي</p>	<p>التأكد من مصادر الأخبار</p>
--	---	---	------------------------------------

محادبة الشائعات

الأداة	الرسالة	الجمهور المستهدف	الهدف
<p>1-موقع الكتروني 2-حسابات في : تويتر ، فيسبوك ، انستغرام . 3-ورش عمل للأباء عن كيفية زرع حب التفكير الناقد لدى أبنائهم . 4-دورات للصحفيين لكيفية التعامل مع الشائعات . 5-مقرر عن الشائعات وكيفية التصدي لها . 6-اعلان (تلفزيوني ، راديو ، صحافة ، اعلانات داخل المجمعات ، الإعلانات المجسمة ، الشوارع الرئيسية ، .. الخ) . 7-نشرة اخبار توعوية لرجال الإعلام . 8-فعالية شهرية للتوعية بخطر الشائعات وكيفية التصدي لها .</p>	<p>1-لنساهم جميعاً في بناء مجتمع خال من الشائعات 2-كن مسؤولاً 3-نشارك للشائعة قد يكون سبباً في إلحاق الضرر بالمجتمع . 4- أن تكون الأخير في نقل الخبر الصحيح أفضل من أن تكون الأول في نقل الخبر الخاطئ.</p>	<p>فئة الشباب -رئيسي رجال الإعلام – رئيسي اولياء الأمور – ثانوي</p>	<p>التوقف عن تناقل الأخبار دون التأكد من مصادرها</p>
<p>1-موقع الكتروني 2-حسابات في : تويتر ، فيسبوك ، انستغرام . 3-ورش عمل للأباء عن كيفية زرع حب التفكير الناقد لدى أبنائهم . 4-مقرر عن الشائعات وكيفية التصدي لها . 5-اعلان (تلفزيوني ، راديو ، صحافة ، اعلانات داخل المجمعات ، الإعلانات المجسمة ، الشوارع الرئيسية ، .. الخ) . 6-فعالية شهرية للتوعية بخطر الشائعات وكيفية التصدي لها .</p>	<p>1-لنساهم جميعاً في بناء مجتمع خال من الشائعات 2-ازرع في أبنائك حب التفكير الناقد 3-كن مسؤولاً 4- نشارك للشائعة قد يكون سبباً في إلحاق الضرر بالمجتمع.</p>	<p>اولياء الأمور – ثانوي</p>	<p>تربية الأبناء على التفكير الناقد وعدم أخذ أي معلومة دون استيضاحها</p>
<p>1-موقع الكتروني 2-حسابات في : تويتر ، فيسبوك ، انستغرام .</p>	<p>1-أحذر نشر الشائعات لخطرها الجسيم في المجتمع . 2-كن مسؤولاً</p>	<p>فئة الشباب -رئيسي رجال الإعلام – رئيسي</p>	<p>خلق سلوك ايجابي نحو الرد على ناقل الشائعة</p>

محاورة الشائعات

<p>3-ورش عمل للآباء عن كيفية زرع حب التفكير الناقد لدى أبنائهم .</p> <p>4-دورات للصحفيين لكيفية التعامل مع الشائعات .</p> <p>5-مقرر عن الشائعات وكيفية التصدي لها .</p> <p>6-اعلان (تلفزيوني ، راديو ، صحافة ، اعلانات داخل المجمعات ، الإعلانات المجسمة ، الشوارع الرئيسية ، .. الخ) .</p> <p>7-نشرة اخبار توعوية لرجال الإعلام .</p> <p>8-فعالية شهرية للتوعية بخطر الشائعات وكيفية التصدي لها .</p>	<p>3-لنساهم جميعاً في بناء مجتمع خال من الشائعات</p> <p>4-نشارك للشائعة قد يكون سبباً في إلحاق الضرر بالمجتمع</p>	<p>اولياء الأمور – ثانوي</p>	
--	---	----------------------------------	--



حملة **تأكد** للتوعية بمخاطر الشائعات
مجتمعنا أمانة ... كلنا مسئولون

ملحق رقم (7)

سيناريو الإعلان التلفزيوني

سيناريو الإعلان التلفزيوني

أخرى	Video	Audio
00:02	شعار شركة الرؤية للإعلام	
00:03 00:07	تتر البداية لقطات عامة من جامعة قطر (ساحة مبنى البنين)	موسيقى التتر Natural sound
00:04	الكاميرا على محمد وأحمد في ساحة مبنى البنين	Natural sound
00:07	الكاميرا على محمد وأحمد MS.	محمد : أقول أحمد ! أحمد : قول محمد : تخيل الجامعة يعطونا اجازة أسبوع كامل حق اليوم الوطني !
00:05	اسماعيل وخالد بجانب أحمد ومحمد WS.	أحمد : أسبوع كامل إجازة ! والله شي يا أخي ! يمدك تدرس وتسافر وتلعب وتسوي كل اللي في خاطرك!
00:02	الكاميرا على خالد وإسماعيل CS.	Natural sound
00:04	الكاميرا على خالد وإسماعيل MS.	خالد : عيل اجازة اسبوع واحد ها! one week يا الذيب !
00:03	خالد يكتب في البلاك بيري رسالة نصية	Natural sound
00:02	الكاميرا على سعد ورامي	Natural sound
00:06	الكاميرا على سعد ورامي	رامي يغني
00:27	الكاميرا على سعد ورامي	سعد : يقاطعه ، بيه خل السمر عنك ! شوف شوف شوف ، اقري اقري اقري ! شوف خلود شمطرش ! إجازة أسبوع حق اليوم الوطني ! اقري اقري معطينا اسبوع ايقول لك ! وعشان تصدق كاتب تحتها مصدر موثوق ! رامي يندھش ! سعد : طرشه للشباب عندك ! رامي : طرش لي اياه أول عشان اطرشه للشباب ! سعد : طرش طرش وانا باشيك على تويتر اكيد كاتبين شي ! رامي : فيها سفر هذي !
00:08	الكاميرا على خالد وناصر W.M.S	محمد : أقول بو وليد ! خالد : ها ! محمد : تخيل يعطونا إجازة أسبوع كامل حق اليوم الوطني ! خالد بإستغراب : ! ليش مافيه اجازة اسبوع كامل ؟! محمد : لا فيه يوم واحد بس ! خالد : إحلف ! محمد : والله .
00:04	لقطة على خالد	خالد : يا الله وش هببت أنا !؟
00:12	كتابة : مجتمعا أمانة ، كلنا مسؤولون	تأكد قبل نشر الخبر



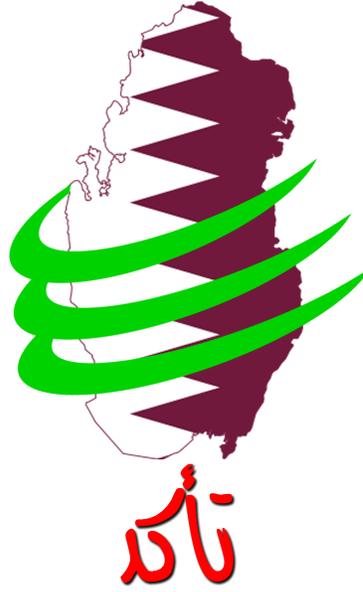
حملة **تأكد** للتوعية بمخاطر الشائعات
مجتمعنا أمانة ... كلنا مسئولون

ملحق رقم (8)

سيناريو الإعلان الإذاعي

سيناريو الإعلان الإذاعي

V#1	شباب سمعتوا يقولون في مرض منتشر في هالاياام
V#2	صح شلون من قالك وين سمعت ؟
V#1	شدهوه ما تدري الربع يتكلمون عنه في البلاك بييري
V#2	تدرون وشو بندخل موقع تأكد وناخذ الخبر الأكيد
V#1	ليش وشو هالموقع وشمعنى هالموقع هو الي عنده الخبر الصحيح
V#2	لالا هو مصادره اكيد عن طريق الجهات الرسمية وأي خبر تبي تتأكد منه تدخل الموقع وتلقاه فيه .
V#3	كاني دخلته ومكتوب انه الي ينقال عن الجامعه اشاعة
V#2	حاسبوا بالربع لازم تتأكدون من مصادر الاخبار قبل ما تطرشون أي شي
	تأكد قطر دوت كوم .. طريقك للخبر الأكيد وسبيلك لمعرفة الحقيقه تأكد .. مجتمعنا امانة كلنا مسؤولون



حملة **تأكد** للتوعية بمخاطر الشائعات
مجتمعنا أمانة ... كلنا مسئولون

ملحق رقم (9)

أماكن نشر الحملة

أماكن نشر الحملة :

أولاً : المجمعات التجارية والأسواق والأماكن السياحية :

فيلاجيو



من اكبر المجمعات في قطر وهو مكان للتسوق والترفيه والتواصل والتفاعل الاجتماعي , وتم اختياره لانه يعتبر من الاماكن المهمة لجميع افراد الأسره .

السيتي سنتر



اكبر مجمع في قطر , يعتبر المجمع الأول للتسوق لجميع افراد العائله ويحتوي اكبر دار لعرض الافلام في قطر . وتم اختياره بسبب العدد الكبير من الزوار حيث يعتبر من اهم الوجهات للتسوق في قطر للجميع .

كتارا katara valley of cultures

الحي الثقافي هو مكان يمزج بين الفن والادب والثقافة , وتم اختياره لانه من احدث الاماكن السياحية في قطر . وانه اصبح من اول الاماكن السياحية في قطر التي يفضلها سكان الدولة والزوار من الخارج ويزوره يوميا اعداد كبيره من الناس .



القطر THE PEARL قطر QATAR

جزيرة اللؤلؤة ، مكان يضم المشهد الجميل واحتياجات الترفيه والراحة للناس , مثل المطاعم والمقاهي . وتم اختياره لانه من الاماكن السياحية المهمة في قطر والتي يرتادها سكان قطر بكثرة فنستطيع نشر رسالتنا هناك .

سوق واقف



مكان يجسد التراث القطري ويعتبر من الوجهات السياحية المهمة . وتم اختياره لانه فريد من نوعه ويضم الكثير من الاشياء وما يحتاجه الجميع ويعتبر من الاماكن السياحة في قطر .

ثانياً / المجالات :



مجلة أستاذ الدوحة :

اول جريدة رياضية الكترونية, صدرت في قطر 4-1-2009 وتم اختيارها حيث أنها رياضية موجهة للشباب داخل دولة قطر وهم الجمهور المستهدف الرئيسي للحملة .



مجلة هو و هي :

مجلة قطرية تصدر عن شركة الخليج للنشر والطباعة وموجهة لكل أفراد الأسرة وخصوصاً النساء لذلك فضلنا نشر الإعلانات فيها للوصول لجمهورنا المستهدف من النساء .



مجلة الريان :

مجلة قطرية موجهة لفئة الشباب مهتمة بالموروث القطري لذلك فضلنا نشر الإعلانات فيها للوصول لجميع فئات المجتمع وخصوصاً فئة الشباب .

ثالثاً / الصحف :



صحيفة عربية يومية تصدر في قطر وتقدم أحدث المعلومات



تحتل جريدة الشرق المركز الأول ضمن الصحف القطرية ويقرأها الكثير من الناس داخل الدولة .



تأسست في العام 1995 ، صحيفة يومية يقرأها الكثير من الناس في قطر ولديها تواجد على الشبكة العنكبوتية

رابعاً / القنوات التلفزيونية :

القناة	تعريف عن القناة
قناة الريان	قناة فضائية متنوعة تستهدف المجتمع القطري بكافة فئاته .
قناة الدوري والكاس	قناة قطرية رياضية تسلط الضوء على البطولات الخليجية والدولية وعن طريق الإعلان فيها سنصل لجمهور الشباب .
شبكة الجزيرة	الجزيرة خدمة إعلامية عربية الانتماء عالمية التوجه وتصل لجميع فئات المجتمع .
تلفزيون قطر	أول تلفزيون رسمي لدولة قطر ويصل لجميع فئات المجتمع .

خامساً / الإذاعات :



إذاعة قطر :

أول إذاعة في دولة قطر بشكل رسمي ويستمتع لها الكثير من الناس داخل الدولة وخارجها (جميع فئات المجتمع) ولذلك قمنا بنشر الإعلان فيها .



صوت الخليج :

إذاعة شبابية تبث من قطر وتصل لجميع فئات المجتمع وخصوصاً الشباب وهم الجمهور المستهدف .

المصادر

- 1- القرآن الكريم .
- 2- الحربي ، عبدالله متعب ، موقف الشريعة الإسلامية من الإشاعة في السلم والحرب ، دراسة مقارنة ، مقدمة لإستكمال متطلبات الحصول على درجة الماجستير في العدالة الجنائية ، 1427هـ - 2006 ، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية) .
- 3- أساليب مواجهة الشائعات ، مجلة الدراسات والبحوث ، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية ، العدد 284 ، بحث : الإسلام والشائعة ، الحارثي ، ساعد العربي ، 1422هـ - 2001م) .
- 4- الهمص ، عبد الفتاح عبد الغني & شلدان ، فايز كمال ، الأبعاد النفسية والاجتماعية في ترويج الإشاعات عبر وسائل الإعلام وسبل علاجها من منظور إسلامي ، مجلة الجامعة الإسلامية ، المجلد الثامن عشر، العدد الثاني ، يونيو ٢٠١٠)
- 5- الحارثي ، عديم هوصان ، اثر الإشاعة على أمن المجتمع ، صحيفة الرياض السعودية ، العدد 13548 ، الخميس 22 جمادى الآخرة 1426هـ - 28 يوليو 2005م .
- 6- الفهد الشارد حديث المجالس ، جريدة الراية القطرية ، العدد : 10382 ، السبت 1431/11/23 هـ - الموافق 2010/10/30 م .
- 7- حريق فيلاجيو ، جريدة الراية القطرية ، العدد : 10979 ، الثلاثاء 08 رجب 1433هـ - 29 مايو 2012م .
- 8- حريق فيلاجيو ليس عملا تخريبيا ، صحيفة الشرق القطرية ، العدد : 8881 ، الثلاثاء : 24 ذوالقعدة 1433هـ - 2012\10\09 .
- 9- الشائعات قصص ملفقة تهدد أمن المجتمع ، جريدة العرب القطرية ، ملحق بانوراما ، العدد : 8202 الجمعة : 2010-11-26 - 20 ذو الحجة 1431هـ .
- 10- اختراق نظام الجزيرة موبايل ، موقع الجزيرة نت ، الاحد 2012\09\09 ، الرابط : <http://www.aljazeera.net/news/pages/f419236c-b397-4c4e-bf39-5ee388140482> .
- 11- أساليب مواجهة الشائعات ، مجلة الدراسات والبحوث ، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية ، العدد 284 ، بحث : استخدام التقنيات الحديثة في الشائعات ، البداينة ، ذياب موسى ، 1422هـ - 2001م) .
- 12- دراسة منشورة على الإنترنت : الرأي العام ، ووسائل الاعلام مدى التأثير والتأثر ، الباز ، علي .
- 13- عمر ، أحمد مختار ، معجم اللغة العربية المعاصرة ، عالم الكتب ، القاهرة ، 2008 .
- 14- طنطاوي ، محمد سيد ، الشائعات الكاذبة وكيف حاربها الاسلام ، دار الشروق ، القاهرة ، 2001 .
- 15- دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الاردنيين ، الرعود ، عبدالله محمود ، رسالة ماجستير ، 2011\2012 : جامعة الشرق الاوسط .
- 16- الكايد ، هاني ، الإشاعة : المفاهيم و الأهداف و الآثار ، دار الراية للنشر والتوزيع ، عمان ، الأردن ، 2009م .
- 17- الدليل في قضايا النشر ، 2 الأخبار الكاذبة والشائعات ، الشبكة العربية لمعلومات حقوق الإنسان ، القاهرة ، 2010 .
- 18- صور التطبيقات تم أخذها من موقع (كيوميديا) <http://www.qmediame.com> .

مجتمعنا أمانة .. كلنا مسئولون
مجتمعنا أمانة .. كلنا مسئولون