

جامعة قاصدي مرباح ورقلة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علم الاجتماع والديمقراطية



مذكرة مقدمة لإستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي

الميدان: العلوم الاجتماعية

الشعبة: علم الاجتماع

التخصص: علم اجتماع الإتصال

إعداد الطالب: أحمد تخة

بعنوان

تأثير الشائعات في تكوين اتجاهات الطلبة الجامعيين "الفيسبوك نموذجاً"

دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم علوم الاعلام والاتصال بجامعة قاصدي مرباح ورقلة

تاريخ المناقشة: 2022/06/15

لجنة مناقشة:

د/ بن الزاف جميلة أستاذ محاضر "أ" جامعة قاصدي مرباح ورقلة رئيساً.

د/ مبارك شيماء أستاذ محاضر "أ" جامعة قاصدي مرباح ورقلة مشرفاً ومقرراً.

د/ قريشي نجة أستاذ محاضر "أ" جامعة قاصدي مرباح ورقلة مناقشاً.

السنة الجامعية: 2022/2021

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

شكر وتقدير

الحمد لله وحده والصلاة على من لا نبي بعده، بعد
أن من الله علينا بإتمام هذا العمل، أتقدم بأسمى عبارات
الشكر والتقدير إلى كل أساتذتي الذين علموني
طيلة مشواري الدراسي والجامعي
والشكر الخاص للأستاذة المشرفة "مبارك شيماء"
التي لم تدخر جهداً إلا وبذلته في سبيل مساعدتنا
وتوجيهنا لتقديم هذا العمل، فجزاها الله خيراً
والشكر الكبير لأعضاء لجنة المناقشة على قبولهم مناقشة عملنا
والشكر إلى كل الطلبة الزملاء دفعة 2022 والذين ساعدونا
وكانت لنا معهم ذكريات جميلة
والشكر إلى كل من ساعدونا في إتمام هذا العمل
من قريب أو بعيد

تحة أحمد

إهداء

أهدي ثمرة جمدي المتواضع هذا:

إلى الوالدين الكريمين أطال الله في عمرهما

إلى إخوتي وأخواتي وجميع أفراد العائلة

إلى جميع الأصدقاء والزلاء

إلى كل من لم يذكرهم قلبي وذكرهم قلبي

تحة أحمد

فهرس المحتويات

الصفحة	المحتويات
/	الشكر والتقدير
/	الاهداء
/	فهرس المحتويات
/	قائمة الجداول
أ - ب	مقدمة
الفصل الأول: الإطار النظري لإشكالية الدراسة	
4	أولا: تحديد الإشكالية
5	ثانيا: أسباب إختيار الموضوع
6	ثالثا: أهمية الدراسة
6	رابعا: أهداف الدراسة
7	خامسا: مفاهيم الدراسة
11	سادسا: الدراسات السابقة
18	سابعا: المداخل النظرية
الفصل الثاني: الإطار المنهجي للدراسة	
24	أولا: مجالات الدراسة
26	ثانيا: عينة الدراسة
28	ثالثا: المنهج المعتمد
29	رابعا: أدوات جمع البيانات
31	خامسا: أساليب المعالجة الإحصائية

الفصل الثالث: عرض الجداول ومناقشة نتائج الدراسة

33	أولاً: عرض الجداول وتحليل البيانات
33	1- عرض وتحليل جدول البيانات الشخصية
37	2- عرض جداول وتحليل النتائج المتعلقة بالتساؤل الجزئي الأول
42	3- عرض جداول وتحليل النتائج المتعلقة بالتساؤل الجزئي الثاني
47	4- عرض جداول وتحليل النتائج المتعلقة بالتساؤل الجزئي الثالث
53	ثانياً: تفسير ومناقشة نتائج الدراسة
53	1- تفسير ومناقشة النتائج المتعلقة بالتساؤل الجزئي الأول
54	2- تفسير ومناقشة النتائج المتعلقة بالتساؤل الجزئي الثاني
55	3- تفسير ومناقشة النتائج المتعلقة بالتساؤل الجزئي الثالث
56	ثالثاً: النتائج العامة للدراسة
58	خاتمة
/	قائمة المراجع والمصادر
/	الملاحق
/	ملخص الدراسة

قائمة الجداول

رقم الجدول	إسم الجدول	الصفحة
01	توزيع أعداد أفراد عينة الدراسة حسب الطور الدراسي	27
02	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس	33
03	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير السن	34
04	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الحالة الإجتماعية	35
05	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الطور الدراسي	36
06	نسبة متصفحى الفيسبوك داخل أفراد عينة الدراسة	37
07	مساهمة الفيسبوك في نشر الأخبار وقت وقوعها	38
08	الهدف من نشر الشائعات على الفيسبوك	39
09	أسباب انتشار الشائعات عبر الفيسبوك	40
10	الشائعات الأكثر إنتشارا عبر الفيسبوك	41
11	قيام أفراد العينة بنشر الأخبار والمعلومات التي تثير اهتمامهم	42
12	كيف يتم نشر الأخبار والمعلومات التي تثير اهتمامات أفراد العينة	43
13	قيام أفراد العينة بفحص الأخبار والتأكد من مصداقيتها قبل نشرها	44
14	قيام أفراد العينة بحذف الخبر الذي نشره إذا تأكدوا أنه غير صحيح	45
15	الإجراء الذي ينفذه أفراد العينة عند حذف الخبر غير الصحيح	46
16	تأثير شائعات الفيسبوك على اتجاهات الطلبة.	47
17	كيف يلتمس الطالب تأثير شائعات الفيسبوك	48
18	مساهمة الفيسبوك بشكل إيجابي في زيادة الرصيد الثقافي للطلبة في مختلف المجالات	49
19	درجة تأثير الشائعات في الوسط الجامعي	50
20	تأثير إنتشار الأخبار غير الصحيحة في مدة إستخدام الفيسبوك بالنسبة للطلبة.	51
21	السلوك الذي انتهجه الطالب الجامعي عند تأثره بالأخبار غير الصحيحة	52

استطاع الإنسان في جميع الحقب الزمنية خلق طرق للاتصال والتواصل وهذا يشمل المحادثات والإنصات وكل طرق التعبير كالتدوين والرسم وغيرها من طرق التواصل، ثم حدث انقلاب نوعي في طرق الاتصال والتواصل نتيجةً للثورة التكنولوجية الحديثة، وانتشرت التقنيات القائمة على الحاسوب في شتى المجالات، وساهمت في تغيير عملية الاتصال التفاعلي بين الأفراد، وقد قام المفكرون بتنمية الوسائل والتقنيات المستخدمة في الاتصال عبر ملايين السنين، فقد تم تهيئة السلوكات والأفعال الفردية بين الأفراد، حيث تضبط العلاقات التواصلية بداية من الأسرة الواحدة وانتقالاً إلى المجتمع المحيط، ويعتبر مجال الاتصالات أكثر المجالات التي تركت فيها الإلكترونيات أثراً ملحوظاً، حيث أتاحت تكنولوجيا الاتصال الحديثة العديد من الوسائط والوسائل التي ألغت الحدود الجغرافية، وقربت المسافات، وسهلت إمكانية الحصول على المعلومات من أي مكان، وتجميعها وتخزينها وبنها بشكل فوري متخطية قيود الوقت والمساحة، مما ساعد على تبادل كم هائل من المعلومات والأخبار تعود بفائدة على المجتمع والطبقة المثقفة خاصة الطلبة الجامعيين الذين يجدون في الإنترنت كل المعلومات التي يحتاجونها في دراستهم واعداد بحوثهم.

حيث لوحظ في الآونة الأخيرة إنتشار الشائعات وسرعة تداولها بين أفراد المجتمع خاصة من خلال شبكات التواصل الإجتماعي، الأمر الذي أدى إلى تغيير فحوى الشائعة وطريقة إنتشارها في المجتمع، وذلك بسبب إختلاف طبيعة وخصائص البيئة الحاضنة لها، فقد سمحت تلك الشبكات بإنتشار الشائعات التي تهدف إلى تقويض الأمن العام في المجتمع وخلق روح من السخط والعداء تجاهه، وذلك من خلال الشائعات الاقتصادية والاخلاقية التي تثير البلبلة في المجتمع.

وفي ظل غياب المعلومات والأخبار التي تهم المجتمع تنتشر تلك الشائعات المرتبطة بالقضايا الانسانية التي يغلب عليها العاطفة أو السياسة التي تهدف لإثارة الفتن والبلبله، وغيرها من الشائعات المختلفة والتي تختلف أهداف ومآرب مروجيها بحسب أفكارهم وأهوائهم وخططهم، مما يتطلب على الجمهور المتلقي وعي تام بما يجب تداوله ونشره من أخبار من خلال تلك الشبكات وما يجب التحفظ به، وذلك من خلال التأكد من روابط

تلك الأخبار ومرجعيتها الصحيحة وعدم الأخذ بتلك الشائعات ونشرها فقط لأنها تتناسب مع الأهواء الشخصية، خاصة إذا كان الجمهور المتلقي من الطبقة المثقفة والمتمثلة في الطلبة الجامعيين.

ولمعرفة مدى وعي الطالب الجامعي بحقيقة الشائعات وتأثره بها، قسمنا دراستنا إلى ثلاثة فصول:

الفصل الأول: الإطار النظري لإشكالية الدراسة، والذي يحتوي على الإشكالية والتساؤل العام والتساؤلات الفرعية، ثم أسباب إختيار الموضوع وأهمية وأهداف الدراسة، مفاهيم الدراسة، الدراسات السابقة التي تناولت موضوعنا، وصولا إلى المداخل النظرية الذي تركز عليه الدراسة لصبيغها بالصبغة العلمية.

الفصل الثاني: الإطار المنهجي للدراسة، والذي تناولنا فيه مجالات الدراسة (الزماني، المكان، البشري)، ثم تطرقنا إلى نوع عينة الدراسة وطريقة إختيارها ثم المنهج الذي إعتمدنا عليه، وصولا إلى الادوات وكيفية جمع البيانات وردود المبحوثين، وأخيرا أساليب المعالجة الإحصائية.

الفصل الثالث: تم في هذا الفصل تفرغ إستمارة الإستبيان وعرضها في جداول ومن ثم تحليل البياناتها، ثم تفسير ومناقشة النتائج التي توصلنا إليها إلى غاية الوصول إلى النتائج العامة للدراسة، وانتهاء بالخاتمة العامة وقائمة المراجع والمصادر ومن ثم الملاحق.

الفصل الأول:

الإطار النظري لإشكالية الدراسة:

أولاً: الإشكالية.

ثانياً: تساؤلات الدراسة.

ثالثاً: أسباب اختيار موضوع الدراسة.

رابعاً: أهمية الدراسة.

خامساً: أهداف الدراسة.

سادساً: مفاهيم الدراسة.

سابعاً: الدراسات السابقة.

ثامناً: المدخل النظري.

أولاً: الاشكالية

تعد شبكات التواصل الاجتماعي من الوسائل المهمة في نقل المعلومات والاعخبار بشكل آني، ومن جهة أخرى تعتبر بيئة خصبة لنمو وانتشار الشائعات خاصة مع تعدد منصات النشر والتطور الذي شهدته مواقع التواصل الاجتماعي، وهذا ما يزيد المسؤولية في البحث عن المصدر الأصلي للخبر للتأكد والتحري من مصداقية المعلومة المنشورة وصحتها، والشيء الذي أصبح يميز مواقع التواصل الحديثة هو التفاعلية في الوقت الآني وسهولة إنتاج ونشر وإعادة نشر المعلومات ومشاركة التحديثات بأسهل السبل وأقلها تكلفة وفي فترة زمنية قصيرة، وهذا من الأسباب المساهمة في سرعة انتشار الشائعة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، بالإضافة الى أنها تساهم في جعل قدرة التحكم في المحتوى الإلكتروني ضئيلة جداً، يُضاف إلى ذلك صعوبة مراقبة المحتوى والمواضيع التي يتم نشرها من قبل الأفراد في وسائل الاتصال الحديثة، فعصرنا الحالي يتميز بإيقاع سريع يجعل الفرد شغوفاً ومنجذباً للحصول على المعلومة والتي تقدم له بعدة صور مختلفة يصعب الإختيار والفصل بينها وتمييز الطيب والخبيث منها.

ويعتبر الفيسبوك من أكثر شبكات التواصل الاجتماعي انتشاراً وبيئة خصبة لترويج الشائعات، ويعود ذلك لسهولة نشر الاخبار وتداولها فيه من جميع فئات المجتمع سواء من ناحية العمر أو الجنس أو المستوى التعليمي، ولعل الشريحة الأكثر فاعلية هي الطلبة الجامعيين باعتبارها نخبة المجتمع والأقرب من غيرها في مواكبة التطورات الحاصلة، فالطبقة الجامعية الجزائرية اليوم كغيرها تعيش جملة من التطورات و التحولات بفعل التأثير الكبير للثورة التقنية لوسائل الاتصال والمعلومات، مما يترتب عليه تأثير كبير لوسائل الإعلام والاتصال سيما في الجوانب المعرفية والعاطفية والسلوكية، حيث ينجر عن تلك التراكمات التي كان الطرف الفاعل فيها وسائل الإعلام من تكوين اتجاهات واكتساب سلوكيات جديدة ومهارات مستحدثة واتجاهاتها في مختلف المواضيع الإعلامية التي يتم عرضها ويتم بثها حسب ما يخدم مصالحها وتوجهها الفكري، نظراً للإستخدام المتكرر واليومي لهذه الوسائل، وفي المقابل يستخدم الأفراد هذه الوسائل نظراً لما يجدونه من مواضيع تستقطب ميولهم وتشبع إحتياجاتهم، خاصة إذا استخدموها بطريقة عقلانية وسوية، فمستوى الفرد وثقافته والبيئة المحيطة به تؤثر في طريقة إستخدامه لمواقع التواصل الاجتماعي، ومن بينهم الطلبة الجامعيين التي هي محور دراستنا في هذه الدراسة.

وهذا يجعلنا نطرح التساؤل العام التالي:

- ما مدى تأثير شائعات الفايسبوك في تكوين اتجاهات الطلبة الجامعيين؟

ويندرج ضمن هذا السؤال العام عدة تساؤلات فرعية:

1- ما مدى مساهمة الفيسبوك في نشر الشائعات من وجهة نظر طلبة الاعلام والاتصال؟

2- كيف يتعامل طلبة الاعلام والاتصال مع الشائعات في الفيسبوك؟

3- هل يعتمد طلبة الاعلام والاتصال على شائعات الفايسبوك في تكوين اتجاهاتهم؟

ثانيا: أسباب اختيار موضوع الدراسة:

تعود أسباب اختيار هذا الموضوع لعدة أسباب نلخصها فيما يلي:

1-الاسباب الذاتية:

- الاهتمام بالمواضيع التي لها علاقة بالتقنية الحديثة وشبكة الانترنت.
- الرغبة في التعرف على أهمية وكيفية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وبخاصة موضوع الشائعات عبر موقع الفيسبوك نظرا لكثرة استعماله في أوساط الطلبة.
- زيادة الشائعات في السنوات الأخيرة وتأثيرها السلبي في على المجتمع من النواحي السياسية والاقتصادية والاجتماعية والامنية....الخ.

2-الاسباب الموضوعية:

- أهمية موضوع الشائعات في كل زمان ومكان وكونه منتشر في مختلف شرائح المجتمع.
- إرتباط موضوع الدراسة بمجال تخصصنا في علم اجتماع الاتصال.
- تأثير مواقع التواصل الاجتماعي والفيسبوك خاصة حيث يعد من وسائل الاتصال الحديثة التي تتميز بالتفاعل الكبير بين افراد المجتمع.

- الرغبة في معرفة أسباب اعتماد الطلبة على الشائعات والايخبار المتداولة في الفيسبوك .

ثالثا: أهمية الدراسة:

تعتبر أهمية هذه الدراسة أنها تناولت موضوع حديث وجدير بالدراسة، والذي يتمحور حول تأثير الشائعات في تكوين اتجاهات الطلبة الجامعيين، خاصة وأن هذه الدراسة تركز على وسيلة من أهم وسائل التواصل الاجتماعي انتشارا، والتي تتمثل في موقع الفيسبوك، ونظرا لكثرة انتشاره وسهولة استخدامه واعتماد الطلبة الجامعيين عليه كثيرا في معرفة الاخبار والمستجدات العامة والمعلومات المتعلقة بدراساتهم في الجامعة، حيث يعتبر الفيسبوك من أسهل وسائل الاتصال نظرا للتفاعل الكبير وسهولة تلقي وارسال الرسائل وسرعة انتشار الاخبار، بحيث لا تستغرق وقت طويل في عملية رجع الصدى بالنسبة للعملية الاتصالية، وهو ما زاد من سرعة انتشار الشائعات وتداولها.

وتكمن الاهمية العلمية لدراستنا أنها من الدراسات العلمية الحديثة في موضوع الشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي، وخصوصا الفيسبوك الذي يعتبر أكثرها انتشارا وترويجا للشائعات.

رابعا: أهداف الدراسة:

لكل دراسة أو بحث علمي أهداف واضحة يهدف الوصول إليها وفي دراستنا هذه التي تتناول تأثير الشائعات في تكوين اتجاهات الطلبة الجامعيين، وبما أننا صببنا دراستنا على الفاييسوك، حاولنا من خلالها الاجابة على التساؤلات الفرعية بتحقيق مجموعة من الاهداف نلخصها فيما يلي:

- محاولة معرفة مدى مساهمة الفيسبوك في نشر الشائعات من وجهة نظر طلبة الإعلام والاتصال.
- محاولة معرفة كيفية تعامل طلبة الإعلام والاتصال مع الشائعات في الفيسبوك.
- محاولة معرفة اعتماد طلبة الإعلام والاتصال على شائعات الفاييسوك في تكوين اتجاهاتهم.

خامسا: مفاهيم الدراسة

1- الشائعة:

لغة: مفردتها شائع ومؤنثها شائعة، وهي الشيء الذي انتشر وتفرق وذاع واشتهر، لقوله تعالى {إن الذين يحبون أن تشيع الفاحشة في الذين آمنوا لهم عذاب أليم في الدنيا والآخرة والله يعلم وانتم لا تعلمون} (النور:19).¹

وجاء في لسان العرب لابن منظور: شاع فيه الشيب: انتشر، وشاع الخبر في الناس: ذاع، والشاعة: الأخبار المنتشرة، ورجل شياح: أي مشياح لا يكتنم سرا.²

وجاء في معجم الوسيط: ينتشر غير شيع شيعاً وشيعاناً ومشاعاً، ظهر وانتشر ويقال شاع الشيء: أذاعه، والإشاعة هي الخبر غير مثبت منه، والشائعة: الخبر ينتشر ولا يثبت فيه، والجمع شوائع، والشاع: الشائع، والشاعة: الخبر.³

اصطلاحاً: تعرف حسب المعجم الإعلامي بأنها: الحديث أو القول أو الخبر أو الرواية يتناقله الناس دون التأكد من صحته ودون التحقق من صدقه، ويميل الناس إلى تصديق ما يسمعونه دون محاولة للتأكد من صحته ثم يروونه للغير وقد يضيفون إليه بعض التفاصيل الجديدة.⁴

يقول جبران مسعود في معجمه: الشائعة خبر غير ثابت يتناقله الناس في ظرف من الظروف.⁵

عرفها عالم الاجتماع الأمريكي "تي شيبوتاني" (T.Shibutani) أنها أخبار ملفقة تتولد من نقاش جماعي.⁶

1 د.محمد بن عبدالله اللطيف البرعي وأبو حمزة المهاجري، التثبت من الأخبار والقضاء على الشائعات، دار الخلفاء الراشدين ودار الفتح الاسلامي، الطبعة الاولى، 2014، ص 111.

2 جمال الدين محمد بن مكرم ابن منظور، لسان العرب، أدار المصرية للتأليف والترجمة، القاهرة، 630-711هـ، ص 56.

3 إبراهيم أنيس، معجم الوسيط، القاهرة، دار المعارف، 1972، ص 503.

4 د. محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي، ط1، دار الفجر للنشر و التوزيع، القاهرة، 2004، ص 30.

5 جبران مسعود، معجم الرائد، ط7، دارالعلم للملايين، 1992، ص 459.

6 جان نويل كابفيرير، الشائعات الوسيلة الاعلامية الأقدم في العالم، دار الساقى للطباعة والنشر، لندن، 2008، ص 20.

عرفها الباحثان جوردون أولبرت (G.W.Allport) وليوبوستمان (Leo Postman) على أنها كل قضية أو عبارة موضوعية نوعية مطروحة للتصديق، وهي تتداول من فرد إلى آخر بالكلمة الشفهية بالعادة، دون أنتستند إلى دلائل مؤكدة على صدقها، وتحتوي كل شائعة دائما على شيء من الحقيقة.¹

التعريف الاجرائي:

هي قيام طرف ما بإحداث تأثير نفسي يترتب عليه نتائج سلبية مادية أو معنوية على طرف آخر ، سواء كان هذا الطرف فردا أو مؤسسة أو دولة، وذلك من خلال نشر معلومات غير حقيقية.

2- الفيسبوك:

لغة: الفيسبوك كلمة أعجمية مكونة من جزئين: "فيس face" تعني الوجود، "بوك book" وتعني كتاب، ومنه "فيس بوك Facebook" تعني كتاب الوجود، مثلما أراد بها مؤسس الموقع.²

اصطلاحا : ويعرف قاموس الإعلام والاتصال فيسبوك أنه: موقع خاص بالتواصل الاجتماعي، أسس عام 2004 ويتيح نشر الصفحات الخاصة (Profiles)، وقد وضع في البداية لخدمة طلاب الجامعة وهيئة التدريس والموظفين، لكنه إتسع فيما بعد ليشمل كل الأشخاص.³

ويعرف فيس بوك أيضا بأنه عبارة عن شبكة اجتماعية يمكن الدخول إليها مجانا وتديره شركة فيسبوك محدودة المسؤولية مملكية خاصة لها، فالمستخدمون بإمكانهم الانضمام إلى الشبكات التي تنظمها المدينة أو جهة العمل أو المدرسة أو الإقليم، وذلك من أجل الاتصال بالآخرين والتفاعل معهم.⁴

¹ د. نايف بن محمد المرواني، الشائعات وآثارها السلبية في بنية المجتمع وتماسكه، الندوة العلمية: مجابهة الشائعات، مركز الدراسات والبحوث، جيبوتي، 2010، ص 4.

² حسان أحمد قمحية، الفيسبوك تحت المجهر، دار النخبة، الجزيرة، 2017، ص 57.

³ علي سلطاني، صناعة الشائعات السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، مجلة المعيار، العدد 60، جامعة تبسة، 30 أكتوبر 2021، ص752.

⁴ رأفت مهند عبد الرزق، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي، رسالة ماجستير، قسم الصحافة والإعلام، جامعة البتراء الأردنية، 2013، ص 12.

ويعرف أيضا انه موقع الكتروني للتواصل الاجتماعي , أي أنه يتيح عبه للأشخاص العاديين والاعتباريين (كالشركات) أن يبرز نفسه وأن يعرّز مكانته عبر أدوات الموقع للتواصل مع أشخاص آخرين ضمن نطاق ذلك الموقع أو عبر التواصل مع مواقع تواصل أخرى , و إنشاء روابط تواصل مع الآخرين.¹

التعريف الاجرائي: هو موقع من مواقع التواصل الاجتماعي، يمكن الفرد من انشاء ملف شخصي وصفحات ومجموعات وبناء علاقات اجتماعية وصدقات مع الافراد، ويمكنهم من مشاركة أفكارهم وملفاتهم والتعرف على كل ماهو جديد في الساحة المحلية والدولية والعالمية.

3- التأثير:

تعرف موسوعة علوم الإعلام والاتصال الأثر بأنه " نتيجة الفعل الذي ظهر جراء مؤثر ما "، وقد يكون الأثر نفسي أو اجتماعي ويحقق أثر وسائل الاعلام من خلال تقديم الأخبار والمعلومات والترفيه والإقناع وتحسين الصورة الذهنية.²

كما أن كلمة أثر في الاعلام ترجع الى أية نتائج يمكن أن تنجم عن عمل وسائل الاتصال الجماهيري والترفيه والإقناع وتحسين الصورة الذهنية.²

4- الإتجاه:

اصطلاحا : تنوعت تعاريف الإتجاه وذلك حسب موضوع الإتجاهات الخلفية النظرية لصاحب التعريف، ومن بينها:

تعريف الإتجاه عند كاباسوامي (Koppuswamy) : هو موقف الفرد إتجاه بعض المواقف أو الأشخاص أو الجماعات المختارة.³

أما كريتش وكرتشفيلد وبالاش يعرفون الإتجاهات بأنها: نظم دائمة من التقسيمات الايجابية أو السلبية، والمشاعر الانفعالية وميول الاستجابة مع أو ضد الموضوعات الاجتماعية.⁴

¹ محمد، منتصر، واقع استخدام المنظمات الأهلية في قطاع غزة لشبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز علاقتها بالجمهور، شهادة ماجستير ، الجامعة الإسلامية غزة، فلسطين، 2013، ص20.

² د.محمد منيب حجاب، المعجم الإعلامي، مرجع سبق ذكره، ص 114.

³ دويدار عبد الفتاح، علم النفس الاجتماعي، دار النهضة العربية، بيروت، 1994، ص 58.

⁴ دويدار عبد الفتاح ، المرجع نفسه، ص 156-157.

هو ميل الفرد الذي ينحو بسلوكه تجاه عناصر البيئة الخارجية قريبا منها أو بعيدا عنها متأثرا في ذلك بالمعايير الموجبة أو السالبة التي تفرضها هذه البيئة.¹

التعريف الاجرائي: هو موقف الطالب الجامعي تجاه قضية أو ظاهرة معينة، ويكون الاتجاه بالايجاب أو السلب.

5- الطالب الجامعي:

لغة: الطالب هو التلميذ في مراحل التعليم الاعدادي والثانوي والعالي، وجمعه طلبة وطلاب، ويطلق اسم الطالب على من يسعى

في التحصيل على الشيء، قال الامام علي (رضي الله عنه): "إثنان لا يشبعان طالب العلم وطالب المال".²

يعرفه عبد الله محمد عبد الرحمان بقوله: الطلاب هم مدخلات ومخرجات العملية التعليمية الجامعية.

ويعرف أيضا أنه: هو ذلك الشخص الذي سمحت له كفائته العلمية بالانتقال من المرحلة الثانوية أو مركز التكوين المهني أو الفني

العالي إلى الجامعة تبعا لتخصصه الفرعي بواسطة شهادة أو دبلوم يؤهله لذلك.³

كما عرفه La Petit Robert : الفرد الذي يزاول دراسته ويتابع دروسا بجامعة أو مدرسة عليا، كقولنا طالب طب، طالب

آداب أو طالب فلسفة.⁴

ويعرفه قاموس La Rouse أنه: كل من يزاول محاضراته بجامعة أو مؤسسة تعليم عالي.⁵

الجامعة: يقصد بها المؤسسة العلمية المنظمة التي تقع على قمة السلم التعليمي، في المجتمع وتقوم بإعداد الفرد مهنيا، بالإضافة إلى

قيامها بالبحوث العلمية التي تخدم التنمية الشاملة في المجتمع وإعداد الباحثين لخدمة النسبة العامة عن طريق الخدمة العامة.⁶

¹ بكري قدرى محمد، تأثير فترة التدريب الميداني المتصلة على الإتجاهات التربوية لطلاب الصف الثالث بكلية التربية الرياضية للبنين، رسالة ماجستير، 1976، ص516.

² علي بن هادية وآخرون، القاموس الجديد للطلاب، ط7، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1991، ص599.

³ يسمينة خذنة، واقع تكوين طلبة الدراسات العليا في الجامعة الجزائرية، مذكرة ماجستير (غير منشورة)، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، قسم علم الاجتماع، جامعة منتوري قسنطينة، 2007، ص20.

⁴ La Petit Dictionnaire De La Langue Française, Montréal, Canada, 1992, p368

⁵ La Rouse De La Langue Française Lexis Librairie La Rouse , 1979, p690.

⁶ علي حمود علي، تنمية تطوير كفاءات وفعالية أعضاء هيئة التدريس بمؤسسات التعليم العالي، ندوة تنمية أعضاء هيئة التدريس، كلية التربية، جامعة الملك سعود، السعودية، 2004.

وتعني العلاقة بين الدول أو بين الأشخاص، وتطلق على مجموعة المعاهد العلمية العالية المسماة بالكليات، تدرس فيها الآداب والفنون ومختلف العلوم، جمعها جامعات.¹

التعريف الاجرائي للطالب الجامعي: وتتعريف إجرائي للطالب الجامعي يمكننا القول بأنه: أي فرد يلتحق بالجامعة لغرض الدراسة بها، وذلك بعد تحصله على شهادة البكالوريا، بغض النظر على تخصصه أو السنة الدراسية التي يدرس فيها بالجامعة.

سادسا: الدراسات السابقة:

تعد الدراسات السابقة في البحوث ركيزة أساسية يعتمد عليها الباحث، حيث يعد كل بحث أو دراسة سابقة نقطة إنطلاق لبحث لاحق، كما تعد البحوث اللاحقة مكملة لبحث سابق، وبما أن نمو المعرفة وتنوعها يفرض على الباحث عند التفكير في القيام بأي بحث أو دراسة للإقتناع بأن عمله هذا هو عبارة عن حلقة متصلة لمحاولات كثيرة لجهود باحثين آخرين مجسدة على شكل دراسات سابقة تناولت موضوع الدراسة، لذلك إعتدنا في بحثنا هذا على مجموعة من الدراسات السابقة رأينا أنها تتناول متغير أو أكثر من بحثنا هذا الذي يدرس تأثير شائعات الفيسبوك في تكوين اتجاهات الطلبة الجامعيين، حيث تعد الشائعات من المواضيع المهمة والمنتشرة من قبل الباحثين في علم الاجتماع الاتصال، ومن أهم الدراسات ذات الصلة بموضوع الدراسة ما يلي:

الدراسة الاولى: من إعداد الطالبة (مصنوعة سميرة) بعنوان " دراسة سوسيو ثقافية لظاهرة الإشاعة وعلاقتها بالمحيط الطلابي" - دراسة ميدانية بكلية ملحقه بوزريعة بالعاصمة -، رسالة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع، السنة الجامعية 2008/2007.

تساؤلات الدراسة: هذه الدراسة حاولت الاجابة عن التساؤلات التالية:

- كيف تتعامل الطبقة المثقفة مع الإشاعة؟
- ماهي المعطيات والدوافع المؤثرة في تكوين الإشاعة بين الشباب؟
- هل للوسط الاجتماعي الذي يعيشه المثقف ويتعامل معه تأثير في ترويجه للإشاعات؟
- كيف يمكن أن يكون المحيط الاسري للطالب - المثقف - دخل في نشر الإشاعة؟

¹ علي حمود علي، مرجع سبق ذكره، ص 245.

- ماهي العوامل التي تؤدي إلى ظهور الإشاعات وانتشارها؟

المنهج: حيث اعتمدت الطالبة في دراستهما على المنهج المسحي.

أداة جمع البيانات: تم الاعتماد في جمع البيانات لهذه الدراسة على أداة الملاحظة وأداة المقابلة.

العينة: اعتمدت هذه الدراسة على العينة العشوائية المنتظمة، حيث بلغ عدد العينة 150 مبحوث من الطلبة الجامعيين.

أهم نتائج الدراسة:

- ✓ إن التربية التنشئة الاسرية التي يتلقاها الطلبة المبحوثين كانت لها نتائج سلبية لدى الابناء الطلبة، لإنعدام الحوار والنقاش ووممارسة السلطة الابوية على أفراد الاسرة.
- ✓ ان استعمال اللهجة العامية داخل الاسرة عوضا عن اللغة العربية الفصحى، التي تتميز بالذكاء الاجتماعي والوضوح عامل آخر في زيادة حدة الاشاعة وتداولها داخل الأسرة.
- ✓ ان الأمية والمستوى المتدني من التعليم للوالدين يلعب دور فعال في تفعيل ظاهرة الإشاعة، ويخلق أفكار جديدة ومناخ خصب لإنماء الظاهرة إجتماعيا عامة وأسريا خاصة.
- ✓ وكنتيجة للجو المتدني للعلم داخل الاسرة تنعدم عند الطلبة هواية المطالعة ومنه ترسخ الإشاعة قواعدها كحتمية لجهل الآباء ثم الأبناء اتباعا لما تحويه الكتب من معارف وبصيرة.
- ✓ الطلبة الجامعيين يركزون في جمع المعلومات والأخبار على التلفاز بالدرجة الأولى ثم الانترنت نظرا لما تتميز به من سرعة في الأداء الاتصالي.
- ✓ أما عن الاتصال الشخصي فيلعب الجيران والزلاء أدوار متفاوتة الأهمية لدي الطلبة المبحوثين.
- ✓ أن غالبية الطلبة لا يفصحون على ممارستهم للفعل الإشاعي خاصة في المناطق الريفية، مما يعني أن البعد المكاني بالنسبة للظاهرة له ميزانه المعتبر في زيادة ونقص حجم الظاهرة.
- ✓ أن أغلب الطلبة يرفضون الأخبار التي تأتي من وسائل الاعلام (الاذاعة والتلفزيون) لأنها مسيرة في إعطاء المعلومة للجماهير مما ينم عن عدم مصداقيتها لهم.

- الاستفادة من الدراسة: من خلال مراجعة هذه الدراسة نجد أنها تختلف مع دراستنا من حيث انها استعملت المنهج المسحي وأداة المقابلة والعينة العشوائية المنتظمة، إلا أنها أفادتنا من حيث أنها تحمل متغيرين من نفس دراستنا وهما (الإشاعة والمحيط الطلابي) فبذلك إستعنا بها في بناء التساؤلات الفرعية، كما إستعنا بها في تحليل بيانات جداول الدراسة واستعمالها في قائمة المراجع والمصادر.

الدراسة الثانية: كانت للطالبان (صورية عصموني وفضيلة أحمد) تحت عنوان " مواجهة الشائعات عبر مواقع التواصل الإجتماعي لدى الطالب الجامعي في ظل أزمة كورونا - طلبة الإعلام والاتصال بجامعة أدرار أمودجا -"، السنة الجامعية 2021/2020.

التساؤل الرئيسي:

- فيما تتمثل آليات مواجهة الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي لدى الطالب الجامعي في ظل أزمة كورونا؟

التساؤلات الفرعية الدراسة: هذه الدراسة حاولنا الاجابة عن التساؤلات التالية:

- 1- ما هو الموقع الأكثر استخداما من طرف الطالب الجامعي في ظل أزمة كورونا؟
- 2- ما هي المواقع الأكثر نشرا للشائعات في ظل أزمة كورونا؟
- 3- هل هناك أساليب لترويج الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي في ظل أزمة كورونا؟
- 4- هل تؤثر الشائعات المتداولة عبر مواقع التواصل الاجتماعي على الطالب الجامعي في ظل أزمة كورونا؟
- 5- هل هناك طرق واستراتيجيات استخدمها الطالب الجامعي لمواجهة الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي والمتعلقة بأزمة كورونا؟

المنهج: حيث اعتمد هذا الطالبان في دراستهما على المنهج الوصفي التحليلي.

أداة جمع البيانات: تم الاعتماد في جمع البيانات لهذه الدراسة على أداة استمارة الاستبيان.

العينة: إعتمدت الدراسة على العينة العشوائية وقدر حجمها بـ 70 مفردة، استخرجت من مجتمع الدراسة المتمثل في طلبة الاعلام والاتصال ، قسم العلوم الانسانية بكلية العلوم الانسانية والاجتماعية والعلوم الاسلامية بجامعة أحمد دراية أدرار.

أهم نتائج الدراسة:

- ✓ أن المواقع الأكثر استخداماً من طرف الطالب الجامعي هو موقع الفيسبوك.
- ✓ المواقع الأكثر نشراً للشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي في ظل أزمة كورونا هي: الفيسبوك، وأن عدم التأكد من صحة المعلومة أو الخبر وإعادة نشرها أو مشاركتها من أساليب ترويج الشائعات.
- ✓ الشائعات المتداولة عبر مواقع التواصل الاجتماعي أثرت في الطالب الجامعي في ظل أزمة كورونا من خلال خلق مشاعر الخوف والتوتر والاندحاش.
- ✓ نستنتج أن الطالب الجامعي استخدم آليات وطرق في مواجهته للشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي في أزمة كورونا من خلال تدعيمه لصفحات تهدف إلى كشف الشائعات، وكذلك الاستعانة بالمؤسسات الحكومية والإعلامية للتحقق من صحة الأخبار المتداولة وكذلك تطبيق قوانين صارمة على مروجي الشائعات.

● الاستفادة من الدراسة: من خلال مراجعة هذه الدراسة نجد أنها تختلف مع دراستنا من حيث أنها استعملت العينة العشوائية وركزت على أزمة كورونا بالخصوص وآليات مواجهة الشائعات، إلا أنها تتفق مع كل متغيرات الدراسة الأخرى (الشائعات - مواقع التواصل الاجتماعي - الطالب الجامعي)، وتتشابه مع دراستنا من حيث المنهج المتبع وأداة جمع البيانات، حيث واستفدنا منها في الجانب النظري وبناء تساؤلات الدراسة وإستمارة الإستبيان، كما إستعنا بها في تحليل بيانات جداول الدراسة وقائمة المراجع والمصادر.

الدراسة الثالثة: من إعداد الطالبتان (سعيد نوال وملوم مريم) بعنوان " دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الإشاعات

"الفيسبوك نموذجاً - دراسة ميدانية على طلبة كلية العلوم الانسانية والاجتماعية "تاسوست" ، السنة الجامعية 2020/2019.

التساؤل الرئيسي:

- ما دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الإشاعات؟

وللإجابة على هذا التساؤل الرئيسي حاولنا الإجابة على التساؤلات الفرعية التالية:

1- هل يساهم الفيسبوك في تضليل الرأي العام؟

2- هل يسعى بعض مستخدمي مواقع التواصل الافتراضي لإلحاق الأذى؟

المنهج: حيث اعتمد هذا الطالبان في دراستهما على المنهج الوصفي.

أداة جمع البيانات: تم الاعتماد في جمع البيانات لهذه الدراسة على أداة استمارة الاستبيان والمقابلة.

العينة: اعتمدت هذه الدراسة على العينة العشوائية البسيطة، حيث بلغ عدد العينة 200 مفردة من الطلبة الجامعيين.

أهم نتائج الدراسة:

إن مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في نشر الإشاعات باختلاف وسائطها واختلاف المكان والزمان.

- الاستفادة من الدراسة: هذه الدراسة تختلف مع دراستنا من حيث التساؤلات والاهداف، وأما منهجيا فتختلف من حيث أنها أضافت أداة المقابلة واعتمدت على العينة العشوائية البسيطة، إلا أنها تتفق مع دراستنا في متغيرين هما (مواقع التواصل الاجتماعي - الشائعات) والمنهج المتبع وأداة جمع البيانات "الاستبيان"، حيث إستفدنا من هذه الدراسة في الجانب النظري وبعض المفاهيم، كما إستعنا بها في تحليل بيانات جداول الدراسة واستعمالها في قائمة المراجع والمصادر.

الدراسة الرابعة: كانت للطالب "بلال وكال" تحت عنوان " الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي ومدى تأثيرها على المجتمع

الجزائري - دراسة ميدانية مجتمع المسيلة - "، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر في علوم الاعلام والاتصال، السنة الجامعية 2018/2017.

التساؤل الرئيسي: حاول الطالب الإجابة على التساؤل التالي:

- ما مدى تأثير الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي في المجتمع الجزائري؟

وللإجابة على هذا التساؤل الرئيسي حاول الطالب الإجابة على التساؤلات الفرعية التالية:

1- ماهي وسائل التواصل الاجتماعي؟

2- ما مدى مساهمة وسائل التواصل الاجتماعي في سرعة إنتشار الشائعات؟

3- ما هي اتجاهات وسلوكيات الشباب اتجاه المعلومات المتلقاة من مواقع التواصل الاجتماعي ومساهمتها في انتشار الشائعات؟

4- كيف تؤثر مهارات التفكير الناقد في تمكين الشباب من التصدي للشائعات والتعرف بها؟

المنهج: حيث اعتمد هذا الطالب في دراسته على المنهج الوصفي.

أداة جمع البيانات: تم الاعتماد في جمع البيانات لهذه الدراسة على أداة الاستمارة.

العينة: تم الاعتماد على العينة القصدية في هذه الدراسة من طرف الطالب، حيث حدد عدد مفردات العينة بـ 50 مفردة من مجتمع الدراسة.

أهم نتائج الدراسة:

✓ توصلت الدراسة إلى أن أفراد العينة يوافقون بشدة على مصداقية وسائل الإعلام الحديثة في نقل الأخبار بالصور الحية ويوافقون على إعادة مشاهدة الأخبار المهمة التي تصلهم من مواقع التواصل الاجتماعي مباشرة والتحقق من صحتها بنسبة تفوق 40%.

✓ وتوصلت الدراسة أن المبحوثين يوافقون على إعادة نشر الأخبار المثيرة التي تصلهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي من أجل السبق في نشرها.

✓ توصلت الدراسة أن المبحوثين يوافقون على التأكد من صحة الخبر من مصادر موثوقة فقط بنسبة 65%، وأن هذه الأخبار تزيد من حصيلتهم الثقافية والعلمية.

✓ كشفت الدراسة أن المبحوثين يوافقون على مقاطعة بعض المنتوجات الجيدة نتيجة بعض الأخبار التي تحذر من عقائد صاحبها المخالفة.

● **الاستفادة من الدراسة:** تختلف الدراسة مع دراستنا من حيث مجتمع الدراسة والذي يتمثل في "مجتمع المسيلة" وعينة الدراسة "العينة القصدية"، إلا أنها تتفق مع دراستنا في متغيرين (الشائعات - مواقع التواصل الاجتماعي)، واما منهجيا فتتشابه معنا في المنهج المتبع وأداة جمع البيانات، حيث إستفدنا من هذه الدراسة في الجانب النظري وبعض المفاهيم وبناء التساؤلات ، كما إستعنا بها في تحليل بيانات جداول الدراسة وقائمة المراجع والمصادر.

الدراسة الخامسة: كانت للطالبة "إيمان إنسان" تحت عنوان " أثر الشائعات على أداء المؤسسة الجامعية الجزائرية - دراسة

ميدانية على عينة من الإداريين برئاسة جامعة العربي بن مهيدي - أم البواقي"، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر في علوم الاعلام والاتصال، السنة الجامعية 2018/2019.

التساؤل الرئيسي: حاول الطالبة الإجابة على التساؤل التالي:

- ماهو اثر الشائعات على أداء المؤسسة الجامعية الجزائرية بأم البواقي؟

وللإجابة على هذا التساؤل الرئيسي وضعت الطالبة التساؤلات الفرعية التالية:

1- ما مدى انتشار الشائعات في جامعة العربي بن مهيدي- أم البواقي-؟

2- ماهي الأنواع المختلفة للشائعات المتواجدة في جامعة العربي بن مهيدي - أم البواقي-؟

3- ماهي الآثار السلبية للشائعات في جامعة العربي بن مهيدي-ام البواقي-؟

4- ماهي ابرز الأساليب المستخدمة من قبل جامعة العربي بن مهيدي- أم البواقي -في مواجهة الشائعات؟

المنهج: حيث اعتمدت الطالبة في دراستها على المنهج الوصفي.

أداة جمع البيانات: تم الاعتماد في جمع البيانات لهذه الدراسة على أداة الملاحظة والمقابلة استمارة الاستبيان.

العينة: تم الاعتماد على العينة الصدفية في هذه الدراسة، حيث حدد عدد مفردات العينة بـ 100 مفردة من مجتمع الدراسة.

أهم نتائج الدراسة:

✓ أن ظاهرة الشائعات في جامعة العربي بن مهيدي ام البواقي تظهر احيانا و هذا ما سجلته نسبة المبحوثين و التي قدرت بـ 57%.

✓ أن درجة انتشار الشائعات في جامعة العربي بن مهيدي ام البواقي نوعا ما متوسطة و ذلك حسب النسبة الاعلى التي سجلناها و قدرت بـ 67%.

✓ أن الاسباب التي تؤدي الى انتشار الشائعات داخل جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي هي غياب للمعلومات الصحيحة في الاساس بنسبة قدرت بـ 27.65% و هذا حسب اجابة أغلبية كل المبحوثين و تليها مباشرة أن المشاكل الشخصية كذلك تؤدي الى انتشار الشائعات بنسبة قدرت بـ 21.27% .

✓ أن اكثر المقترحات أهمية في زيادة فاعلية المؤسسة داخليا و خارجيا لمكافحة الشائعات هي تفعيل الرقابة على مختلف الوسائل التي تنتشر من خلالها الشائعات للحد أو التقليل من الانتشار وهذا حسب النسبة الاعلى للمبحوثين بنسبة قدرت بـ 75%.

✓ أن أغلب أفراد العينة حسب المستوى التعليمي تكوين مهني بنسبة قدرت بـ 28.34%، و ليسانس نسبة 22.83 % وتليها نسبة 17.32% للمستوى التعليمي ماستر .

✓ أن نوع الشائعات الأكثر إنتشارا في جامعة العربي بن مهيدي -أم البواقي - هي حول فرد معين و قد جاءت بنسبة عالية قدرت بـ 37.57%.

✓ أن أغلب أفراد العينة من فئة الاناث و أغلبهم كانت أعمارهم من (31 إلى 41 سنة).

✓ أن المسؤولين الرئيسيين هم الأكثر عرضة للشائعات في جامعة العربي بن مهيدي- أم البواقي - بنسبة قدرت بـ 22.37%.

● الاستفادة من الدراسة: تختلف هذه الدراسة مع دراستنا من حيث مجتمع الدراسة والذي يتمثل في " عينة من الإداريين برئاسة جامعة العربي بن مهيدي - أم البواقي " وتختلف في عينة الدراسة حيث إختارت العينة "العينة الصدفية"، ومنهجيا أضافت أداة المقابلة.

تشابه هذه الدراسة مع دراستنا في أنها تناولت أثر الشائعات في الوسط الجامعي، واما منهجيا فتشابه معنا في المنهج المتبع وأدوات جمع البيانات (الملاحظة واستمارة الاستبيان)، حيث إستفدنا من هذه الدراسة في الجانب النظري وبناء اشكالية الدراسة وتساؤلاتها، ومنهجيا استفدنا منها في تحليل وتفسير البيانات الخاصة بدراستنا. واستخدمناها في قائمة المراجع والمصادر.

سابعا: المداخل النظرية:

1- نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

ويمكن تلخيص الفكرة الأساسية لنظرية الاعتماد على النحو التالي "أن قدرة وسائل الاتصال على تحقيق قدر أكبر من التأثير المعرفي والعاطفي والسلوكي سوف يزداد عندما تقوم هذه الوسائل بوظائف نقل المعلومات بشكل متميز ومكثف"، وهذا الاحتمال سوف تزيد قوته في حالة تواجد عدم استقرار بنائي في المجتمع بسبب الصراع

والتغيير. بالإضافة إلى ذلك فإن فكرة تغيير سلوك ومعارف ووجدان الجمهور يمكن أن تصبح تأثيراً مرتداً لتغيير كل من المجتمع ووسائل الاتصال، وهذا هو معنى العلاقة الثلاثية بين وسائل الاتصال والجمهور والمجتمع¹.

مفهوم النظرية: من خلال اسم النظرية يتضح مفهومها، وهو الاعتماد المتبادل بين الأفراد ووسائل الإعلام، وأن العلاقة التي تحكمهم هي علاقة اعتماد بين الوسائل والنظم الاجتماعية والجمهور، فمحور هذه النظرية يقوم على أن الجمهور يعتمد على وسائل الإعلام لتزويده بالمعلومات التي تلبي حاجاته وتساعد في تحقيقها، ويبين "ديفلر وساندر" بول" أن المعلومة هنا هي كل الرسائل الإعلامية حتى الترفيحية منها. ونظرية الاعتماد لا تشارك فكرة المجتمع الجماهيري في أن وسائل الإعلام قوية، لأن الأفراد منعزلون بدون روابط اجتماعية، والأصح أنها تتصور أن قوة وسائل الإعلام تكمن في السيطرة على مصادر المعلومات، وتلزم الأفراد ببلوغ أهدافهم والوصول إلى مصادر معلومات وسائل الإعلام الشخصية، علاوة على أنها كلما زاد المجتمع تعقيداً، زاد اتساع مجال الأهداف التي تتطلب أن يكون نظام وسائل الإعلام جزء مهما من التركيب الاجتماعي للمجتمع الحديث، ويرى مؤسس النظرية أن لوسائل الإعلام علاقة بالأفراد والمجتمعات.²

ويمكن القول أن هذه النظرية هي "نظرية بيئية" تنظر إلى المجتمع باعتباره تركيباً عضوياً وهي تبحث في كيفية ارتباط أجزاء من

النظم الاجتماعية ويرتبط كل منها بالآخر وتحاول تفسير سلوك الأجزاء فيما يتعلق بهذه العلاقات.³

فرضيات النظرية: يوجد لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام فرضيات عدة منها:

- 1- يتراوح تأثير وسائل الاتصال بين القوة والضعف تبعاً لظروف المحيطة، والخبرات السابقة.
- 2- يعد نظام وسائل الاتصال عاملاً مؤثراً في النسق الإجماعي، ولهذا النظام علاقة بالأفراد والجماعات والنظم الاجتماعية الأخرى.

¹ عبد الرزاق دليمي، نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرون، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان (الأردن)، 2016، ص 230.

² فاطمة الزهرة بنين، اعتماد الجمهور على القنوات الفضائية الإخبارية في الحصول على المعلومات حول الأزمات العربية، مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماجستير في العلوم الإسلامية، قسم العلوم الإنسانية، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة حمه لحضر - الوادي، 2015/2014، ص 29.

³ بن الشبه راجح وبن قطاية محمد، إتجاهات الطلبة الجامعيين نحو أخبار كورونا بين الاعلام التقليدي ومواقع التواصل الاجتماعي، مذكرة مقدمة لإستكمال متطلبات نيل شهادة ماجستير أكاديمي، قسم علوم الاعلام والاتصال، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة قاصدي مرباح - ورقلة، 2021/2020، ص 13.

3- استخدام وسائل الإعلام لا يحدث تفاعله عن تؤثر النظام الاجتماعي الذي يكون فيه جمهور ووسائل الاتصال.

4- استخدام الجمهور لوسائل الإعلام وتفاعله معها يتأثران بما يتعلمه الفرد من المجتمع ومن وسائل الإعلام ويتأثر الفرد بما يحدث نتيجة تعرضه لوسائل الإعلام¹.

آثار الاعتماد على وسائل الإعلام:

ترى هذه النظرية أن وسائل الإعلام تقوم بتحقيق 3 تأثيرات من خلال اعتماد الناس عليها وهي:

1. الآثار المعرفية: تشمل الآثار المعرفية لوسائل الإعلام على الغموض، تكوين الاتجاهات، ترتيب الأوليات، اتساع المعتقدات والقيم.

2. الآثار الوجدانية: إن المقصود بالآثار الوجدانية هي المشاعر مثل الفتور العاطفي والخوف والقلق والدعم المعنوي.

3. آثار سلوكية: تنحصر الآثار السلوكية لإعتماد الفرد على وسائل الإعلام في سلوكين أساسيين وهما التنشيط والخمول².

إسقاط النظرية على دراستنا:

من خلال استعراضنا لمفهوم نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام والتي تتلخص فكرتها الأساسية في "أن قدرة وسائل الاتصال على تحقيق قدر أكبر من التأثير المعرفي والعاطفي والسلوكي سوف يزداد عندما تقوم هذه الوسائل بوظائف نقل المعلومات بشكل متميز ومكثف"، وذلك من خلال دراستنا التي تتناول الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها في تكوين اتجاهات الطلبة الجامعيين، حيث ركزنا على موقع الفيسبوك لما له من أهمية وإنتشار وقوة مقارنة بمواقع التواصل المختلفة، ولما يلعبه من تأثير على الأفراد من النواحي المعرفية (الغموض كالشائعات وتكوين الاتجاهات) والوجدانية (الخوف والقلق) و أخيرا النواحي السلوكية التي تظهر في تصرفات الفرد، فهذا التأثير بين الفرد ووسائل الاتصال قد يكون متبادل نظرا للتفاعلية الكبيرة التي تشهدها هذه الوسائل ومن بينها الفيسبوك.

¹ بلال وكال، الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي ومدى تأثيرها على المجتمع الجزائري، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال، قسم علوم الاعلام والاتصال، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة محمد بوضياف - المسيلة، 2017/2018، ص 8.

² سعيود نوال وملوم مريم، دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الاشاعات "الفيسبوك" نموذج، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علم اجتماع الاتصال، قسم علم الاجتماع، كلية العلوم الاجتماعية والانسانية، جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل، 2019/2020، ص 71.

2- نظرية الاستخدامات والإشباع:

أنطلقت هذه النظرية من أبحاث روادها الأوائل وعلى رأسهم "أرتهايم" الذي حاول الكشف عن الوظائف النفسية التي تؤديها المسلسلات لربات البيوت، وكذلك إسهامات "بيرلسون" حيث إستغل إضراب الصحافة من الدوافع التي تجعل الفقراء يفقدون يوميته المعتادة¹، وتعتبر النظرية من بين المرجعيات التي تتخذ لفهم استخدام الجمهور لوسائل الإعلام، بالإضافة إلى باقي النظريات المفسرة لذلك، حيث تأسست نظرية الاستخدامات والإشباع على أنقاض نظريات التأثير الأخرى، وغيرت نظرة الباحثين من مجرد البحث في تأثير وسائل الإعلام على الجمهور، إلى ماذا يفعل الجمهور بوسائل الإعلام؟، حيث تقوم النظرية على دراسة الجوانب النفسية والاجتماعية للفرد وذلك لتحديد الاحتياجات والتوقعات من وسائل الإعلام².

فرضيات النظرية:

- 1- جمهور وسائل الإعلام هو جمهور نشط له دوافع وأهداف وحاجات تجعله يتوجه إلى إستعمال وسيلة محددة سواء كانت إعلامية أو مصادر أخرى.
- 2- العوامل الاجتماعية والنفسية تسعى لتحديد نوعية وكيفية إستخدام الجمهور لوسائل الإعلام والاتصال باختلاف أنواعها.
- 3- يعتبر الجمهور المتلقي إنتقائيا في إستخدامه لوسائل الإعلام والاتصال وفقا لحاجاته المتوقعة منها.
- 4- وسائل الإعلام والاتصال قد تؤثر في الفرد وفي البنية الاجتماعية والثقافية والسياسية والإقتصادية للمجتمع، بحيث هذا التأثير يختلف من مجتمع لآخر حسب الخلفيات والمرجعيات السائدة في ذلك المجتمع.
- 5- الإختلاف في خصائص وسائل الإعلام والاتصال قد يكون عاملا تنافسيا لجلب إنتباه المتلقي وتشجيعه على إستخدام وسيلة معينة دون أخرى، وهذا حسب الظروف الاجتماعية والنفسية المحيطة بالفرد، ومنه قد نجد وسائل الإعلام قد تتنافس مع مصادر أخرى لإشباع حاجات الفرد مثل الإتصال الشخصي (فرد مع فرد) أو المؤسسات التعليمية والأكاديمية وغيرها... الخ.

¹ سعيود نوال وملوم مريم، مرجع سبق ذكره، ص 67 و68.

² صورية عصموني و فضيلة أحمد، مواجهة الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي لدى الطالب الجامعي في ظل أزمة كورونا، مذكرة تخرج مقدمة لنيل شهادة الماستر في الإعلام والاتصال، قسم العلوم الإنسانية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية والعلوم الإسلامية، جامعة أحمد دراية أدرار، ص 14 و15، 2021/2020.

إسقاط النظرية على دراستنا:

تعتبر نظرية الإستخدامات والإشباع من بين أهم النظريات التي تفسر كيفية إختيار الجماهير والأفراد لوسيلة إتصالية معينة دون أخرى وذلك تلبية لإشباع إحتياجاتهم عبر الإستخدام المتكرر لتلك الوسيلة الإعلامية، فموضوع دراستنا هذه والذي يتناول الشائعات في مواقع التواصل الإجتماعي وتأثيرها على تكوين إتجاهات الطلبة الجامعيين، سوف نحاول معرفة تعامل وإعتماد الطلبة الجامعيين على الشائعات والأخبار المنتشرة من خلال إستخدامهم لموقع الفيسبوك، وهل هذه الأخبار تشبع إحتياجاتهم إلى حد تأثيرها في تكوين إتجاهاتهم.

الفصل الثاني :

الإطار المنهجي للدراسة

أولا : مجالات الدراسة

1- المجال المكاني

2- المجال الزمني

3- المجال البشري

ثانيا: عينة الدراسة

ثالثا: المنهج المعتمد

رابعا : أدوات جمع البيانات

خامسا : أساليب المعالجة الإحصائية

أولاً: مجالات الدراسة

1- المجال المكاني:

يتمثل المجال المكاني لدراستنا هذه بقسم علوم الاعلام والاتصال التابع لكلية العلوم الانسانية والاجتماعية بجامعة قاصدي مرباح ورقلة، وتم اختيارها بسبب قربنا من الكلية وكذلك بسبب ان طلاب هذا القسم لهم دراية أكثر في مجال الاعلام ونشر الاخبار ومنه الشائعات.

حيث أنشأت أول نواة لجامعة قاصدي مرباح في سبتمبر 1987، وعرفت تحولات عديدة ومتسارعة في هيكلتها التنظيمية والبيداغوجية فمن مدرسة عليا للأساتذة سنة 1987 إلى مركز جامعي سنة 1997 ثم إلى جامعة قاصدي مرباح ورقلة في جويلية 2001، وتتكون جامعة قاصدي مرباح ورقلة حاليا من 10 كلييات، وكانت النواة الأولى للكلية ضمن المدرسة العليا للأساتذة تحت تسمية معهد العلوم الاجتماعية والإنسانية في السنة الجامعية 1996/1997، وفي سنة 2002 أصبح المعهد منضوي ضمن كلية الآداب والعلوم الإنسانية وبها قسم هو علم النفس وعلوم التربية، وفي السنة الجامعية 2013/2014 وحسب المرسوم التنفيذي رقم 13-77 المؤرخ في 18 صفر عام 1434 الموافق لـ 30 يناير سنة 2013، تتمم و تعدل المادة 2 من القرار رقم 318 المؤرخ في 03 ديسمبر 2009 و المذكورة أعلاه كما يلي:

المادة 2: تنشأ لدى كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية (جامعة ورقلة): قسم علوم الإعلام و الإتصال من بين أربعة أقسام الكلية.¹
العنوان: جامعة قاصدي مرباح ورقلة. ص ب رقم 511 طريق غرداية - ورقلة.

1- المجال الزمني:

ويقصد بالمجال الزمني الوقت الذي استغرقتة إجراء هذه الدراسة الميدانية بقسم علوم الاعلام والاتصال لجامعة

قاصدي مرباح ورقلة، حيث قسمناه إلى ثلاثة مراحل:

¹ <https://fshs.univ-ouargla.dz/index.php>, 26/04/2022, 18:30.

المرحلة الأولى: تحديد جميع العناصر المتعلقة باشكالية الدراسة:

حيث إمتدت هذه المرحلة من شهر نوفمبر 2021 إلى بداية شهر مارس 2022، أين تمت الموافقة على موضوع الدراسة ، وفي هذه الفترة تم جمع المادة العلمية المتعلقة بموضوع الدراسة ومجموعة المراجع والدراسات السابقة التي تخدم موضوعنا، ثم قمنا بصياغة الاشكالية وتساؤلات الدراسة وكل ماله علاقة بالاطار النظري لإشكالية الدراسة.

المرحلة الثانية: ميدان الدراسة:

وقد بدأت من تاريخ 10 مارس 2022 وإنتهت في منتصف شهر ماي 2022 أين تم تحديد الإطار المنهجي للدراسة، وتم فيه تحديد العينة والمنهج المتبع وأدوات جمع البيانات، حيث تم صياغة استمارة الاستبيان وتحكيمها والتعديل عليها، ونظرا لتطبيق بروتوكول جائحة كورونا واعتماد نظام الافواج في التدريس بالجامعة لم نستطع توزيع كل الاستمارات على الطلبة، لذلك لجأنا للإستمارة الالكترونية لبلوغ العدد الكافي لعينة المبحوثين.

المرحلة الثالثة: مرحلة استخلاص النتائج

حيث تمت بدايتها مع منتصف شهر ماي 2022 إلى تاريخ 09 جوان 2022، أين تم تفريغ الاستبيان في الجداول الاحصائية ومنه تحليل وتفسير هذه البيانات إلى غاية الحصول على نتائج الدراسة.

2- المجال البشري:

ويقصد به جميع العناصر البشرية التي لا تقتصر على أفراد العينة التي يعتمد عليها الباحث في جمع البيانات بل

يتضمن ، كلا من المبحوثين (العينة) والخبراء والمتخصصين الذين يتم الرجوع اليهم لاستكمال البيانات.¹

حيث يتمثل المجال البشري لهذه الدراسة في طلاب السنة الثانية والثالثة ليسانس والاولى والثانية ماستر لقسم علوم الاعلام

والاتصال المتواجدين في جامعة قاصدي مرباح ورقلة، والبالغ عددهم 1472 طالب في التخصص.

¹ سماح سالم، البحث الاجتماعي (الاساليب، المناهج، الاحصاء)، ط1 ، دار الثقافة للنشر و التوزيع، عمان ، 2012، ص248.

ثانياً: عينة الدراسة

يشير مصطلح العينة في علم الإحصاء إلى نسبة من العدد الكلي للحالات، تتوفر فيها خاصية أو عدة خصائص معينة، وتتكون العينة من عدد محدود من الحالات المختارة في قطاعات مجتمع معين لدراستها، وجدير بالذكر أن معظم الأبحاث السوسولوجية تتعامل مع عينات أكثر مما تقوم بدراسة العدد الكلي للسكان. وفي هذا الصدد تصبح التعميمات القائمة على بيانات العينة قابلة للتطبيق على المجتمع الكلي للسكان الذي سحبت منه.¹

وعرف العينة على أنها " جزء عيني حسي من جماعة مختارة للدراسة وتكوف العينة صالحة إحصائياً بقدر ما تمثل المجال المدروس إلى أبعد حد تقديري ممكن.²

وفي دراستنا هذه تم اختيار **العينة العشوائية الطبقية** والتي تعرف على أنها: "نوع من العينات التي تتركز على تقسيم المجتمع الأصلي للبحث إلى شرائح وفئات وطبقات، مهنية أو مجتمعية أو تعليمية، إلا أنه بدلا من أن يحدد حجم العينة على أساس متساوي من كل شريحة من شرائح المجتمع لكنها تكون أكثر تحديد ودقة في أن يتناسب حجم العينة المختارة مع الحجم والتعداد الأصلي لكل شريحة داخل المجتمع، ونسبتها إلى المجموع الكلي لمجتمع البحث".³

تحديد حجم العينة وطريقة اختيارها: يخضع إختيار العينة لعدة شروط منهجية وموضوعية، خاصة إذا أراد الباحث أن تكون نتائج بحثه دقيقة وموضوعية، ولا يتحقق هذا إلا إذا كانت العينة ممثلة لمجتمع البحث تمثيلاً دقيقاً مع مراعات موضوع الدراسة واشكالته التي توجه الباحث لطريقة إختيار العينة، ونظراً لهذا قمنا بإختيار العينة العشوائية الطبقية لأن مجتمع البحث الذي ندرسه يتكون من طبقات (أطوار دراسية)، ولأن المجتمع الأصلي للبحث يتكون من 1472 طالب في التخصص مسجلين بالتدرج بقسم علوم الإعلام والاتصال في جامعة قاصدي مرباح ورقلة، وألغينا السنة الأولى ليسانس علوم اجتماعية لأن الطلبة لم يتخصصو بعد في شعبهم، وإكتفينا بـ 04 مستويات (طبقات) في تخصص علوم الاعلام والاتصال متكونة من: السنة الثانية والثالثة ليسانس، والسنة الأولى والثانية ماستر.

¹ فضيل دليلو وعلي غربي وآخرون، أسس المنهجية في العلوم الإجتماعية، منشورات جامعة منتوري قسنطينة، الجزائر، 1999، ص 141.

² خليل أحمد خليل، معجم المصطلحات الإجتماعية، دار الفكر اللبناي، ط1، بيروت، 1995، ص 390.

³ عامر قنديلجي، البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات التقليدية والإلكترونية، ط2، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان (الأردن)، 2010 ص 149.

والجدول التالي يوضح توزيع الطلبة على الأطوار الدراسية في قسم علوم الاعلام والاتصال بجامعة ورقلة:

الجدول رقم (01) يوضح: توزيع أعداد أفراد عينة الدراسة حسب الطور الدراسي

حجم الطبقة	الاطوار الدراسية
348	الثانية ليسانس
321	الثالثة ليسانس
417	الأولى ماستر
366	الثانية ماستر
1472	المجموع

ونظرا لعدة عوامل أثرت علينا سلبا في الوصول للعينة المبحوثة نذكر منها:

- تطبيق نظام التفويج للتدريس في الجامعة بسبب جائحة كورونا، مما أثر على تواجد الطلبة في الجامعة وهذا صعب علينا توزيع الاستمارات على الطلبة ولم تصل إلى العدد المطلوب للعينة.
- تزامن فترة توزيع الاستمارات قبيل فترة الاختبارات للسداسي الثاني.
- ضيق الوقت واقتراب موعد وضع مذكرات التخرج.

وهذه العوامل صعبت علينا توزيع الاستمارات نظرا لعدم تواجد الطلبة داخل الحرم الجامعي، تم إختيار عدد العينة والمقدرة بـ 10% من مجتمع البحث ليبلغ 147 مبحوث.

وبما أن حجم العينة هو 147 طالب، نختار وفق طريقة العينة العشوائية الطبقية من كل طبقة فرعية من خلال طريقة التناسب كما يلي:

حجم الطبقة الفرعي: $\frac{\text{حجم الطبقة} \times \text{حجم العينة}}{\text{حجم المجتمع}}$ فيكون لدينا:

$$34.75 = \frac{147 \times 348}{1472}$$

حجم طبقة السنة الثانية ليسانس:

أي نختار من طبقة السنة الثانية ليسانس 35 طالب.

$$32.05 = \frac{147 \times 321}{1472}$$

حجم طبقة السنة الثالثة ليسانس:

أي نختار من طبقة السنة الثالثة ليسانس 33 طالب.

$$41.64 = \frac{147 \times 417}{1472} \text{ : حجم طبقة السنة الأولى ماستر:}$$

أي نختار من طبقة السنة الأولى ماستر 42 طالب.

$$36.55 = \frac{147 \times 366}{1472} \text{ : حجم طبقة السنة الثانية ماستر:}$$

أي نختار من طبقة السنة الثانية ماستر 37 طالب.

$$147 = 37 + 42 + 33 + 35 = \text{ وبهذا يكون حجم العينة}$$

حيث تم توزيع الاستمارات الورقية على الطلبة وحصلنا في الأخير على 63 استمارة، حيث تم إلغاء 12 استمارة لعدم جدية الطلبة في الإجابة عنها، لهذا لجأنا إلى الاستمارة الالكترونية وقمنا بنشرها في مجموعات الفيسبوك الخاصة بطلبة جامعة قاصدي مرباح ورقلة، وتم الحصول على العدد الكافي للمبحوثين والمقدر بـ 105 اجابة على الاستمارة الالكترونية، حيث تم إلغاء 29 استمارة لأننا وصلنا إلى بلوغ العدد الكافي لطبقات العينة والموضحة أعلاه بطريقة التناسب في اختيار العينة، وبهذا يكون مجموع الاستمارات الورقية والالكترونية المتحصل عليها 147 استمارة وهو حجم العينة المطلوب دراسته.

ثالثا: المنهج المعتمد

ويعرف المنهج على أنه أسلوب من أساليب التحليل المرتكزة على معلومات كافية ودقيقة حول الظاهرة أو موضوع محدد من خلال فترة أو فترات زمنية معلومة وذلك للحصول على نتائج علمية تم تفسيرها بطريقة موضوعية وبما ينسجم مع المعلومات الفعلية لظاهرة " 1

تندرج دراستنا " تأثير الشائعات في تكوين اتجاهات الطلبة الجامعيين - الفيسبوك نموذجاً" ضمن البحوث والدراسات الوصفية التي تعرف على أنها:

المنهج الوصفي التحليلي: هو منهج يسمح لنا بالتعرف على ظاهرة عن قرب وتحليل نتائجها وتفسيرها، وكان ذلك

بجمع بياناتها من طرف أفراد العينة حيث قمنا بوصفها وتحليل وتفسير هذه المعطيات للوصول إلى نتائج الهدف المنشود.²

¹ عبد الفتاح محمد العيسوي وعبد الرحمان محمد العيسوي، مناهج البحث العلمي، مصر، دار راتب الجامعية، 1997، ص 18.

² -رشيد زرواتي: منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، الجزائر، دار الكتاب الحديث، 2004، ص 34.

كما يعرف على أنه: طريقة من طرق التحليل والتفسير بشكل علمي منظم، من أجل الوصول إلى أغراض محددة لوضعية إجتماعية أو مشكلة إجتماعية.¹

وفي البداية بدأنا بجمع المعلومات عن الموضوع في الميدان عن طريق الملاحظة الأولية ومن ثم توزيع استمارة استبيان على مجموعة من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال، ثم تصنيف وعرض النتائج وتفسير المعطيات الميدانية بالاستعانة بالميدان النظري والوصول إلى نتائج علمية.

وإعتمدنا في دراستنا هذه المنهج الوصفي بغرض:

- معرفة مساهمة الفيسبوك في نشر الشائعات في الحرم الجامعي.
- وصف موضوع الدراسة والمتمثل في الشائعات الموجودة في الفيسبوك وصفا دقيقا.
- وصف تعامل طلبة قسم الاعلام والاتصال مع الشائعات المنتشرة في الفيسبوك.
- معرفة الأثر الذي تحدثه شائعات الفيسبوك على إتجاهات الطلبة الجامعيين لقسم علوم الاعلام والاتصال، وأثرها في تكوين اتجاهاتهم

رابعا: أدوات جمع البيانات

لقد تم اختيار الأدوات التي تسمح بجمع معلومات بشكل صحيح و المتمثلة في الملاحظة والاستبيان:

1-الملاحظة: حيث تعتبر وسيلة هامة من وسائل جمع البيانات، وتعرف على أنها "المشاهدة الدقيقة لظاهرة ما مع الإستعانة

بأساليب البحث والدراسة، التي تتلائم مع طبيعة هذه الظاهرة.²

كما تعرف على أنها: "من أهم الأدوات الرئيسية التي تعتبر مصدرا أساسيا للحصول على البيانات والمعلومات اللازمة لموضوع

الدراسة، وتعتمد على حواس الباحث وقدرته الفائقة على ترجمة ما لاحظته وتلمسه إلى عبارات ذات معاني ودلالات، تنبثق

منها وضع فروض مبدئية، يمكن التحقق من صدقها أو عدم صدقها عن طريق التجريب".³

¹ عمار بوحوش ومحمد محمود الذنبيات، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005، ص 129.

² غريب محمد السيد أحمد، تصميم البحث الاجتماعي، دار المعرفة الجامعية، مصر، 1986، ص 286.

³ فضيل دليلو وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص 189.

وهي كذلك مشاهدة الظواهر من قبل الباحث أو من ينوب عنه، إنها الاعتبار المنبه للظواهر والأحداث قصد تفسيرها واكتشاف أسبابها والتنبؤ بسلوك الظاهرة والوصول إلى القوانين التي تحكمها.¹

وهي كلمة مشتقة من الفعل الثلاثي لحظ، وهي تعني في اللغة العربية النظر إلى الشيء، أما الملاحظة في البحث العلمي فهي مشاهدة الظاهرة محل الدراسة عن كثب، في إطارها المتميز ووفق ظروفها الطبيعية حيث يتمكن الباحث من مراقبة تصرفات المبحوثين وتفاعلاتهم، فهي عملية مقصودة تسير وفق الخطة المرسومة للبحث في إطار المنهج المتبع.²

وقد تم استخدام أداة ملاحظة من خلال ملاحظتنا لكيفية تعامل الطلبة مع الشائعات المنشورة في صفحات ومجموعات الفيسبوك، من خلال قرائنتهم لها واهتمامهم بها وهل يقومون بإعادة ترويجهما، وتأثير ذلك على أفكارهم واتجاهاتهم وسلوكاتهم.

- 2- استمارة الاستبيان:

يعتبر الاستبيان من بين الوسائل المهمة في عملية جمع البيانات خاصة في البحوث السوسولوجية من أجل معلومات للدراسة يتم تصميم الاستمارة لقياس تأثير شائعات الفيسبوك في تكوين اتجاهات الطلبة الجامعيين. وتعرف على أنها " وسيلة للدخول في اتصال بالمبحوثين بواسطة طرح الأسئلة عليهم واحداً واحداً وبنفس الطريقة ، بهدف استخلاص اتجاهات وسلوكيات مجموعة كبيرة من الأفراد، انطلاقاً من الأجوبة المتحصل عليها".³

وقد تكونت الأداة الاستمارة من (16 سؤال) مقسمة على النحو التالي:

- المحور الأول: البيانات الشخصية وتتكون من أربعة 04 أسئلة (الجنس - السن - الحالة الإجتماعية - الطور الدراسي).
- المحور الثاني: بيانات متعلقة بمدى مساهمة الفيسبوك في نشر الشائعات من وجهة نظر طلبة الإعلام والاتصال وفيها 05 أسئلة.

¹ جودت عزت عطوي، أساليب البحث العلمي، ط2 ، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2007 ، ص175.

² أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط2 ، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2007، ص 203.

³ موريس أنجرس، ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون ، منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية، ط2، دار القصة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2006، ص 204.

- المحور الثالث: بيانات متعلقة بكيفية تعامل طلبة الاعلام والاتصال مع الشائعات في الفيسبوك وفيها 03 أسئلة.

- المحور الرابع: بيانات متعلقة بإعتماد طلبة الاعلام والاتصال على شائعات الفيسبوك في تكوين اتجاهات وفيها 04 أسئلة.

وبعدها قمنا بتوزيع الاستمارة على أفراد العينة، ونظرا لعدم بلوغ العدد الكافي لحجم العينة المطلوبة قمنا بإنشاء استمارة إلكترونية ونشرها عبر مجموعات الفيسبوك الخاصة بطلبة جامعة قاصدي مرباح ورقلة والتي تحتوي على طلبة قسم علوم الاعلام والاتصال.

خامسا: أساليب المعالجة الإحصائية

صدق الأداة : تم اختبار صدق أداة الدراسة (استمارة الاستبيان) من خلال عرضها على أهل الاختصاص والخبرة من أساتذة الجامعة المختصين (صدق المحكمين)، وبعد تلقي الملاحظات منهم قمنا بتعديل الاستمارة لتصبح صالحة لإجراء الدراسة وقمنا بتوزيع الاستمارة على أفراد العينة، وبعدها قمنا بتفريغ الإستمارة في الجداول التي تحتوي على التكرارات والنسب المئوية.

الفصل الثالث: عرض الجداول ومناقشة نتائج الدراسة

أولاً: عرض الجداول وتحليل البيانات

- 1- عرض وتحليل جدول البيانات الشخصية
- 2- عرض وتحليل جداول النتائج المتعلقة بالتساؤل الجزئي الأول
- 3- عرض وتحليل جداول النتائج المتعلقة بالتساؤل الجزئي الثاني
- 4- عرض وتحليل جداول النتائج المتعلقة بالتساؤل الجزئي الثالث

ثانياً: تفسير ومناقشة نتائج الدراسة

- 1- تفسير ومناقشة النتائج المتعلقة بالتساؤل الجزئي الأول
- 2- تفسير ومناقشة النتائج المتعلقة بالتساؤل الجزئي الثاني
- 2- تفسير ومناقشة النتائج المتعلقة بالتساؤل الجزئي الثالث

ثالثاً: النتائج العامة للدراسة

أولاً: عرض الجداول وتحليل البيانات:

1 - عرض وتحليل جدول البيانات الشخصية:

الجدول رقم (02) يوضح: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس

النسبة%	التكرار	الجنس
28.6 %	42	نكر
71.4 %	105	أنثى
100 %	147	المجموع

من خلال معطيات الجدول رقم (02) والذي يمثل متغير السن، نلاحظ أن نسبة (71.4%) من الباحثين هم من فئة الإناث، في حين نجد نسبة (28.6%) تمثل الذكور، مما يبين أن نسبة الإناث أعلى من نسبة الذكور.

ونظراً لقرينا من قسم علوم الاعلام والاتصال بجامعة ورقلة، هذا ما لاحظناه أن نسبة الإناث أعلى من الذكور، وهذا ينطبق على معظم طلاب العلوم الانسانية والاجتماعية، إذ تفضل الإناث هذه التخصصات، أما الذكور فيفضلون التخصصات العلمية، وهذا يوافق دراسة الطالبة (مصنوعة سميرة) التي بعنوان: دراسة سوسيو ثقافية لظاهرة الإشاعة وعلاقتها بالمحيط الطلابي، حيث توصلت "أن الفروع الإجتماعية والإنسانية والأدبية تجذب إليها الإناث أكثر من الذكور، ومن ثمة تصح المقولة التي تؤكد أن الإناث يملن أكثر إلى التخصصات الأدبية والذكور إلى التخصصات التقنية والعلمية".

الجدول رقم (03) يوضح: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير السن

النسبة %	التكرار	السن
2.7 %	4	من 18 إلى 20 سنة
49 %	72	من 21 إلى 25 سنة
30.6 %	45	من 26 إلى 30 سنة
17.7 %	26	من 31 سنة فأكثر
100 %	147	المجموع

توضح إحصائيات الجدول رقم (03) السن الخاص بأفراد عينة الدراسة، والملاحظ أن أعلى فئة عمرية تتراوح أعمارهم ما بين (21- 25 سنة) بنسبة مقدرة بـ(49%)، تليها النسبة العمرية ما بين (26 - 25 سنة) والمقدرة بـ (30.6%)، وتأتي بعدها من أعمارهم تبدأ من 31 سنة فأكثر والمقدرة بـ (17.7%)، وتأتي في الأخير من أعمارهم تتراوح ما بين (18 - 20 سنة) المقدرة بـ (2.7%).

ويتبين لنا أن معظم أفراد العينة شباب والذين سنهم أصغر من 30 سنة وهذا الغالب في معظم الجامعات الجزائرية وليس فقط في جامعة قاصدي مرباح، وهذا ما لاحظناه بسبب قربنا من قسم علوم الاعلام والاتصال، ويرجع أيضا لأن أغلب الشباب يستعملون مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة الفيسبوك، لأننا استعنا في دراستنا هذه على الاستبيان الإلكتروني وقمنا بنشره في مجموعات الفيسبوك.

الجدول رقم (04) يوضح: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الحالة الإجتماعية

النسبة %	التكرار	الحالة الإجتماعية
78.9 %	116	أعزب
17.7 %	26	متزوج
2.7 %	4	مطلق
0.7 %	1	أرمل
100 %	147	المجموع

توضح إحصائيات الجدول رقم(04) الحالة الإجتماعية الخاصة بأفراد عينة الدراسة، والملاحظ أن الإغلبية الساحقة من أفراد العينة هي عزاب والمقدرة بـ(78.9%)، تليها فئة المتزوجين والمقدرة بـ (17.7%)، وتأتي بعدها فئة المطلقين بنسبة (2.7%)، و تأتي في الأخير نسبة الأرامل والمقدرة بـ (0.7%).

ويرجع سبب أن الاغلبية الساحقة معظمهم عزاب نظرا لصغر سنهم وحدثته، كما وضحناه في الجدول رقم:02 الذي يوضح متغير السن، فمعظمهم منشغلون بالدراسة على حساب إيجاد فرصة عمل، خاصة وأن مصاريف الزواج وتأمين أسرة مستقرة تتطلب دخل مالي محترم في عصرنا هذا.

الجدول رقم (05) يوضح: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الطور الدراسي

النسبة %	التكرار	الطور الدراسي
23.8 %	35	الثانية ليسانس
22.4 %	33	الثالثة ليسانس
28.6 %	42	الأولى ماستر
25.2 %	37	الثانية ماستر
100 %	147	المجموع

من خلال عرض بيانات الجدول رقم(05) الذي يوضح توزيع أفراد العينة حسب الطور الدراسي، والملاحظ أن أعلى نسبة من أفراد العينة هي السنة الأولى ماستر والمقدرة بـ(28.6%)، تليها السنة الثانية ماستر ونسبة (25.2%)، ثم السنة الثانية ليسانس بنسبة (23.8%)، وأخيراً تأتي السنة الثالثة ليسانس والمقدرة بنسبة (22.4%).

وتحصلنا على هذه النسب نتيجة لنوع العينة العشوائية الطبقية وفق طريقة التناسب التي فرضت علينا أن نسحب عينة تقدر 10% من مجتمع الدراسة ، ونستخرج من كل طور دراسي عينة من هذه النسبة، كما وضحناها في الاطار المنهجي للدراسة.

2 - عرض وتحليل نتائج الجداول المتعلقة بالتساؤل الجزئي الأول:

الجدول رقم (06) يوضح: نسبة متصفحى الفيسبوك داخل أفراد عينة الدراسة

النسبة %	التكرار	الإجابة
92.5 %	136	نعم
7.5 %	11	لا
100 %	147	المجموع

من خلال عرض بيانات الجدول رقم (06) الذي يوضح نسبة متصفحى الفيسبوك داخل أفراد العينة، والملاحظ أن أعلى نسبة من أفراد العينة أجابت (بنعم) والمقدرة بـ(92.5%)، أما الذين أجابوا بـ (لا) تقدر نسبتهم بـ (7.5%).

وهذا ما أشارت إليه دراسة (صورية عصموني وفضيلة أحمد) تحت عنوان "مواجهة الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي لدى الطالب الجامعي في ظل أزمة كورونا، أن المواقع الأكثر استخداما من طرف الطالب الجامعي هو موقع الفيسبوك. بنسبة (55.4%)، وكذلك دراسة الطالب (بلال وكال) الذي توصل إلى " أن الفيسبوك هو الأكثر إستعمالا لدى المبحوثين بنسبة (56.40%)".

ويرجع السبب أيضا في أن غالبية أفراد العينة أجابوا بـ (نعم) إلى الاسباب المذكورة في الجدول رقم: 02 الخاص بمتغير السن، الذي يوضح أن معظم المبحوثين هم من فئة شباب، ويرجع أيضا إلى أن كل العينة هي من الطبقة المثقفة (الطلبة) التي تستعمل وسائل التواصل الاجتماعي وخصوصا الفيسبوك، ويثبت لنا هذا أهمية موقع الفيسبوك عند الطلبة خاصة وأن إدارة الكلية الخاصة بقسم علوم الاعلام والاتصال تعتمد في تواصلها مع الطلبة في منشورات الفيسبوك من خلال نشر توقيت الدراسة والتفويج... الخ، وكل ما يخص الطلبة مما يزيد من إستخدام الطلبة لهذه الوسيلة.

الجدول رقم (07) يوضح: مساهمة الفيسبوك في نشر الأخبار وقت وقوعها

النسبة %	التكرار	الإجابة
42.9 %	63	بنسبة كبيرة
38.1 %	56	بنسبة متوسطة
19 %	28	بنسبة ضعيفة
100 %	147	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (07) الذي يوضح مساهمة الفيسبوك في نشر الأخبار وقت وقوعها، ونجد أن نسبة الأكبر من الباحثين ترى أن الفيسبوك يساهم (بنسبة كبيرة) في نشر الأخبار وقت وقوعها والمقدرة نسبتهم بـ (42.9%)، أما الذين يرون أنه يساهم (بنسبة متوسطة) تقدر نسبتهم بـ (38.1%)، وأخيراً نجد أن أقل نسبة من الباحثين أجابوا أن الفيسبوك يساهم (بنسبة ضعيفة) في نشر الأخبار بنسبة (19%).

ونلاحظ من خلال الجدول أن أعلى نسبة إجابة للباحثين يرون أن الفيسبوك يساهم في نشر الأخبار وقت وقوعها بنسبة كبيرة، وهذا يرجع لما نلاحظه في مجموعات وصفحات الفيسبوك، حيث تحول الفرد من مجرد متلقي إلى فرد صحفي قادر على نشر الخبر في أي وقت وأي مكان نظراً لتوفر الوسائل المتطورة للاتصال والمثثلة في الهاتف المحمول، الذي يمكن الأفراد من نقل أي خبر يرونه أو يسمعونه في وقت وقوعه وبسهولة وسرعة فائقة.

الجدول رقم (08) يوضح: الهدف من نشر الشائعات على الفيسبوك

النسبة %	التكرار	الإجابة
22.1 %	58	لفت النظر
10.7 %	28	للتسلية والترفيه
24.4 %	64	الكراهية والانتقام
26 %	68	تحقيق مصالح شخصية
16.8 %	44	الفضول
100 %	262	المجموع

من خلال عرض بيانات الجدول رقم: (08) الذي يوضح الهدف من نشر الشائعات على الفيسبوك، والملاحظ أن أعلى نسبة من مفردات العينة أجابت بأن الهدف من نشر الشائعات هو تحقيق مصالح شخصية حيث قدرت نسبتهم بـ(26%)، تليها الكراهية والانتقام بنسبة (24.4%)، ثم لفت النظر بنسبة (22.1%)، وتأتي بعدها الإجابة بـ الفضول بنسبة (16.8%)، وأخيراً تأتي الإجابة بـ التسلية والترفيه والمقدرة بنسبة (10.7%).

ونلاحظ أن أعلى نسبتين متقاربتين كانت فيها الإجابة على الهدف من نشر الشائعات على الفيسبوك هما (تحقيق مصالح شخصية والكراهية والانتقام)، وهذه النتيجة تبين أن الشائعات تبدأ من مجال ضيق يبدأ من الفرد لتحقيق مصالحه يوجهها لفرد آخر لكرائته له أو الانتقام منه.

الجدول رقم (09) يوضح: أسباب انتشار الشائعات عبر الفيسبوك

النسبة %	التكرار	الإجابة
25 %	62	قلة الوعي
22.6 %	56	قابلية التصديق
27 %	67	قلة المعلومات حول موضوع الشائعة
25.4 %	63	توافر الفيسبوك لدى أغلبية شرائح المجتمع
100 %	248	المجموع

من خلال عرض بيانات الجدول رقم: (09) الذي يبين أسباب انتشار الشائعات عبر الفيسبوك، والملاحظ من خلال الجدول أن الإجابة جاءت متقاربة من حيث النسب، وتقدر أعلى نسبة بـ (27%) والتي أجابت أن أسباب إنتشار الشائعات عبر الفيسبوك تتمثل في قلة المعلومات حول موضوع الشائعة، أما النسبة التي تأتي في المرتبة الثانية المعبر عنها في أن اسباب انتشار الشائعات تتمثل في توافر الفيسبوك لدى أغلبية شرائح المجتمع بنسبة (25.5%)، ثم الإجابة بـ قلة الوعي يعد سببا من إنتشار الشائعات بنسبة (25 %)، وأخيرا تأتي الاجابة بـ قابلية التصديق والمقدرة بنسبة (22.6%).

ويتبين لنا أنه من أكثر الاسباب التس تؤدي إلى انتشار الشائعات هو قلة المعلومات حول موضوع الشائعة، مما يحتم على الفرد تصديقها لأنه لا يملكون معلومات الصحيحة والكافية حول الموضوع، وهذا ماتوصل إليه دراسة "إيمان انسان" حول أثر الشائعات على أداء المؤسسة الجامعية الجزائرية، حيث توصلت "أن غياب المعلومات الصحيحة هو اقوى سبب لإنتشار الشائعات بنسبة 27.65 %"، وكذلك ما توصلت إليه دراسة (صورية عصموني وفضيلة أحمد)، "أن عدم التأكد من صحة المعلومة أو الخبر من أساليب ترويج الشائعات بنسبة (86.2%)".

الجدول رقم (10) يوضح: الشائعات الأكثر إنتشارا عبر الفيسبوك

النسبة %	التكرار	الإجابة
11.2 %	13	فنية
38.8 %	45	إجتماعية
12.9 %	15	سياسية
19 %	22	إقتصادية
16.4 %	19	رياضية
1.7 %	2	أمنية
100 %	116	المجموع

من خلال الجدول رقم: (10) الذي يبين الشائعات الأكثر إنتشارا عبر الفيسبوك حسب رأي المبحوثين، نجد أن الشائعات الاجتماعية احتلت المرتبة الأولى بنسبة (38.8 %)، فيما كانت الشائعات الإقتصادية بعدها بنسبة (19 %)، أما المرتبة الثالثة تأتي الشائعات الرياضية بنسبة (16.4 %)، كما نلاحظ أن الشائعات الساسية أخذت نسبة (12.9 %)، وتأتي بعدها الشائعات الخاصة بالفن بنسبة (11.2 %)، وتأتي في المرتبة الأخيرة الشائعات الأمنية بنسبة تقدر بـ (1.7 %).

ونلاحظ أن الشائعات الأكثر إنتشارا عبر الفيسبوك احتلتها الشائعات الإجتماعية، وهذه النتيجة توصلت إليها دراسة (صورية عصموني وفضيلة أحمد)، حيث توصلت إلى: "أن من أنواع الشائعات انتشارا على المواقع التواصل الاجتماعي أولا ذات طابع اجتماعي قدرت بنسبة (44.6%)".

3 - عرض وتحليل نتائج الجداول المتعلقة بالتساؤل الجزئي الثاني:

الجدول رقم (11) يوضح: قيام أفراد العينة بنشر الأخبار والمعلومات التي تثير اهتمامهم

النسبة %	التكرار	الإجابة
64.6 %	95	نعم
35.4 %	52	لا
100 %	147	المجموع

من خلال عرض بيانات الجدول رقم: (11) الذي يبين قيام أفراد العينة بنشر الأخبار والمعلومات التي تثير اهتمامهم عبر الفيسبوك، ونلاحظ من خلال الجدول النسبة الأكبر من أفراد العينة أجابت بأنها تقوم بنشر الأخبار والمعلومات التي تثير اهتمامهم بنسبة (64.6%)، أما الذين أجابوا بـ "لا" فتقدر نسبتهم بـ (35.4%).

ونلاحظ أن غالبية أفراد العينة يقومون بنشر الأخبار والمعلومات التي تثير إهتمامهم لأنهم يتفاعلون معها، وهذا ما أشارت إليه دراسة (بلال وكمال) حيث توصلت إلى " أن المبحوثين يوافقون على إعادة نشر الأخبار المثيرة التي تصلهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي من أجل السبق في نشرها بنسبة 36.7%".

الجدول رقم (12) يوضح: كيف يتم نشر الأخبار والمعلومات التي تثير اهتمامات أفراد العينة

النسبة %	التكرار	الإجابة
11.8 %	16	المشاركة عبر صفحتك
47.1 %	64	المشاركة مع الأصدقاء
38.2 %	52	نشرها عبر المجموعات
2.9 %	4	عدم الاهتمام
100 %	136	المجموع

من خلال الجدول رقم: (12) الذي يوضح كيفية نشر الأخبار والمعلومات التي تثير اهتمامات أفراد العينة نجد أن أعلى نسبة من المبحوثين أجابت بأنهم ينشرون الأخبار التي تثير اهتمامهم عبر مشاركتها مع الأصدقاء بنسبة (47.1%)، تليها الإجابة بأنهم ينشرونها عبر المجموعات بنسبة تقدر بـ (38.2%)، وفي المرتبة الثالثة تأتي الإجابة بأنهم يشاركونها عبر صفحاتهم الخاصة بنسبة (11.8%)، وأخيراً تأتي نسبة (2.9%) بأنهم لا يقومون بنشر الأخبار التي تثير إهتمامهم.

والملاحظ ن خلال البيانات أعلاه أن معظم أفراد العينة ينشرون الأخبار والمعلومات التي تثير إهتمامهم عبر مشاركتها مع الأصدقاء أولاً ثم نشرها عبر المجموعات، وذلك للتأكد من مصداقية الخبر أو مناقشة هذا الخبر مع الأفراد الذين يثقون فيهم قبل نشرها لعامة الناس.

الجدول رقم (13) يوضح: قيام أفراد العينة بفحص الأخبار والتأكد من مصداقيتها قبل نشرها

النسبة %	التكرار	الإجابة
74.1 %	109	نعم
25.9 %	38	لا
100 %	147	المجموع

من خلال الجدول رقم: (13) الذي يبين قيام أفراد العينة بفحص الأخبار والتأكد من مصداقيتها قبل نشرها، نلاحظ أن الغالبية الكبرى من مفردات العينة أجابت بأنها تقوم بفحص الأخبار والتأكد من مصداقيتها قبل نشرها بنسبة (74.1 %)، أما الذين أجابوا بأهملا يفحصون الأخبار فتقدر نسبتهم بـ (25.9 %).

والملاحظ أن المبحوثين يقومون أولاً بفحص الخبر قبل نشره للتأكد من صحته تجنباً لترويج الشائعات، وهذا ما أشارت إليه دراسة الطالب (بلال وكال) إلى " أن المبحوثين يوافقون على التأكد من صحة الخبر من مصادر موثوقة فقط بنسبة (81.7%)".

الجدول رقم (14) يوضح: قيام أفراد العينة بحذف الخبر الذي نشره إذا تأكدوا أنه غير صحيح

النسبة %	التكرار	الإجابة
83.7 %	123	نعم
16.3 %	24	لا
100 %	147	المجموع

من خلال عرض بيانات الجدول رقم (14) الذي يوضح قيام أفراد العينة بحذف الخبر الذي نشره إذا تأكدوا أنه غير صحيح، والملاحظ أن أعلى نسبة من المبحوثين أجابت (بنعم) والمقدرة نسبتهم بـ(83.7%)، أما الذين أجابوا بأنهم لا يحذفون الخبر الذي نشره تقدر نسبتهم بـ(16.3%).

وهذا يبين أن معظم المبحوثين يتجنبون ترويج الشائعات بحذفهم للخبر الذي نشره إذا تأكدوا من عدم صحته، مما يساعد على محاربة الشائعات والقضاء عليها.

الجدول رقم (15) يوضح: الإجراء الذي ينفذه أفراد العينة عند حذف الخبر غير الصحيح

النسبة %	التكرار	الإجابة
33.5 %	51	تصحيح نظرة الناس
37.5 %	57	اسعي لنشر الخبر الصحيح
0.7 %	1	التقدم لشكوى لدى الجهة المعنية
28.3 %	43	لا أبالي بالأمر
100 %	152	المجموع

من خلال الجدول رقم: (15) الذي يبين الإجراء الذي ينفذه أفراد العينة عند حذف الخبر غير الصحيح، نجد أن أعلى نسبة من أفراد العينة أجابت بأنهم يسعون لنشر الخبر الصحيح بنسبة (37.5 %)، وبعها تأتي الاجابة بأنهم يصححون نظرة الناس للخبر غير الصحيح بنسبة (33.5 %)، تليها الإجابة بأنهم لا يبالون بالأمر إذا حذفوا الخبر غير الصحيح بنسبة تقدر بـ (28.3 %)، وأخيرا تأتي نسبة (0.7 %) بأنهم يقدمون شكوى لدى الجهة المعنية.

من خلال البيانات أعلاه يتبين لنا أن النسبة الكبيرة من المبحوثين تستخدم آليات وطرق في مواجهة الشائعات من حيث أنها يسعون لنشر الخبر الصحيح عند حذفهم للخبر غير الصحيح وتأتي بعدها تصحيح نظرة الناس، وهذا السلوك من شأنه أن يساعد في الحد ومحاربة الشائعات أو التقليل منها وتقديم الأخبار الصحيحة للأفراد.

4 - عرض وتحليل نتائج الجداول المتعلقة بالتساؤل الجزئي الثالث:

الجدول رقم (16) يوضح: تأثير شائعات الفيسبوك على اتجاهات الطلبة.

النسبة %	التكرار	الإجابة
43.5 %	64	نعم
56.5 %	83	لا
100 %	147	المجموع

من خلال عرض بيانات الجدول رقم: (16) الذي يوضح تأثير شائعات الفيسبوك على اتجاهات الطلبة، نلاحظ من خلال الجدول النسبة الأكبر من أفراد العينة أجابت بأن شائعات الفيسبوك لا تؤثر على اتجاهاتهم بنسبة تقدر بـ (56.5%)، أما الذين أجابوا بـ "نعم" فتقدر نسبتهم بـ (43.5%).

وهذا ينجم عن وعي من الطلبة حول الشائعات المنتشرة في مواقع التواصل الاجتماعي ولا يتأثرون بها إلا إذا كانت الأخبار والمعلومات المنشورة في موقع الفيسبوك موثوقة وصحيحة.

الجدول رقم (17) يوضح: كيف يلتمس الطالب تأثير شائعات الفيسبوك

النسبة %	التكرار	الإجابة
14.06 %	9	تغير في السلوكيات
54.69 %	35	تغير في الأفكار والمعتقدات
31.25 %	20	تغير في الاتجاهات والإيديولوجيات
100 %	64	المجموع

من خلال معطيات الجدول رقم: (17) الذي يوضح كيف يلتمس الطالب تأثير شائعات الفيسبوك، نجد أن أعلى نسبة من المبحوثين أجابت بأنهم يلتمسون ذلك التأثير بتغير في أفكارهم ومعتقداتهم بنسبة (54.69%)، تليها الإجابة بأنهم يحدث لهم تغيير في الإتجاهات والإيديولوجيات بنسبة تقدر بـ (31.25%)، وأخيرا تأتي الاجابة بأنهم يلتمسون هذا التأثير بتغير في سلوكياتهم بنسبة (14.06%).

ومن خلال البيانات أعلاه نلاحظ أن عدد المبحوثين الاجمالي الذين أجابوا على أنهم يلتمسون تأثير لشائعات الفيسبوك عليهم هو 64 طالب، بحيث أجابت النسبة الأكبر على أنهم يلتمسون تغيير في الأفكار والمعتقدات وهذا ما يبين لنا تأثير وسائل الإعلام والاتصال من خلال إعتقاد الأفراد عليها، كما أشارت إليه نظرية "الإعتماد على وسائل الإعلام" وسمته "بالآثار المعرفية".

الجدول رقم (18) يوضح: مساهمة الفيسبوك بشكل إيجابي في زيادة الرصيد الثقافي للطلبة في مختلف

المجالات

النسبة %	التكرار	الإجابة
67.3 %	99	نعم
32.7 %	48	لا
100 %	147	المجموع

من خلال عرض بيانات الجدول رقم: (18) الذي يبين مساهمة الفيسبوك بشكل إيجابي في زيادة الرصيد الثقافي للطلبة في مختلف المجالات، ونلاحظ من خلال الجدول الإلبيية من الطلبة أجابوا بنعم بمقدار (67.3 %)، أما الذين أجابوا بـ "لا" فتقدر نسبتهم بـ (32.7 %).

وهذا ما يبين لنا أهمية الفيسبوك كوسيلة إعلامية تزود الطلبة بالمعلومات والأخبار التي تزيد من رصيدهم الثقافي وفي مختلف المجالات، كما أشارت إليه دراسة الطالب "بلا ب و ك ال" حين توصلت في نتائجها إلى أن أفراد عينته الذين أجابوا بـ 60% أنهم يوافقون على أن الاخبار التي تصلهم عبر مواقع التواصل الإجتماعي تزيد من حصيلتهم الثقافية والعلمية.

الجدول رقم (19) يوضح: درجة تأثير الشائعات في الوسط الجامعي

النسبة %	التكرار	الإجابة
41.5 %	61	كبيرة
39.5 %	58	متوسطة
19 %	28	ضعيفة
100 %	147	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (19) الذي يوضح درجة تأثير الشائعات في الوسط الجامعي، ونجد أن أعلى نسبة من المبحوثين ترى أن درجة تأثير الشائعات في الوسط الجامعي كبيرة بنسبة (41.5%)، أما الذين يرون أن تأثيرها توسط تقدر نسبتهم بـ (39.5%)، وأخيراً نجد أن أقل نسبة من المبحوثين أجابوا أن درجة تأثير الشائعات في الوسط الجامعي ضعيفة بنسبة (19%).

يتبين لنا أن خلال البيانات أعلاه أن النسبة الأكبر من المبحوثين ترى أن درجة تأثير الشائعات في الوسط الجامعي كبيرة نظراً لتجربتهم ولما عايشوه خلال مشوارهم الدراسي في الجامعة، بحيث أن الشائعات لا تستثني أي مكان أو زمان، حتى لو كان في مكان يتكون من الطبقة المتعلمة والمتقفة وبغض النظر عن مستواهم الثقافي والدراسي.

الجدول رقم (20) يوضح: تأثير إنتشار الأخبار غير الصحيحة في مدة إستخدام الفيسبوك بالنسبة

للطلبة.

النسبة %	التكرار	الإجابة
59.9 %	88	نعم
40.1 %	59	لا
100 %	147	المجموع

من خلال عرض بيانات الجدول رقم: (20) الذي يبين تأثير إنتشار الأخبار غير الصحيحة في مدة إستخدام الفيسبوك ، ونلاحظ أن الغالبية الأكبر من أفراد العينة أجابت أن إنتشار الأخبار غير الصحيحة أثر في مدة إستخدامهم للفيس بوك حيث تقدر نسبتهم بـ (59.9%)، أما الذين أجابوا بـ "لا" فتقدر نسبتهم بـ (40.1%).

من خلال قراءة الجدول أعلاه يتبين لنا أن درجة انتشار الأخبار غير الصحيحة يأثر في مدة استخدام الفيسبوك بالنسبة للطلبة الجامعيين، وهذا يبين خطورة الشائعات في التأثير على مصداقية مواقع التواصل الإجتماعي.

الجدول رقم (21) يوضح: السلوك الذي انتهجه الطالب الجامعي عند تأثره بالأخبار غير الصحيحة

النسبة %	التكرار	الإجابة
25.9 %	38	ازداد استخدامي له
47.6 %	70	قل استخدامي له
26.5 %	39	لم يتأثر استخدامي به
100 %	147	المجموع

من خلال الجدول رقم: (21) الذي يوضح السلوك الذي انتهجه الطالب الجامعي عند تأثره بالأخبار غير الصحيحة، نجد أن أعلى نسبة من المبحوثين أجابت بأنهم قل استخدامهم للفيس بوك بنسبة (47.6 %)، تليها الإجابة بأنهم لم يتأثر استخدامهم للفيس بوك بنسبة تقدر بـ (26.5 %)، وأخيرا تأتي نسبة (25.9 %) بأنهم إزداد استخدامهم للفيس بوك.

ويتبين لنا من خلال قراءة الجدول أن النسبة الأعلى من الطلبة قل استخدامها للفيس بوك من جراء إنتشار الأخبار غير الصحيحة، لذلك فالشائعات تأثر سلبا على مستخدمي الفيس بوك ووسائل الاتصال عموما، لذلك وجب محاربتها والتقليل من إنتشارها، فمصادقية الخبر والمعلومات تعطي ثقة للمتلقي بهذه الوسيلة الاتصالية، فيزداد إستخدامه لها وتعم الفائدة على كل أفراد المجتمع.

ثانياً: تفسير ومناقشة نتائج الدراسة:

1- تفسير ومناقشة النتائج المتعلقة بالتساؤل الجزئي الأول:

من خلال عرض جداول وبيانات التساؤل الجزئي الأول و والذي كان كالتالي:

- ما مدى مساهمة الفيسبوك في نشر الشائعات من وجهة نظر طلبة الاعلام والاتصال؟

توصلنا في الجدول رقم (06) إلى أن نسبة متصفح الفيسبوك داخل أفراد العينة بلغت (92.5%) وهذا يبين لنا أهمية وسائل الإتصال الحديثة عند الشباب والطبقة المثقفة (الطلبة الجامعيين) ونظرا لسهولة إستخدام الفيسبوك وسرعة نقله للخبر والمعلومة يستخدمه الطلبة لإشباع حاجاتهم كما تشير إليه نظرية الإستخدامات والإشباع فروضها: " جمهور وسائل الإعلام هو جمهور نشط له دوافع وأهداف وحاجات تجعله يتوجه إلى إستعمال وسيلة محددة سواء كانت إعلامية أو مصادر أخرى".

كما نجد في الجدول رقم (07) أن مساهمة الفيسبوك في نشر الأخبار وقت وقوعها كانت بنسبة كبيرة بلغت (42.9%) وهذا راجع إلى ظهور الفرد الصحفي الذي أصبح مرسل ومستقبل في وقت واحد وأصبح قادر على ارسال أي خبر في أي وقت وأي مكان نظرا للتطور الهائل في وسائل الإعلام والإتصال.

وفي الجدول رقم: (08) لاحظنا أن أعلى نسبة من مفردات العينة أجابت بأن الهدف من نشر الشائعات هو تحقيق مصالح شخصية حيث قدرت نسبتهم بـ(26%) وهذا يبين لنا كيف تبدأ الشائعات في مجال ضيق خاص بالفرد ثم تنتشر إلى عامة الناس.

وبالنسبة للجدول رقم: (09) والذي كان فيه السبب الأكبر لإنتشار الشائعات عبر الفيسبوك هو قلة المعلومات حول موضوع الشائعة بنسبة (27%) مما يحتم على الفرد تصديقها والتعامل معها كخبر صحيح لأنه لا يملك معلومات الصحيحة والكافية حول الموضوع.

وفي الجدول رقم (10) والأخير بالنسبة للتساؤل الجزئي الأول نجد أن الشائعات الإجتماعية هي الشائعات الأكثر إنتشارا عبر الفيسبوك حسب رأي المبحوثين بنسبة تقدر بـ (38.8%).

ومن خلال المعطيات السابقة نستنتج أن الفيسبوك يساهم بدرجة كبيرة في نشر الشائعات، وهذا ما يبين لنا قوة وسائل الإتصال الحديثة التفاعلية في نقل الأخبار والمعلومات من قبل الأفراد، لأنها لا تخضع للرقابة مثل وسائل الاعلام التقليدية.

2- تفسير ومناقشة النتائج المتعلقة بالتساؤل الجزئي الثاني:

من خلال عرض وتحليل نتائج جداول وبيانات التساؤل الجزئي الثاني والذي كان كالتالي:

- كيف يتعامل طلبة الاعلام والاتصال مع الشائعات في الفيسبوك؟

ونلاحظ في الجدول رقم (11) إلى أن معظم أفراد العينة تقوم بنشر الأخبار والمعلومات التي تثير اهتمامهم بنسبة (64.6%)، وهذا ما تأكده الفرضية الثالثة في نظرية الإستخدامات والإشباع حيث تقول: "يعتبر الجمهور المتلقي إنتقائيا في إستخدامه لوسائل الإعلام والاتصال وفقا لحاجاته المتوقعة منها"، فالفرد ينتقي الأخبار التي تثير إهتمامه ويقوم بنشرها.

أما كيف يتم نشرها فكانت إجابة الباحثين أهم يشاركونها مع الأصدقاء بنسبة تقدر بـ (47.1%) وذلك للتأكد من مصداقية الخبر أو مناقشة هذا الخبر مع الافراد الذين يثقون فيهم قبل نشره لعامة الناس، كما هي موضحة في الجدول رقم (12).

وفي الجدول رقم (13) نلاحظ أن الغالبية الكبرى من الطلبة تقوم بفحص الأخبار والتأكد من مصداقيتها قبل نشرها بنسبة (74.1%) وهذا تجنباً لترويج الأخبار الشائعة، بحيث يعد هذا من آليات محاربة الشائعات والتقليل منها.

كما أن (83.7%) من الباحثين يقومون بحذف الخبر الذي نشره إذا تأكدوا أنه غير صحيح كما هي موضحة في الجدول رقم (14) وهذه أيضا تعد آلية من آليات محاربة الشائعات والحد من إنتشارها في وسائل التواصل الإجتماعي.

أما في الجدول رقم (15) الذي يتحدث عن الإجراء الذي ينفذه أفراد العينة عند حذف الخبر غير الصحيح، فالنسبة الأكبر من الطلبة أجابو أنهم يسعون لنشر الخبر الصحيح وبعدها تصحيح نظرة الناس، وهذا السلوك من شأنه أن يساعد في الحد ومحاربة الشائعات أو التقليل منها وتقديم الأخبار الصحيحة للأفراد.

ومن خلال المعطيات السابقة فالاجابة على السؤال الثاني تكون على النحو الآتي: يتبين لنا أن تعامل طلبة الاعلام والاتصال مع الشائعات في الفيسبوك يكون بطريقة عقلانية وإنتقائية، بحيث ينشرون فقط الأخبار التي تمهمم ويشاركونها مع أصدقائهم أولا لفحصها والتأكد منها ثم ينشرونها في مجموعات الفيسبوك، وإذا تأكدوا من عدم صدق الخبر أو المعلومة يحذفونها فورا ويسعون لنشر الخبر الصحيح.

3- تفسير ومناقشة النتائج المتعلقة بالتساؤل الجزئي الثالث:

من خلال عرض وتحليل نتائج الجداول والبيانات الخاصة بالتساؤل الجزئي الثالث والذي كان كالتالي:

1- هل يعتمد طلبة الاعلام والاتصال على شائعات الفاييسبوك في تكوين اتجاهاتهم؟

تبين لنا من خلال الجدول رقم (16) أن النسبة الأكبر من أفراد العينة أجابت بأن شائعات الفيسبوك لا تؤثر على اتجاهاتهم بنسبة تقدر بـ (56.5%) نظرا لوعي الطلبة حول الشائعات المنتشرة في مواقع التواصل الاجتماعي، وفي الجدول رقم (17) نجد الطلبة الذين أجابو "نعم" في الجدول السابق أي أن شائعات الفيسبوك تؤثر فيهم حيث يلتصقون هذا التأثير بتغير في الأفكار والمعتقدات بنسبة (43.5%)، وهذا التأثير ناجم على اعتماد الطلبة على الفيسبوك في تلقي الأخبار والمعلومات، وهذا ما يوافق ما جاء في نظرية (الاعتماد على وسائل الإعلام): "أن وسائل الإعلام تقوم بتحقيق 3 تأثيرات من خلال اعتماد الناس عليها من بينها: الآثار المعرفية: والتي تشمل تكوين الاتجاهات، ترتيب الأوليات، اتساع المعتقدات والقيم".

أما من خلال بيانات الجدول رقم: (18) أن الفيسبوك يساهم بشكل إيجابي في زيادة الرصيد الثقافي للطلاب بنسبة (67.3%)، نظرا للإستخدام المتكرر للفيسبوك مما يجعله يلي حاجاته الثقافية، هاذ يوافق ما جاءت به نظرية الإستخدامات والإشباع من خلال فرضية "أن وسائل الإعلام والاتصال قد تؤثر في الفرد وفي البنية الإجتماعية والثقافية والسياسية والإقتصادية للمجتمع".

وفي الجدول رقم (19) تبين لنا أن درجة تأثير الشائعات في الوسط الجامعي كانت كبيرة بنسبة قدرت بـ (41.5%)، بحيث أن الشائعات لا تستثني أي مكان أو زمان، حتى لو كان في مكان يتكون من الطبقة المتعلمة والمتقفة وبغض النظر عن مستواهم الثقافي والدراسي.

أما الجدول رقم (20) نجد أن إنتشار الأخبار غير الصحيحة أثر في مدة إستخدام الطلبة للفيسبوك بنسبة (47.6%)، لأن الأخبار غير الصحيحة تقلل من مصداقية هاذ الموقع ومنه يقل إستخدام الفيسبوك لعدم إشباعه لحاجاتهم الثقافية والاجتماعية والسياسية والإقتصادية... الخ وهذا يجعله يلجأ لوسائل أخرى ليأخذ منها الأخبار والمعلومات الصحيحة، وهذا ما بينه الجدول رقم (21) بحيث أن أعلى نسبة من المبحوثين أجابت بأنهم قل إستخدامهم للفيس بوك بنسبة (47.6%)، وهذا ما يتفق مع نظرية الإستخدامات والإشباع حيث تقول: "جمهور وسائل الإعلام

هو جمهور نشط له دوافع وأهداف وحاجات تجعله يتوجه إلى إستعمال وسيلة محددة سواء كانت إعلامية أو مصادر أخرى".

ومن خلال المعطيات السابقة يتبين لنا إعتقاد الطلبة الجامعيين بشكل كبير على شائعات الفيسبوك مما يؤثر بالدرجة الأولى على أفكارهم ومعتقداتهم ثم إتجاهاتهم.

ومن خلال المعطيات السابقة فالاجابة على السؤال الثالث تكون كالتالي: يتبين لنا أن طلبة الاعلام والاتصال لا يعتمدون على شائعات الفيسبوك في تكوين إتجاهاتهم، بل تؤثر سلبا على إتجاهاتهم ومدة إستخدامهم للفيسبوك من خلال إنتشار الأخبار غير الصحيحة، وفي المقابل ساهم الفيسبوك في زيادة الرصيد الثقافي للطلاب كلما كان الخبر موثوق وصحيح.

ثالثا: النتائج العامة للدراسة

من خلال موضوع دراستنا والذي حاولنا فيه معرفة مدى تأثير شائعات الفيسبوك في تكوين إتجاهات الطلبة الجامعيين، وبعد تحليلنا لبيانات الجداول وتفسيرها توصلنا لعدة نتائج وهي:

1- يساهم الفيسبوك بنسبة كبيرة في نشر الشائعات بسبب قلة المعلومات حول الموضوع المنشور، نظرا للإستخدام الكبير لهذا الموقع وكثرة الأخبار والمعلومات السريعة والآنية وضعف الرقابة على كل ما ينشر من أخبار.

2- يتعامل الطلبة مع الشائعات في الفيسبوك بطريقة عقلانية وانتقائية، بحيث ينشرون فقط الأخبار التي تمهمهم ويشاركونها مع أصدقائهم أولا لفحصها والتأكد منها ثم ينشرونها في مجموعات الفيسبوك، وإذا تأكدوا من عدم صدق الخبر أو المعلومة يحذفونها فورا ويسعون لنشر الخبر الصحيح.

3- لا يعتمد الطلبة على شائعات الفيسبوك في تكوين إتجاهاتهم، بل تؤثر سلبا على إتجاهاتهم ومدة إستخدامهم للفيسبوك من خلال إنتشار الأخبار الغير الصحيحة، وفي المقابل ساهم الفيسبوك في زيادة الرصيد الثقافي للطلاب كلما كان الخبر موثوق وصحيح.

خاتمة

خاتمة:

استعرضنا في هذه الدراسة التي كانت بعنوان "تأثير الشائعات في تكوين اتجاهات الطلبة- الفيسبوك نموذجاً" أهمية موقع الفيسبوك في نقل الأخبار والمعلومات وكيفية تعامل الطلبة الجامعيين مع الشائعات المنتشرة في هذا الموقع، ومن ثم هل يعتمد الطلبة على شائعات الفيسبوك في تكوين اتجاهاتهم أم لا، محاولين في ذلك الإجابة عن التساؤل الرئيسي والذي كان حول مدى تأثير شائعات الفيسبوك في تكوين اتجاهات الطلبة.

حيث توصلنا أن موقع الفيسبوك يحتل مكانة كبيرة في استخدام الطلبة له، وأنه يساهم بدرجة كبيرة في نقل الشائعات والأخبار نظراً لعدم الرقابة الصارمة عليه وقلة المعلومات حول الموضوع المنشور، ورغم ذلك وجدنا معظم الطلبة يتعاملون بحذر وعقلانية مع هذه المواضيع، فلا يقومون بنشرها مباشرة إلا بعد التأكد من مصداقيتها، ويساهمون في محاولتهم للتقليل من الشائعات عن طرق حذف الخبر الذي نشره وتصحيحه إذا تأكدوا من عدم صحته، وأخيراً توصلنا إلى أن الطلبة لا يعتمدون كلياً على الشائعات المنتشرة في الفيسبوك في تكوين اتجاهاتهم مما أثر سلباً في كمية استخدامهم للموقع لعدم مصداقية كل المعلومات فيه، وفي المقابل وجدنا أن الأخبار والمعلومات الموثوقة التي يقدمها هذا الموقع زادت الرصيد الثقافي للطلاب.

ومن خلال هذا نستطيع أن نقول أن شائعات الفيسبوك لا تؤثر كلياً على اتجاهات الطلبة، وأما الأخبار والمعلومات الصحيحة والموثوقة تؤثر إيجابياً على الرصيد الثقافي للطلاب الجامعي.

قائمة المراجع

والمصادر

قائمة المراجع والمصادر:

- القرآن الكريم برواية ورش. (سورة النور).

- قائمة المعاجم والقواميس:

1. جمال الدين محمد بن مكرم ابن منظور، لسان العرب، الدار المصرية للتأليف والترجمة، القاهرة، 630-711هـ.
2. إبراهيم أنيس، معجم الوسيط، القاهرة، دار المعارف، 1972.
3. د. محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي، ط1، دار الفجر للنشر و التوزيع، القاهرة، 2004.
4. جبران مسعود، معجم الرائد، ص7، دارالعلم للملادين، 1992.
5. خليل أحمد خليل، معجم المصطلحات الإجتماعية، دار الفكر اللبناني، ط1، بيروت، 1995.
6. علي بن هادية وآخرون، القاموس الجديد للطلاب، ط7، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1991.

- قائمة الكتب:

7. د. محمد بن عبد الله اللطيف البرعي وأبو حمزة المهاجري، التثبت من الأخبار والقضاء على الشائعات، دار الخلفاء الراشدين ودار الفتح الاسلامي، الطبعة الاولى، 2014.
8. جان نويل كابفيرير، الشائعات الوسيلة الاعلامية الأقدم في العالم، دار الساقى للطباعة والنشر، لندن، 2008.
9. شريف درويش اللبان، مداخلات في الإعلام البديل والنشر الالكتروني على الانترنت، القاهرة، دار العالم العربي للنشر والتوزيع، 2011.
10. د. علي محمد رحومة، الانترنت والمنظومة التكنو-اجتماعية، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، 2007م.
11. حسان أحمد قمحية، الفييسوك تحت المجهر، دار النخبة، الجيزة، 2017.
12. دويدار عبد الفتاح، علم النفس الاجتماعي، دار النهضة العربية، بيروت، 1994.

13. عبد الرزاق دليمي، نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرون، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان (الأردن)، 2016.
14. سماح سالم، البحث الاجتماعي (الاساليب، المناهج، الاحصاء)، ط1 ، دار الثقافة للنشر و التوزيع، عمان ، 2012.
15. فضيل دليلو وعلي غربي وآخرون، أسس المنهجية في العلوم الإجتماعية، منشورات جامعة منتوري قسنطينة، الجزائر، 1999.
16. عامر قنديلجي، البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات التقليدية والالكترونية، ط2، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان (الأردن)، 2010.
17. عبد الفتاح محمد العيسوي وعبد الرحمان محمد العيسوي، مناهج البحث العلمي، مصر، دار راتب الجامعية، 1997.
18. رشيد زرواتي، منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، الجزائر ، دار الكتاب الحديث ، 2004.
19. عمار بوحوش ومحمد محمود الذنبيات، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005.
20. غريب محمد السيد أحمد، تصميم البحث الاجتماعي، دار المعرفة الجامعية، مصر، 1986.
21. جودت عزت عطوي، أساليب البحث العلمي، ط2 ، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2007 .
22. أحمد بن مرسللي، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط2 ، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2007.
23. مورييس أنجوس، ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون ، منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية، ط2، دار القصة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2006.

- قائمة المذكرات الرسائل الجامعية:

24. رأفت مهند عبد الرزق، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي، رسالة ماجستير، قسم الصحافة والإعلام، جامعة البتراء الأردنية، 2013.
25. محمد، منتصر، واقع استخدام المنظمات الأهلية في قطاع غزة لشبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز علاقتها بالجمهور، شهادة ماجستير، الجامعة الإسلامية غزة، فلسطين، 2013.
26. بكرى قدرى محمد، تأثير فترة التدريب الميداني المتصلة على الإتجاهات التربوية لطلاب الصف الثالث بكلية التربية الرياضية للبنين، رسالة ماجستير، 1976.
27. يسمينة خذنة، واقع تكوين طلبة الدراسات العليا في الجامعة الجزائرية، مذكرة ماجستير (غير منشورة)، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، قسم علم الاجتماع، جامعة منتوري قسنطينة، 2007.
28. فاطمة الزهرة بنين، اعتماد الجمهور على القنوات الفضائية الإخبارية في الحصول على المعلومات حول الأزمات العربية، مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماستر في العلوم الإسلامية، قسم العلوم الإنسانية، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة حمه لخضر - الوادي، 2015/2014.
29. بن الشبه رابع وبن قطاية محمد، إتجاهات الطلبة الجامعيين نحو أخبار كورونا بين الاعلام التقليدي ومواقع التواصل الاجتماعي، مذكرة مقدمة لإستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي، قسم علوم الاعلام والاتصال، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة قاصدي مرياح - ورقلة، 2021/2020.
30. بلال وكال، الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي ومدى تأثيرها على المجتمع الجزائري، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال، قسم علوم الاعلام والاتصال، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة محمد بوضياف - المسيلة، 2018/2017.
31. سعيود نوال وملوم مريم، دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الاشاعات "الفيسبوك" نموذج، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علم اجتماع الاتصال، قسم علم الاجتماع، كلية العلوم الاجتماعية والانسانية، جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل، 2020/2019.

32. صورية عصموني و فضيلة أحمد، مواجهة الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي لدى الطالب الجامعي في ظل

أزمة كورونا، مذكرة تخرج مقدمة لنيل شهادة الماستر في الإعلام والاتصال، قسم العلوم الإنسانية، كلية العلوم الإنسانية

والاجتماعية والعلوم الإسلامية، جامعة أحمد دراية أدرار، 2021/2020.

33. مصنوعة سميرة، دراسة سوسيو ثقافية لظاهرة الإشاعة وعلاقتها بالمحيط الطلابي، رسالة لنيل شهادة الماجستير في علم

الاجتماع، قسم علم الاجتماع، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، 2008/2007.

– قائمة المجالات والندوات العلمية:

34. نصر الدين مزارى، المصادقية في الفيسبوك بين الخبر والاشاعة "قراءة في آليات إنتشار الشائعات في مواقع

التواصل الاجتماعي وسبل محاربتها- الفيسبوك نموذجاً-"، مجلة آفاق العلوم، العدد 02، جامعة الجلفة (الجزائر)،

24 فيفري 2020.

35. علي سلطاني، صناعة الشائعات السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، مجلة المعيار، العدد 60، جامعة تبسة،

30 أكتوبر 2021.

36. د. نايف بن محمد المرواني، الشائعات وآثارها السلبية في بنية المجتمع وتماسكه، الندوة العلمية: مجابهة الشائعات، مركز

الدراسات والبحوث، جيبوتي، 2010.

37. علي حمود علي، تنمية تطوير كفاءات وفعالية أعضاء هيئة التدريس بمؤسسات التعليم العالي، ندوة تنمية أعضاء

هيئة التدريس، كلية التربية، جامعة الملك سعود، السعودية، 2004.

– قائمة المراجع الأجنبية:

38. La petit dictionnaire de la langue française, Montréal, canada, 1992.

39. La rousse de la langue française, lexis librairie la rousse , 1979.

– قائمة المراجع الأجنبية:

40. <https://fshs.univ-ouargla.dz/index.php>, 26/04/2022.

الملاحق



جامعة قاصدي مرباح ورقلة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علم الاجتماع والديموغرافيا

تخصص علم الاجتماع والاتصال

استمارة استبيان لمذكرة عنوانها

الشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها في تكوين اتجاهات الطلبة الجامعيين

(الفيسبوك نموذجا) لدى طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة قاصدي مرباح ورقلة،

السلام عليكم أخي الطالب أختي الطالبة:

في إطار إعداد مذكرة لنيل شهادة الماستر تخصص علم الاجتماع والاتصال، يطيب لنا أن نضع بين أيديكم هذا الاستبيان والرجاء التكرم بمنحنا جزءا من وقتكم في ملء هذه الإستبانة وذلك بوضع علامة (X) في الخانة التي تعبر عن رأيكم، راجين منكم الإجابة على كل الفقرات، ونحيطكم علما بأن ما تدلون به من إجابات سيحاط بالسرية التامة ولن يستخدم إلا للأغراض البحث العلمي فقط، كما نشكركم في الأخير على تعاونكم معنا ونتمنى لكم كل النجاح والتوفيق.

إشراف الأستاذة:

شيماء مبارك

إعداد الطالب:

أحمد تخة

السنة الجامعية

2022 – 2021

المحور الأول: البيانات الشخصية:

- 1 . الجنس: ذكر أنثى
- 2 . السن: 18 - 20 21 - 25 26 - 30 31 فأكثر
- 3 . الحالة الاجتماعية: أعزب متزوج مطلق أرمل
- 4 . الطور الدراسي: ثانية ليسانس ثالثة ليسانس
- أولى ماستر ثانية ماستر

1- المحور الثاني: مدى مساهمة الفيسبوك في نشر الشائعات من وجهة نظر طلبة

الاعلام والاتصال؟

5 . هل أنت من متصفحى الفيسبوك؟

نعم لا

6- هل الفيسبوك يساهم في نشر الأخبار وقت وقوعها:

- بنسبة كبيرة
- بنسبة متوسطة
- بنسبة ضعيفة

7- من وجهة نظرك ما هو الهدف من نشر الشائعات على الفيسبوك؟ (يمكن اختيار أكثر من إجابة).

- لفت النظر
- للتسلية والترفيه
- الكراهية والانتقام
- تحقيق مصالح شخصية
- الفضول

8 . حسب رأيك ما هي أسباب انتشار الشائعات عبر الفيسبوك؟

- قلة الوعي
- قابلية التصديق

- قلة المعلومات حول موضوع الشائعة
- توافر الفيسبوك لدى أغلبية شرائح المجتمع

9 . ما هي الشائعات الأكثر انتشارا عبر الفيسبوك؟ (يمكن اختيار أكثر من إجابة).

-
- اجتماعية
- سياسية
- اقتصادية
- رياضية
- أمنية

2- المحور الثالث: كيفية تعامل طلبة الاعلام والاتصال مع الشائعات في الفيسبوك؟

10. هل تقوم بنشر الأخبار والمعلومات التي تثير اهتمامك؟

- نعم لا

- إذا كانت إجابتك بنعم كيف يتم نشرها؟ (يمكن اختيار أكثر من إجابة).

- المشاركة عبر صفحتك
- المشاركة مع الأصدقاء
- نشرها عبر المجموعات
- عدم الاهتمام

11. هل تقوم بفحص الأخبار والتأكد من مصداقيتها قبل نشرها؟

- نعم لا

12. هل تقوم بحذف الخبر الذي نشرته إذا تأكدت أنه غير صحيح؟

- نعم لا

- إذا كانت إجابتك بنعم ما هو الإجراء الذي تنفذه؟ (يمكن اختار أكثر من إجابة).

- تصحيح نظرة الناس
- اسعي لنشر الخبر الصحيح
- التقدم لشكوى لدى الجهة المعنية

➤ لا أبالي بالأمر

3- المحور الرابع: إعتقاد طلبة الاعلام والاتصال على شائعات الفايسبوك في تكوين

اتجاهاتهم؟

13 . حسب رأيك هل تؤثر الشائعات عبر الفيسبوك على اتجاهاتك؟

نعم لا

– إذا كانت إجابتك بنعم هل تلتمس ذلك الأثر من خلال: (يمكن اختار أكثر من إجابة).

➤ تغيير في السلوكيات

➤ تغيير في الأفكار والمعتقدات

➤ تغيير في الاتجاهات والإيديولوجيات

14 . هل ساهم الفيسبوك بشكل ايجابي في زيادة رصيدك الثقافي في مختلف المجالات؟

نعم لا

15 . حسب رأيك ما هي درجة تأثير الشائعات في الوسط الجامعي؟

➤ كبيرة

➤ متوسطة

➤ ضعيفة

16 . هل انتشار الأخبار غير صحيحة عبر الفيسبوك أثر في مدة استخدامك له ؟

نعم لا

– إذا كانت إجابتك بنعم ما هو السلوك الذي انتهجته:

➤ ازداد استخدمي له

➤ قل استخدمي له

➤ لم يتأثر استخدمي به

ملخص الدراسة بالعربية

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على تأثير شائعات الفيسبوك في تكوين اتجاهات الطلبة الجامعيين، حيث طبقت هذه الدراسة على عينة من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة قاصدي مرباح ورقلة.

وتندرج هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية التي تسعى لوصف ظاهرة الشائعات عبر موقع الفيسبوك، وإعتمدنا في جمعنا لإجابات المبحوثين على إستمارة الإستبيان الورقية والإلكترونية، حيث تضمنت (16) سؤال موزعة على أربعة محاور، بينما بلغت عينة الدراسة (147) طالب من قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة قاصدي مرباح ورقلة، وعند تفسير ومناقشة نتائج الدراسة توصلنا للنتائج التالية:

1- يساهم الفيسبوك بنسبة كبيرة في نشر الشائعات بسبب قلة المعلومات حول الموضوع المنشور، نظرا للإستخدام الكبير لهذا الموقع وكثرة الأخبار والمعلومات السريعة والآنية وضعف الرقابة على كل ما ينشر من أخبار.

2- يتعامل الطلبة مع الشائعات في الفيسبوك بطريقة عقلانية وانتقائية، بحيث ينشرون فقط الأخبار التي تمهمهم ويشاركونها مع أصدقائهم أولا لفحصها والتأكد منها ثم ينشرونها في مجموعات الفيسبوك، وإذا تأكدوا من عدم صدق الخبر أو المعلومة يحدفونها فورا ويسعون لنشر الخبر الصحيح.

3- لا يعتمد الطلبة على شائعات الفيسبوك في تكوين اتجاهاتهم، بل تؤثر سلبا على اتجاهاتهم ومدة إستخدامهم للفيسبوك من خلال إنتشار الأخبار الغير الصحيحة، وفي المقابل ساهم الفيسبوك في زيادة الرصيد الثقافي للطلاب كلما كان الخبر موثوق وصحيح.

الكلمات المفتاحية: الشائعات، مواقع التواصل الإجتماعي، الطالب الجامعي، الفيسبوك.

Study summary in English

This study aims to identify the extent of the impact of Facebook rumors on the formation of the attitudes of university students, as this study was applied to a sample of students from the Department of Media and Communication Sciences at the University of Kasdi Merbah, Ouargla.

This study is part of the descriptive research that seeks to describe the phenomenon of rumors through the Facebook website. In collecting the respondents' answers, we relied on the paper and electronic questionnaire form, which included (16) questions distributed over four axes, while the study sample amounted to 147 students from the Department of Media and Communication Sciences. At the University of Kasdi Merbah Ouargla, and when interpreting and discussing the results of the study, we reached the following results:

1- Facebook contributes to a large percentage in spreading rumors due to the lack of information on the published topic, given the great use of this site and the large number of news and quick and real-time information and the weak control over all the news that is published.

2- Students deal with rumors on Facebook in a rational and selective manner, so that they publish only the news that interests them and share it with their friends first to check and verify it and then publish it in Facebook groups.

3- Students do not rely on Facebook rumors to form their attitudes, but rather negatively affect their attitudes and the duration of their use of Facebook through the spread of incorrect news, and in return, Facebook contributed to increasing the cultural balance of the student whenever the news was reliable and true.

Keywords: rumors, social networking sites, university students, Facebook.