

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
République Algérienne Démocratique et Populaire

Ministère de l'Enseignement Supérieur  
et de la Recherche Scientifique  
Université Akli Mohand Oulhadj - Bouira -  
Tasdawit Akli Muḥend Ulḥağ - Tibirett -  
Faculté des Sciences Sociales et Humaines



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
جامعة أكلي محمد أولحاج  
- البويرة -  
كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

مشروع التخرج مقدم لنيل شهادة الليسانس

تخصص: إعلام واتصال

تحت عنوان:

تأثير الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي على الطلبة الجامعيين

طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة البويرة

الفيسبوك أنموذجا

إعداد الطلبة:

إشراف الأستاذة:

❖ عفان صونيا

❖ بن يحيى آسية

❖ حميدي مروى

❖ مسعودي سميرة

2022-2021



"تعلّموا العلم فان تعلمه الله خشية، وطلبه عبادة، ودراسته تسبيح، والبحث عنه جهاد

وتعليمه من لا يعلمه صدقة، وبذله إلى أهله قربة".

الصحابي الجليل معاذ بن أبي جبل - رضي الله عنه -

# إِهْدَاء

بسم الله الرحمن الرحيم

"إن أريد إلا الإصلاح ما استطعت وماتوفاي إلا بالله وعليه توكلت وإليه أنيب"

صدق الله العظيم سورة هود آية 88.

إلى منارة العلم والمصطفى الأمين سيد الخلق محمد صلى الله عليه وسلم

إلى التي كانت ومازالت وستظل الأولى بالاحترام والتقدير فإليها أهدي عملي هذا ،داعية لها بالصحة  
والسعادة في الدنيا أُمي حبيبي "فتيحة"

وإلى من كلله الله بهيبة الوقار،إلى من علمني العطاء بدون انتظار إلى من أحمل اسمه بكل افتخار والدي  
العزير "محمد"

إلى أخواتي وإخوتي وزوجاتهم حفظهم الله

إلى من شجعوني وساروا معي خطوة بخطوة إلى الأخوات اللواتي تلهن أُمي صديقاتي "هاجر،أمال،سارة"

إلى كل عائلتي، إلى كل الذين أحببتهم وأحبوني.

مروى

# إِهْدَاء

الحمد لله الذي أنار طريقي وكان خير عون لي .  
إلى من ساندني وأمسك الشعلة طوال درب لينير طريقي، أبي الغالي، "رابح" له مني كل التقدير و  
الاحترام، أطل الله في عمره وعفاه من كل مرض .  
إلى من كانت السبب في وجودي، ودعواتها السبب في تقديمي، أمي الحبيبة "زهرة" أنحني لها بإجلال وتقدير .  
إلى كل عائلتي، أخواتي الغاليات اللاتي كن خير العون و السند ، إلى كل من ساندني من قريب ومن  
بعيد .

إلى كل الأساتذة الكرام الذين قدموا لنا يد العون، أهدي هذا العمل  
المتواضع.

. وأسأل الله التوفيق .

آسية

# إِهْدَاء

إلى الينبوع الذي لا يمل العطاء إلى من حاكت سعادتي بخيوط منسوجة من قلبها إلى

والدتي العزيزة

إلى من سعى و شقا لأنعم بالراحة و الهناء الذي لم يبخل بشيء مم اجل دفعي في طريق النجاح و الذي علمني أن ارتقي سلم الحياة بحكمة و صبر

والدي العزيز

إلى من حبهم يجري في عروقي و يلهج بذكراهم فؤادي

أخي وأخواتي الغاليين

إلى من سرنا سويا ونحن نشق الطريق معا نحو النجاح والإبداع إلى من تكاتفنا يدا بيد ونحن نقطف زهرة تعلمنا إلى

صديقاتي وزميلاتي

إلى من علموني حروفا من ذهب و كلمات من درر عبارات من أسمى وأجلى عبارات في العلم إلى من صاغوا لي من علمهم حروفا ومن فكرهم منارة تنير لنا مسيرة العلم و النجاح إلى

أساتذتي الكرام

اهدي هذا العمل المتواضع راجية من المولى عز وجل أن يجد القبول و النجاح

سميرة

# شُكْرٌ وَعِرْفَانٌ

أولاً نشكر الله ونحمده حمدا كثيرا مباركا على هذه النعمة الطيبة والنافعة نعمة العلم والبصيرة.

كما أتقدم بالشكر الجزيل إلى كل من كان عوناً لنا في دربنا لانجاز هذا المشروع إلى الأستاذة المشرفة "عفان صونيا" تقبلي منا فائق الشكر و التقدير

وأشكر أيضا كل من تقدم لنا بيد المساعدة من قريب أو بعيد.

وشكر وتقدير لكل من عرقل علينا أداء فريضة طلب العلم لأنهم علمونا فضيلة الصبر، وشرف السقوط ضحية للظلم.

ولكل من ساهم في هذا العمل...جزاكم الله كل خير.

## خطة البحث:

الإهداء ✚

شكر و عرفان ✚

مقدمة ✚

### ✚ الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للدراسة

1-تحديد مشكلة الدراسة

2-أسباب اختيار الموضوع

3-أهمية الدراسة

4أهداف الدراسة

5-الدراسات السابقة

6-المقاربة النظرية للدراسة

7-فرضيات الدراسة

8-تحديد مفاهيم البحث

### ✚ الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

1- ماهية الشائعات

1-1 نشأة الشائعة

1-2 أهداف الشائعات

1-3 خصائص الشائعات

1-4 أنواع ودوافع الشائعة

1-5 قانون انتشار الشائعات

1-6 سلبيات الشائعة

2-الشائعات الالكترونية وانتشارها عبر موقع الفيسبوك.

- 2-1 تعريف الشائعة الالكترونية
- 2-2 خصائص الشائعات الالكترونية
- 2-3 أمثلة عن الشائعات الالكترونية
- 2-4 أساليب الترويج للشائعات عبر موقع الفيسبوك
- 2-5 إستراتيجية التصدي للشائعات عبر موقع الفيسبوك
- 2-6 تأثير انتشار الشائعات في الفيسبوك على الشباب الجامعي

## ✚ الفصل الثالث: الإجراءات المنهجية والإطار التطبيقي

1-مجالات الدراسة

2-مجتمع البحث وعينة الدراسة

3-نوع المنهج

4-أدوات جمع البيانات

5-المعالجة الإحصائية

6-عوائق الدراسة

-الخاتمة.

قائمة الملاحق

\*استمارة الاستبيان

-ملخص البحث



# مقدمة

## مقدمة:

استخدم الإنسان الشائعات كأحدى الأدوات التي يستطيع الإنسان عن طريقها بلوغ أهداف معينة يريدها منذ القدم والى وقتنا الحاضر، وتتنوع أساليبها المستخدمة في بثها وترويجها منها البدائية البسيطة عن طريق تناولها عبر الألسن والأحاديث بين الناس، إلى وسائل الاتصال الحديثة ومواقع التواصل الاجتماعي المتعددة، إذ استغلت الشائعات ومن يصنعها الإمكانيات التقنية والتطور الذي حصل في الأجهزة والمعدات والبرامج والتطبيقات للترويج والبث واختلاف الأحاديث والأخبار والقصص الذي قد تجلب النفع والضرر بحسب برامج أهدافها.

إن التطورات والتقنيات المتواصلة التي شهدتها العالم خاصة فيما يتعلق بتكنولوجيا الاتصال والمعلوماتية والتي جعلت سهولة الولوج للشبكات الالكترونية خاصة مواقع التواصل الاجتماعي التي فتحت المجال لانتشار الشائعات نظرا لسرعة نقل المعلومات وسهولة تداولها بين الأفراد.

تندرج الشائعات التي يتم ترويجها عبر مواقع التواصل الاجتماعي تحت تصنيف العرض الاجتماعي للآراء الشخصية، والتي يمكن أن تستغل من قبل أفراد أو جماعات لتوجيه الرأي العام للطلبة حول موضوع معين لتحقيق أهداف محددة، وأيضا إحداث تغيير في سلوك الطلبة في الوسط الجامعي بالإضافة إلى الاستناد على معلومات مجهولة المصدر تثير اهتمام الطلبة ويتم تناولها بجدية والاعتماد بصدقها وتكوين الأفكار والرؤى عليها.

و إن الشائعات المقترفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة الممارسة الإعلامية في الفيسبوك والتي تعتبر كثيرة ومتعددة تشكل خرقا لمطلوبات الشرع والقوانين والأنظمة، وكما هو معلوم فان مرتدي مواقع التواصل الاجتماعي يجب أن يتحلوا بأخلاقيات محددة، وأن الانحراف عن هذه الأخلاقيات يعرقل الغاية المستهدفة من الولوج في هذه المواقع.

ولما كانت الإشاعات عبر هذه المواقع كثيرة فقد أثرنا أن نتقدم بمذكرة عنوانها: "مدى تأثير الشائعات في موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك على الطلبة الجامعيين بولاية البويرة".

وبناء على ما سبق سعت هذه الدراسة لرصد التأثير الذي تقوم به الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي في أوساط الطلبة الجامعيين.

وقسمت الدراسة على ثلاثة فصول موزعة على عدة عناصر وهي على النحو التالي:

ففي الفصل التمهيدي تطرقنا إلى صياغة إشكالية الدراسة وأيضاً التساؤلات الفرعية وتطرقنا إلى أسباب اختيار الموضوع وأهمية الدراسة و أهدافها والدراسات السابقة التي تطرقت إلى موضوع دراستنا وأيضاً المقاربات النظرية وأيضاً فرضيات الدراسة وتحديد مفاهيم البحث.

وفي الفصل النظري تطرقنا إلى العنصر الأول ماهية الشائعات ذكنا فيه نشأة الشائعة، أهدافها، خصائصها، أنواع الشائعات ودوافعها وقانون انتشارها وأهم التأثيرات السلبية لها.

وفي العنصر الثاني تحت عنوان الشائعات الالكترونية وانتشارها عبر الفيسبوك تضمن تعريف الشائعة الالكترونية، خصائصها، أمثلة عن الشائعات الالكترونية المتداولة، وأيضاً أساليب الترويج للشائعات عبر الفيسبوك وإستراتيجية التصدي لها وبالإضافة إلى تأثير انتشار الشائعات في الفيسبوك على الطلبة الجامعيين.

وفي الفصل الثالث الإجراءات المنهجية والإطار التطبيقي تتضمن مجالات الدراسة، مجتمع الدراسة وعينه، نوع المنهج وأدوات جمع البيانات والمعالجة الإحصائية وعوائق الدراسة.

وفي الأخير قمنا بصياغة الخاتمة كحوصلة لما توصلنا إليه في هذا الموضوع بالإضافة إلى قائمة المصادر والمراجع وأيضاً استمارة الاستبيان.

## الفصل الأول: الإطار المفاهيمي:

1-تحديد مشكلة الدراسة

2-أسباب اختيار الموضوع

3-أهمية الدراسة

4-أهداف الدراسة

5-الدراسات السابقة

6-المقاربة النظرية للدراسة

7-فرضيات الدراسة

8-تحديد مفاهيم الدراسة

## 1-تحديد مشكلة الدراسة:

ليست الشائعات وليدة اليوم موجودة ومؤثرة في أغلب الثقافات والحضارات وتقترب بطابع الحياة الاجتماعية والتي تعتبر بمثابة المجال الذي تحدد على أساسه الأهداف والغاية منها، وتعتمد الشائعة على وسائل متعددة حسب البيئة الاجتماعية السائدة. وفي ضوء حرية استعارة الأسماء وسهولة الولوج ونشر الأخبار والرسائل وغياب المراقبة والردع وتكسير القيود والثقافة الاجتماعية والسياسية، فإن مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي عادة ما يلجئون لنشر أخبار تضر بالطلبة الجامعيين.

ويمثل موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك واحد من أهم الوسائل القوية في نشر الشائعات بين مجتمع الشباب نظرا لأنها تسمح لأي أحد لديه رأي أو معلومة غير موثوقة في نشرها على منصتها وخاصة في الوسط الجامعي، فأصبح الطلبة الجامعيين يتلقون أي خبر ينشر على موقع الفيسبوك ويقومون بتصديقه وهذا ما يؤدي إلى تضليل أرائهم وتغليب في معلوماتهم، لذا فعلى الطلبة أيضا التحقق من مصدر المعلومات والأخبار التي تروج عبر هذه المواقع وعدم تصديق كل ما ينشر فيها.

لهذا سنحاول تسليط الضوء على مدى تأثير الشائعات في موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك على الطلبة الجامعيين وأخص بالنموذج طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال.

وعليه تتحدد الإشكالية في التساؤل المنهجي التالي:

❖ إلى أي مدى تؤثر الشائعات في موقع التواصل الاجتماعي "الفيسبوك" على الطلبة الجامعيين بولاية البويرة؟

وتندرج تحته الأسئلة الفرعية التالية:

1- ما مدى انتشار الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي على الطلبة في جامعة البويرة؟

2- ما هي أكثر الوسائل التي تروج الشائعات لدى أوساط الطلبة الجامعيين؟

3- ماهي انطباعات الطلبة الجامعيين اتجاه تلقي الأخبار الكاذبة عبر موقع التواصل

الاجتماعي "الفيسبوك"؟

## 2-أسباب اختيار الموضوع:

إن اختياري لموضوع الدراسة لم يكن عشوائياً أو بمحض صدفة وإنما قمت باختياره لعدة أسباب ودوافع ذاتية وموضوعية تبرز هذا الاختيار يمكن حصرها فيما يلي:

### -الأسباب الذاتية:

-الميل الشخصي للبحث والاستطلاع حول الموضوع.

-الرغبة في دراسة مثل هاته المواضيع التي لم تلاقي أهمية كبيرة لدى الباحثين

-التعرف على مدى تأثير الشائعات على الطلبة الجامعيين

### -الأسباب الموضوعية:

-معرفة مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات.

-إثراء مكتبة البحوث العلمية بهذا النوع من الدراسات العلمية.

-لاعتباره موضوع الساعة وقلة الدراسات حول الموضوع الشائعات المنتشرة في مواقع التواصل الاجتماعي من طرف الطلبة.

-قابلية الموضوع للبحث والدراسة العلمية.

## 3-أهمية الدراسة:

تستمد هذه الدراسة أهميتها في كونها تصدت لموضوع مهم ألا وهو تأثير الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي لدى الطلبة الجامعيين بولاية البويرة، كما أن لهذه الدراسة أهمية كبيرة تتمثل في كونها دراسة حديثة تكمن هذه التطورات التكنولوجية الحديثة وخاصة بعد ظهور مواقع التواصل الاجتماعي التي أحدثت تغيرات جذرية في مجال الشائعات خاصة بين أوساط الطلبة الجامعيين بالإضافة إلى حداثة الأسلوب الذي تظهر به الأخبار السريعة وغير الدقيقة ومجهولة المصدر بعدما كانت تستغرق وقت طويل لمعرفة رجوع الصدى أو عدم رجوع الصدى.

#### 4-أهداف الدراسة:

لكل دراسة أهداف يسير وفقها الباحث ويرغب في تحقيقها للوصول إلى النتائج المرجوة وتتجلى أهداف دراستنا فيما يلي:

- توضيح أسباب انتشار الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي.
- لفت الأنظار عن الأخبار الكاذبة ومجهولة المصدر التي يتم تداولها في مواقع التواصل الاجتماعي بخصوص الطلبة الجامعيين.
- التعرف على أبرز التأثيرات التي تحدثها الشائعات في الوسط الجامعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- الاستفادة من نتائج الدراسة وجعلها منطلق لدراسات أخرى.
- التدرب والتعود على القيام بالبحوث الميدانية من خلال تطبيق الاجراءات المنهجية التي من خلالها يتم وضع الموضوع المتناول في إطار علمي منهجي.

## 5-الدراسات السابقة:

### • الدراسة الأولى:دراسة بلال وكال تحت عنوان"الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي ومدى

تأثيرها على المجتمع الجزائري"، انطلق من إشكالية تتمثل في:" ما مدى تأثير الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي في المجتمع الجزائري؟ وقد استخدمت هذه الدراسة المنهج الوصفي الذي يهدف إلى دراسة الواقع ويهتم بوصفه وصفا دقيقا،واستخدم أداة الاستبيان من أجل الحصول على المعلومات الدقيقة في مجال العلوم الإنسانية خاصة في علوم الإعلام والاتصال.

ومن أهم النتائج التي توصل إليها تتمثل في:

أسفرت نتائج الدراسة إلى أن أغلب المبحوثين يفضلون استعمال الفيسبوك بنسبة 56.40% لأن هذا الأخير يسهل عملية الاتصال والتواصل لديهم، بالإضافة إلى أنه توصل إلى القول بان الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي منتشرة بنسبة كبيرة في المجتمع الجزائري(المسيلة).

### • الدراسة الثانية: عبارة عن مذكرة الماستر في علم الاجتماع تخصص علم الاجتماع والاتصال

من جامعة الصديق بن يحي -جيجل- تحت عنوان: "دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الإشاعات

الفيسبوك كنموذج" من إعداد الطالبتان سعيود نوال ولملوم مريم، وطرحت الباحثتان إشكالية تمثلت في:

"ما دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الإشاعات؟".

وقد استخدمت الباحثتان المنهج الوصفي الذي يركز على وصف الظاهرة التي يريد دراستها وجمع أوصاف معلومات دقيقة عنها، بالإضافة على اعتمادهما على أداة استمارة الاستبيان للإجابة عن الأسئلة المطروحة في الموضوع والوصول إلى نتائج دقيقة، وأيضاً المقابلة قصد الاستعانة بها في تحليل أبعاد الظاهرة.

ومن بين النتائج التي توصلت إليها الباحثتان نذكر أهمها:

أن مواقع التواصل تساهم في نشر الإشاعات باختلاف وسائطها واختلاف الزمان والمكان وأيضاً يساهم الفيسبوك في تضليل الرأي العام ويسعى بعض مستعملي مواقع التواصل الاجتماعي لإلحاق الضرر بالأفراد.

### • الدراسة الثالثة: من إعداد الطالبة إيمان إنسان تحت عنوان:"أثر الشائعات على أداء



المؤسسة الجامعية الجزائرية" وقد صاغت اشكالياتها حول : "ما هو أثر الشائعات على أداء المؤسسة الجامعية بأم البواقي" وتهدف هذه الدراسة إلى:

- معرفة مدى انتشار الشائعات في جامعة العربي بن مهيدي \_ أم البواقي \_

\_ التعرف على الأنواع المختلفة للشائعات المتواجدة في جامعة العربي بن مهيدي \_ أم البواقي \_

\_ معرفة الآثار السلبية للشائعات في جامعة العربي بن مهيدي \_ أم البواقي \_

\_ معرفة الأساليب المستخدمة من قبل جامعة \_ أم البواقي \_ في مواجهة الشائعات.

وقد استخدمت الباحثة المنهج الوصفي لرصد ومتابعة دقيقة للظاهرة بنظرية كمية أو نوعية، وكذا

استخدمت أداة الملاحظة بالمشاركة التي تتطلب من الباحث معايشة المبحوثين معايشة كاملة والتفاعل

معهم والاحتكاك بهم، وأداة المقابلة التي تعتبر استبيان شفوي يقوم من خلاله الباحث بجمع البيانات أو

المعلومات الشفوية من المفردات تحت الدراسة.

وقد توصلت الباحثة إلى أهم النتائج أن ظاهرة الشائعات في جامعة العربي بن مهيدي انتشرت بنسبة متوسطة

وأن على الجامعة إيجاد طرق لدعم الصفحات والمواقع التي تهدف إلى كشف الشائعات داخل الجامعة وأيضا

ضبط معنى الشائعات ووضع عقوبات واضحة لكافة أشكال التعامل معها.

## 6-المقاربة النظرية للدراسة:

تعد النظرية قالب فكري منظم يبدأ بمجموعة من التخيلات والتي تسمى بالفروض العلمية، حيث تقوم بربط مجموعة من التغيرات و تساعد الباحث على تفسير العلاقة بين هذه المتغيرات تفسيراً منهجياً. (الأساسي، 1989، صفحة 206)

فالنظريات تكتسي أهمية كبيرة في البحث العلمي وتعد مرحلة ضرورية لا يمكن الاستغناء عنها حيث تساعد الباحث على تنظيم الوقائع وبناء الفرضيات والوصول إلى النتائج. (درويش، 2015، صفحة 27)

### -نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

ترتكز هذه النظرية على أن استخدامنا لوسائل الاتصال لا يأتي بمعزل عن التأثيرات التي يحدثها النظام الاجتماعي الذي نعيش فيه نحن ووسائل الاتصال، والطريقة التي نستخدم بها وسائل الاتصال والطريقة التي تتفاعل بها مع تلك الوسائل فتتأثر بما نتلقاه من المجتمع، وهذا يشمل كذلك ما نتعلمه من وسائل الاتصال، كما تتأثر أيضاً بما يمكن أن يحدث في الوقت الذي نتعامل فيه مع تلك الوسائل. (حسن، 2003، صفحة 278)

ومن الأهداف الرئيسية لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام كشف عن الأسباب التي تجعل لوسائل الإعلام أثراً قوية ومباشرة على المتلقين وفي أحياناً أخرى لها تأثيرات غير مباشرة وضعيفة نوعاً ما. (المكاوي و حسين، 2009، صفحة 313)

### فرضيات النظرية:

يوجد لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام فرضيات عديدة منها:

- يتراوح تأثير وسائل الاتصال بين القوة والضعف تبعاً للظروف المحيطة، والخبرات السابقة.
- يعد نظام وسائل الاتصال عامل مؤثر في النسق الاجتماعي ولهذا النظام علاقة بالأفراد والجماعات والنظم الاجتماعية الأخرى.
- استخدام وسائل الإعلام يحدث تفاعله عن تأثير النظام الاجتماعي الذي يكون فيه جمهور وسائل الاتصال.
- استخدام لجمهور لوسائل الإعلام وتفاعله معها يتأثران بما يتعلمه الفرد من المجتمع ومن وسائل الإعلام وتتأثر الفرد بما يحدث نتيجة تعرضه لوسائل الإعلام. (كنعان، 2014، الصفحات 128-129)

## إسقاط النظرية:

نرى أن هذه النظرية من خلال فرضياتها تتفق مع دراستنا، إذ تستطيع مواقع التواصل الاجتماعي ومن خلال ما تنشره من المعلومات والأخبار والتي يكون فيها لعدد من الشائعات تأثير على الطلبة الجامعيين وكذلك الاعتماد الكثير منهم على هذه المواقع كمصدر للمعلومات جعلها مصدرا للشائعات.

## 7-فرضيات الدراسة:

- تساهم الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي على تضليل رأي الطلبة الجامعيين.
- يقبل الطلبة الجامعيين لدرجة كبيرة على مختلف مواقع التواصل الاجتماعي لاسيما منها الفيسبوك.
- معظم الطلبة الجامعيين يتداولون ويشاركون الأخبار والمعلومات الخاطئة عبر موقع فيسبوك.
- يساهم موقع الفيسبوك في نشر الشائعات في وسط الطلبة الجامعيين بسهولة وبشكل سريع .

## 8-تحديد مفاهيم الدراسة:

### أ-التأثير:

لغة: لقد وردت لفظة التأثير في لغة الفقهاء على أنه: "التأثير من أثر، ترك علامة في الشيء ومنه تأثير العلة في الفراغ أي تخليفها الحكم فيه. (جي و القنبي، 1985، صفحة 120)

اصطلاحاً: التأثير هو القدرة على إحداث التغيير في الآخرين لا يرى إلا من خلال الأثر الذي يتسبب في إحداثه دون استخدام القوة والسلطة الرسمية. (الدين، 1998، صفحة 15).

والتأثير من المصطلحات المشهورة في الإعلام والاتصال حيث يعرف بأنه: " ما تحدثه الرسالة الإعلامية في نفس المتلقي (التأثر)، وكلما استجاب المتلقي للرسالة تعد الرسالة الإعلامية قد أحدثت تأثيرها، ويكون القائم بالاتصال قد حقق الهدف من الاتصال. (عزوز، 2017، صفحة 3)

إجرائياً: يقصد بالتأثير في دراستنا التغيير الحاصل في الوسط الجامعي نتيجة الشائعات التي تروجها مواقع التواصل الاجتماعي وكذا احتوائها على أخبار مجهولة المصدر تخص أحوال الطلبة الجامعيين.

### ب-الشائعات:

لغة: جاء في لسان العرب لابن منظور " شاع الشيب: انتشر، وشاع الخبر: دأع والشاعة الأخبار المنتشرة، ورجل شياع: أي مشياع لا يكتم سرا". (منظور، صفحة 56)

اصطلاحاً: تتنوع تعريف الشائعة حسب اختلاف آراء الكتاب والعلماء والدارسين لهذه الظاهرة الاجتماعية كل واحد منهم حسب مجاله العلمي وفهمهم لظاهرة الشائعة، ونذكر أهمها:

فتعرف الشائعة بأنها "الترويج لخبر مختلف لا أساس له من الواقع أو التشويه في سرد خبر فيه جانب ضئيل من الحقيقة أو إضافة معلومة كاذبة لخبر معظمه صحيح". (التهامي، 1979، صفحة 114)

تعرف الشائعة 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 التأكد من صحته ثم يروونه للغير وقد يضيفون إليه بعض التفاصيل الجديدة". (حجاب، 2004، صفحة 300)

"وهي عملية نشر الأخبار والمعلومات ونتائج هذه العملية وهي تنطق بسهولة وبسرعة عندما تكون الظروف ملائمة لما تتضمنه من أخبار". (عشبة، 2011، صفحة 215)

**إجرائيا:** انطلاقا من التعريفات السابقة والاستناد إلى خصائص مفهوم الشائعة فإن الدراسة الراهنة تتبنى تعريفها إجرائيا على أنها: الأخبار التي يتم تداولها عبر الفيسبوك بدون معرفة مصدرها وعدم الثبات من صحتها مما يؤثر سلبا على آراء الطلبة أو حتى إحباط معنوياتهم.

### ج-مواقع التواصل الاجتماعي:

#### اصطلاحا:

"هي مواقع الكترونية تقدم لمستخدميها مجموعة من الخدمات متعددة الخيارات مثل المحادثة الفورية والالكتروني ومشاركتها مع الآخرين. (الفصل، 2014، صفحة 65)

وفي تعريف آخر هي: "منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمستخدم فيها بإنشاء حساب خاص به ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لهم نفس الاهتمامات والهويات أو جمعه مع الأصدقاء . (الصقور، 2012، صفحة 97)

**إجرائيا:** نقصد بمواقع التواصل الاجتماعي في دراستنا هي الدور والتأثير الذي تحدثه في الطلبة الجامعيين نتيجة لتميزها بسهولة الاستخدام وسرعة تلقي الأخبار والمعلومات عن الأخبار في الجامعة وأيضا التأثير السلبي للشائعات التي يتم تداولها عبر موقع الفيسبوك.

### د-الطالب الجامعي:

**لغة:**"الطالب جمعه طلاب، وطلبة، (أباي، 2005، صفحة 109) "وطالب العلم أي الراغب في تحصيل العلم، وطالب في المعهد بمعنى من يتابع دراسته في سلك أعلى، وطالب في الجامعة". (الدين ع.، 2005، صفحة 561)

**اصطلاحا:** هو ليس الشخص الذي يسعى فقط للحصول على الشهادة الجامعية. "إنما هو الذي يمتلك العقلية الواعية المدركة لواقعه، المنفتح على العالم الأخر المطمع على تجاربه و اختراعاته، المتمتع بالمقدرة العلمية التي تساعده على مواكبة التطور العلمي والتقني والأدبي والثقافي، في هذا العصر الذي يتميز بالتطور السريع جدا، وبامتلاكه لهذه المقدرات سيتمكن من اللحاق بركب التطور وإدراك أهميته وضروريته". (الصفدي، 2011، صفحة 10)

إجرائيا: يقصد بالطالب في هذه الدراسة بجميع الطلبة الجامعيين المنتمون إلى قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة البويرة، لمعرفة مدى تأثير الشائعات التي تروج عبر الفيسبوك في تضليل آرائهم التي تخص مشوارهم الدراسي.

## الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

## 1- ماهية الشائعات:

### 1-1 إنشاء الشائعة:

"الإشاعة أو الشائعة ظاهرة اجتماعية بالغة الأهمية، ويضعف من هذه الأهمية شيوعها في كل زمان ومكان، وأنها مسك من مسالك الجماعات، وهي أيضا أقدم الوسائل الإعلامية في التاريخ، فكانت الشائعة وسيلة لنقل الأخبار وبناء السمعة أو تفويضها، وتأجيج الفتن أو الحروب". (كابفيرير و ناجيا، 2007، صفحة 13)

"الشائعة قديمة قدم الجماعة الإنسانية، وينتظر أن تعيش ما عاش الإنسان، ولا يكاد يخلو مجتمع منذ فجر التاريخ على إشاعة، لأن النفس الإنسانية فيها القابلية لهذا الأمر وفيها الاستعداد إن لم تتهدب بالوقت الكافي. وبقراءة في تاريخ الأنبياء عليهم السلام وقصصهم نجد أن كلا منهم جوبه بإشاعة وقاومه قومه بفردية يطلقونها حوله، ويبثونها، ويتوارثونها أحيانا". (نوفل، 1987، صفحة 18)

وإذا كانت الشائعات قديما تنتشر وتأتي بمفعولها وتصل إلى إعداد من الناس، بعد فترات طويلة وتتأثر بالبيئة والمكان وأعداد الناس الذين سمعوا وتناقلوها، فإن الشائعات اليوم تنتشر بسرعة فائقة تفوق سرعة الصوت وسرعة الضوء، ويكون انتشارها على مدى واسع وفي وقت قياسي وذلك يعود إلى الاتصالات الحديثة والشبكة العنكبوتية، وشبكة الهاتف النقال والقنوات الفضائية (المدني، 2015، صفحة 50)، حيث باتت وسائل التواصل الاجتماعي إحدى الأدوات التي يتم استخدامها بشكل سلبي في نشر الشائعات، بدليل أن معدلات انتشار الشائعات تتناسب طرديا مع التقدم في تكنولوجيا الاتصال وانتشار وسائل التواصل بين أفراد المجتمع حيث يلجأ مستخدمي هذه الوسائل للتخفي أو من خلال هويات غير حقيقية في نشر بعض الأخبار الكاذبة التي تجد رواجاً لدى الكثيرين. (منال و مريم، 2019، صفحة 41)

### 1-2 أهداف الشائعات:

لقد أصبح من المسلم به أن الشائعات سلاح فتاك من أسلحة الحرب النفسية الخطيرة و أنها تلعب دورا كبيرا في التأثير على الروح المعنوية من خلال سعي مروجيها إلى تحقيق العديد من الأهداف المتنوعة والتداخل مع بعضها البعض وهذه الأهداف نستطيع تصنيفها للمساعدة في تحليل الشائعة وضبطها ومواجهتها، ويمكن بلورة أهداف الشائعات بالآتي:



أ-أهداف نفسية: نتيجة الشائعات نحو التأثير على الروح المعنوية وتدميرها وبث واصطناع الأزمات وخلق جو من الבלبلة والشط واستغلال الظروف للتشكيك بكل شيء وخصوصا أثناء أزمة كورونا.

ب-أهداف اجتماعية:"بغرض إثارة الفتن والخصومات وتعميق الخلافات القائمة بين فئات المجتمع المختلفة والتي تعمل الشائعات على إيجادها، كما في حالة الاضطرابات الداخلية والمشكلات الاجتماعية الأخرى مستغلة في ذلك الظروف والمناسبات والمواسم وبعض الشائعات يكون الغرض منها المساس بسمعة شخص معين وتهديم سمعته .

ج-أهداف سياسية: تعتمد هذه الشائعات على أسلوب التضخيم والتشكيك وخاصة فيما يتعلق برموز الدولة، والشائعات ذات الصلة بالسياسيين وذممهم المالية واستغلال النفوذ وأخطرها ما يطق عليه أثناء الأزمات والاضطرابات الداخلية".

د-أهداف اقتصادية: تهدف الإشاعة الاقتصادية إلى استغلال بعض الظروف التي تحصل أحيانا مثل ظهور الفاقة وانتشار البطالة وارتفاع الأسعار ونقص السلع، ويركز مروجو هذه الشائعات على المنشآت الاقتصادية والتجمعات العمالية وأسواق البورصة والنفط وغيرها، بقصد خلق كل ما من شأنه إعاقة سير الإنتاج وقد تتبادل الشركات التجارية والصناعية الكبرى مثل هذه الشائعات بقصد المنافسة وتحقيق الربح.

هـ-أهداف لا أخلاقية:تهدف هذه الشائعات إلى أن تلعب دورا بالغ التأثير والخطورة في التشكيك بأخلاق الأمة وقيمها ومقوماتها.

### 1-3 خصائص الشائعات:

هناك خصائص كثيرة للشائعات أهمها:

-قد تكون صادقة فالأفراد يتقبلون الشائعات التي تتفق مع معلوماتهم ومعتقداتهم، وسرعة انتشارها وسهولة تداولها والتي تتوقف على خصائص مروجيها والوسيلة المستخدمة للترويج مع أهميتها بالنسبة للمتلقي، وقد تكون كاذبة وترتكز على معلومات غير مؤكدة، ومن الصعب تعقب الشائعة أو التأكد من مصدرها أثناء انتشارها. (السعيدة، 2019، صفحة 330)

-"ومن أهم خصائصها أيضا أنه من السهل أن تتطلق ومن السهل أن تتوقف، كما وتتلاءم مع الموضوعات التي يتوجه إليها الجمهور الموجهة إليه في فترة زمنية معينة". (حجاب، الشائعات وطرق مواجهتها، 2007، صفحة 58)

- "وقد تتضمن الصدق والكذب معا في نفس الوقت لجس نبض الجمهور المستهدف بالشائعة ومدى تقبله أو رفضه للمعلومات المراد إيصالها، ويلاحظ أيضا من خصائص الشائعة أنها ذات أثر مدمر على الأشخاص والجماعات الموجهة ضدهم، وإنها مؤثرة في الرأي العام إذا تم توجيهها من منطلقها وخاصة أن وسائل نقلها سهلة وغير مراقبة من الجهات المختصة.

- يجب أن تكون مشحونة بشحنة انفعالية وجاذبية قوية". (الكايد، 2009، صفحة 67)

## 1-4 أنواع ودوافع الشائعات:

تتعدد أنواع الشائعة، حيث صنفتها العلماء إلى أنواع منها:

- **الإشاعة الصادقة (الحقيقية):** وهي ذات مصدر موثوق وحقيقة مؤكدة تقال لاستبان تأثير الخبر على سامعه ويتم على ضوءه استنتاج ما يحتاجه ذلك الموضوع من تعديلات وتغييرات قبل إلزام تنفيذه أو تطبيقه. (الكايد، الإشاعة: المفاهيم، الأهداف، الآثار، 2009، صفحة 55)

- **إشاعة الرعب:** الإشاعات التي تستهدف بث الرعب في نفوس الجنود أو المذنبين أيام الحروب، بحيث يدفعهم بث تلك الإشاعات إلى الهروب أو اليأس أو التسليم ومنها كذلك إشاعة الكراهية في المجتمع.

- **إشاعة الأوبئة و الأمراض:** وانتشارها وخطورتها وتخويف الناس من الأمراض مثال على ذلك إشاعات في زيادة في الإصابات بفيروس كورونا بقصد بث الخوف في نفوس الناس، فالمروج لهذه الشائعة في أزمة كورونا يعلم أن الناس همهم الوحيد الإطلاع على الإصابات المسجلة ، وكذلك الشائعات التي تنشر عن حدوث زلازل أو كوارث طبيعية إلى غير ذلك مما يثير البلبلة والفرع.

- **الشائعة التعبيرية:** "الذي يعبر بها الأفراد عن أنفسهم ومدى شعورهم اتجاه الآخر أو الأزمة (فيمزج أمنياته وأحلامه بإطلاق قول ويتخيل أنه حدث بالفعل) ويطلقه وكأنه حقيقة حدثت فيراتح وقد يحدث ذلك بسبب أنه يجهل تماما أيه معلومات حول المشكلة". (الجولي، 2014، صفحة 243)

- **إشاعة العنف:** "هي التي تروج أثناء الكوارث والانهزامات أو الانتصارات الباهرة من صفاتها أنها تنتشر بين الأعداء بسرعة كبيرة على انفعالات قوية وهذا النوع من الشائعات يعتمد على نشر أكذوبة قوية مخيفة تدفع فئة أو حتى كل الفئات إلى الغضب والثورة والاندفاع إلى التدمير". (زهران، 2006، صفحة 23)

-الشائعة الزاحفة: وهي التي تروج ببطء ويتناقلها الناس همسا وبطريقة سرية تنتهي في آخر المر إلى أن يعرفها الجميع ويتضمن هذا النوع القصص الزائفة التي تروج لعرقلة أي تقدم اقتصادي أو سياسي أو اجتماعي".  
(القحطاني، 1997، صفحة 36)

-شائعات الأحلام والأمني: وهي تنتشر بين الناس لأن لهم حاجات ورغبات وأمال فيها وهي عبارة عن تنفيس لهذه الحاجات والآمال والرغبات.

هناك أسباب وعوامل سيكولوجية لانتشار الشائعات بين الناس وأهم هذه العوامل و الأسباب مايلي:

-الرغبات النفسية و الحاجات العفوية: كالأحلام و الأمني، مثل انتشار شائعة بين الموظفين بأن الترقية

ستصدر قريبا أو شائعة تقول بأن الحكومة ستزيد بدل تعويض عمل إضافي أو إشاعة حول دفع فروق

سلسلة الرواتب.

-الخوف و القلق: السبب الذي جعل الشائعات تتوالد وتتكاثر وتنتشر و تصبح في أحيان كثيرة وباء مدمرا حينما تكون الأخبار و المعلومات متوفرة فالانفعال الشديد ومشاعر ألامن و القلق و الحيرة و الخوف و الرعب و الإرهاب و العنف غير المبرر كلها عوامل تهيئ أفضل الأجواء لتخيل وتصور أسوأ النتائج وبالتالي تروج الشائعات". (الجويلي، دور وسائل الاعلام في نشر الشائعات، 2014، الصفحات 143-144)

-"مشاعر الكراهية: كثيرا ما تكون الشائعات تعبيراً عن مشاعر التنافس و الغيرة و الحقد والحسد وصولاً إلى الكراهية.

-الكشف عن مظاهر التوترات: وتكون متفاقمة وموجودة داخل التجمعات ومن ثم يمكن اعتبارها مقياساً للحالة العقلية ذات الدلالة الوظيفية من حيث أن ذلك إشارة تنبيه أو تحذير لما في هذا التجمع من إذا كانت الشائعات في كثير من الأحيان تعتبر انعكاساً لبعض مشاعر المودة فيمكن اعتبارها اتجاهات و كذلك انعكاساً لمختلف الأنماط المرتبطة بمظاهر الكراهية و مشاعر العدا بين الأفراد و الجماعات وبين الدول والشعوب". (المزاهرة، 2014، الصفحات 154-156)

## 1-5 قانون انتشار الشائعة:

يذكر الكاتب ومنظرو الشائعات أن هنالك قانوناً هاماً يوضح مدى قوة الشائعة وشدتها وهذا القانون هو :

## 1- قانون الأهمية والغموض:

قوة الشائعة = الأهمية \* الغموض .

-و المقصود بالأهمية: أي أهمية الموضوع الذي تدور حوله الشائعة بالنسبة لمصدرها أو ناقلها أو المستهدف بها.

-وأما المقصود بالغموض فهو ما يحيط بموضوع الشائعة وما يكتنفها من عدم وضوح إلا أن غياب الوضوح يعني غياب التفسير الدقيق للموضوع.

\*وهناك عدة عوامل تشكل الغموض لأي موضوع منها :

أ-عدم توفر معلومات صادقة ورسمية .

ب-وجود جو يخيم عليه القلق و الخوف و الرعب .

ج-التأخير في اتخاذ إجراء سريع حول قضايا هامة ومستعجلة .

د-عدم السيطرة على الأمور خاصة وقت الأزمات و الكوارث.

2-**قانون الشكل:**تزداد فرص انتشار الشائعات كلما كانت من ناحية الشكل والصياغة على درجة واضحة من الانسجام والتوافق .

3-**قانون الوسط:**تزداد سرعة انتقال الإشاعة كلما زاد استعداد الوسط (المجتمع) وقابليته لذلك، ويرتبط هذا بخواصه البنائية من حيث نوع العلاقة السائدة.

4-**قانون المحتوى البسيط:**تنتشر الإشاعة بسرعة كلما كان محتواها يتكوّن من عدد قليل من العناصر أي المعلومات.

5-**قانون التعبير:**"تزداد درجة انتشار الشائعات التي تعبّر عن رمز اجتماعي أو موضوع برغبة أو برهبة أعضاء الجماعة، أي بمعنى آخر أنّ درجة انتشار الإشاعة يتناسب طرديا مع شدة العملية النفسية أو الاجتماعية التي تكمن خلفها". (الدين ج.، 2006، الصفحات 144-145)

## 1-6سليبيات الشائعة:

للشائعات أثر بارز في تغيير مسار كثير من الشعوب عبر التاريخ وكم من أمم هزمت بالشائعات هزيمة نفسية قبل أن تلحقها الهزائم الحربية، فالشائعات تنتشر عن طريق أفراد الشعب، فهي تعيش عليه ولم تصدر أصلاً إلا لتمس موضوعاً ذا أهمية يتعلق بالمجتمع بصفة عامة أو جزء منه بغية تشكيل الرأي العام والتأثير فيه ونشره وفق ما تريد ويترتب على الشائعات آثار سلبية تؤثر على عقول الأفراد وبناء المجتمع وتضر بالروح المعنوية والقومية والوطنية ويمكن بيان الآثار السلبية للإشاعة فيما يلي:

-ترتب على ترويج الشائعات في المجتمع خلق عدم الثقة بين الأفراد وبين التنظيمات السياسية والشعبية وتفقد القيادات السياسية والفكرية والاجتماعية الاحترام والثقة التي تحظى بها من قبل أفراد المجتمع. (نوفل، الحرب النفسية ، 1989، صفحة 7)

-النيل من أخلاق المجتمع ومحاولة إفسادها مما يؤدي إلى انهيارها وتلاشيها .

-إثارة الفتن والخصومات وتعميق الخلافات وذلك بين فئات المجتمع المختلفة ونشر الاضطرابات الداخلية وتعميق الإحساس بالمشاكل والأزمات من خلال النيل من سمعة وصورة الأفراد والجماعات والشعوب والدول وذلك عن طريق ما يعرف بشائعات الكراهية

-إشاعة جو البلبلة وعدم الوضوح من خلال خلط الحق بالباطل والحابل بالنابل وتعميق الإحساس بالأزمة من أجل الهيمنة والسيطرة و لتنفيذ مخططات وتطلعات ذات مصالح ذاتية وأنانية رديئة". (حجاب، الشائعات وطرق مواجهتها، 2007، الصفحات 107-108)

## 2- الشائعات الإلكترونية وانتشارها عبر الفيسبوك

### 2-1 تعريف الشائعة الإلكترونية:

"تمثل في الخبر أو الموضوع أو القضية التي يتم تداولها من خلال الانترنت أو مواقع التواصل الاجتماعي وكذلك الهاتف الجوال، هذه الإشاعة تنتقي مادتها وأدواتها من مصادر متنوعة تختلف عن الإشاعة التقليدية من حيث المحتوى والبناء حيث يعبر عنها بالنص المكتوب والمنطوق والصورة المرفقة والصوت والرسم المتحركة والفيديو كذلك". (الحربي، صفحة 114)

لهذا تأخذ الإشاعة الإلكترونية شكلا يختلف نوعا ما عن الإشاعة التقليدية هذا الشكل تكوّن نتيجة لما للشبكات الاجتماعية من سمات وخصائص.

### 2-2 خصائص الشائعات الإلكترونية:

\* السرعة: " حيث أنها تستغرق وقتا قصيرا لتنتقل من مكانها إلى الموقع أو العنوان الإلكتروني المعني وكذلك يمكن مشاهدتها من قبل أشخاص كثر مجرد المرور على الحائط الخاص بك في الفيسبوك .

\* الكلفة: لا تحتاج الإشاعة الإلكترونية إلى نفقات لتوزيعها فهي ذات تكلفة منخفضة.

\* التفاعل عن بعد: تتميز الإشاعة الإلكترونية بأنها تملك خاصية التفاعل عن بعد حيث يمكن تناقلها بالصوت والدردشة التي يقوم بها الأفراد أو الصور ومقاطع الفيديو". (البدائية، 2001، صفحة 67)

\* تخطي حدود المكان: جرت العادة بأن الشائعات المعتادة تروج في مدينة معينة وبعد فترة وعلى حسب أهمية الإشاعة قد تنتقل إلى المدن المجاورة، أما إشاعات الانترنت فإنها تصل إلى البعيد قبل القريب وتقفز عبر الحدود وتتخطى البحار والمحيطات في دقائق معدودة .

\* التعرف على المصدر: عند محاولة التعرف على المصدر للشائعة المتناقلة في المجالس فإنه يصعب القيام بذلك حيث يتطلب الأمر التحقيق ومقابلة الناس، وتحري صدق ما يقولون ودقة أما في شائعة الانترنت فمن الممكن التتبع الإلكتروني لمصدر الشائعة من دون التأثير بنسيان الناقلين أو تزييفهم لأن الأمر يتم بطريقة إلكترونية ومن الممكن وضع اليد على الرسائل ومصادرها.

### 2-3 أمثلة عن الشائعات الإلكترونية:

لا يمكن فهم ازدهار تجارة التضليل وتسويق الإشاعة في الجزائر باعتبارها من أكثر الدول العربية تعرضا لهذه الموجات، اليوم مع انتشار وباء كورونا، إلا بربطها بالقلق التي رافقت أكثر من عام من عمر الحراك الشعبي، الذي شهد بدوره كما هائلا من ترويج للمعلومة الكاذبة كون الحراك أشبه بالحرب السلمية، لا يطلق فيها الرصاص لكن تطلق الشعارات والشائعات ومع تفشي فيروس Covid19، تحول تجار السياسة إلى تجارة الأوبئة، لتشهد البلاد كما هائلا من الإشاعات، بدأت بإشاعة إصابة عدد من وزراء الحكومة بفيروس كورونا، ووفاة والي ولاية معسكر بينما هو أصيب فقط ولم يتوفى، ولم تنتهي عند إشاعة غلق محطات الوقود التي أحدثت أزمة كبيرة مباشرة بعد إطلاقها، حيث شهدت محطات الوقود طوابير هائلة من السيارات، بعد أن صدق السائقين الإشاعة، وهذا على الرغم من تدخل المسؤولين في وزارة الطاقة وتليهم الإشاعة، وتمكن السلطات من إلقاء القبض على مروج الإشاعة على الفايسبوك.

غير أن أخطر الإشاعات على الإطلاق هو التشكيك في الأرقام الرسمية حول عدد المصابين بالفيروس وعدد الوفيات، وقد انخرط للأسف في هذه العملية حتى بعض الأطباء بعضهم عن حسن نية، وبعضهم عن سوء نية مسبقة، عندما تحدثوا عن إعداد لا تحصى من الوفيات في المستشفيات الجزائرية العاصمة والبلدية التي تخضع لحجر صحي كامل، وقد شاهدوهم بأعينهم، وأن السلطات تتحفظ على الاعتراف بها.

\* إشاعات حول قرار زيادات في منحة الطالب :

شهدت مواقع التواصل الاجتماعي منذ بداية السنة الدراسية لعام 2020/2021، روجا كبيرا لشائعات حول قرار زيادة في منحة الطلبة الجامعيين، وتحريض الطلاب في الحرم الجامعي على ضرورة الزيادة في المنح الجامعية، والقيام بتنظيمات تحريضية تحث الطلبة على المطالبة بالزيادات في أقرب الآجال وقبل السنة الدراسية، حيث قال المنسق الوطني أساتذة التعليم العالي عبد الحفيظ ميلاط بخصوص هذا الموضوع والذي تبرا من المعلومات التي يتم الترويج لها بخصوص إقرار الوزارة الوصية زيادات في المنحة الجامعية للطلبة، حيث فندت وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، في بيان لها خبر زيادات في المنحة الجامعية وأوضحت أن ما يروج من الأخبار المتداولة عبر صفحات مواقع التواصل الاجتماعي والمؤسسات الجامعية حول زيادة المنحة غير صحيح، حيث أوضحت الوزارة أن ما تم تداوله منسوبا إلى وزير التعليم العالي والبحث العلمي عبد الباقي بن زيان لا أساس له من الصحة، وأضاف في البيان أن الوزارة تكذب تكذيبا قاطعا هذه الإشاعات، وأن قيمة المنح الدراسية لم يطرأ عليها أي تغيير.

2-4 أساليب الترويج للشائعات

أ- أسلوب التكرار: " وهو إعادة بث ونشر نفس الشائعة بين حين وآخر خاصة عندما يكون الواقع مفروض على المجتمع وبذات الوقت مرفوضاً من قبلهم.

ب- أسلوب العقيدة والدين : وهو أسلوب خطر جدا قد ينفذ إلى أعماق المجتمع ويحدث التأثير الذي يريده مصدر الشائعة حيث يركز على عقائد النسيان وثوابت الدين ويحاول النفوذ من خلالها إلى مصالحه وأهدافه

ج- أسلوب العاطفة والاستعطاف: وهذا الأسلوب يستخدم للتأثير في نفوس الآخرين من خلال توظيف مفردات العاطفة واستعطاف الآخرين من اجل الوصول إلى الهدف".

د- "أسلوب الشعارات: وهي كلمات وجمل بسيطة تصدر عادة من قيادة الأحزاب والحركات السياسية والاجتماعية وبعض المنظمات ثم يرددها جمهوره أو الشعب وربما يتم الاستعانة هنا بالأغاني (سالم و شيب، صفحة 158) والأناشيد والقصائد الشعرية.

هـ- أسلوب الاختبار: وهو أسلوب متبع في عدد من الدول ومنها نشر شائعات بهدف استطلاع الرأي العام عما يفكر به الناس حول موضوع ما.

و- أسلوب الاختلاق : وهو تعمد نشر اختبار أو تصريحات مفتعلة ليس لها أساس من الصحة لتحقيق هدف ما لصالح مفتعلها . . أسلوب الاستنكار : وهو أسلوب شائع تستخدم به محتوى يثير عند الآخرين تحفيزا استنكاريا مما يدفعهم إلى استقبال الشائعة وترويجها أو الوقوف ضدها في الحالات المعاكسة .

ن- أسلوب التربية : وهو أسلوب شائع في المجتمعات التي تكون فيها المعتقدات والقصص الخرافية والأوهام منتشرة و تستخدم الأسر الشائعات المعتمدة على الأساطير والخرافات لاسيما مع من هم في سن الطفولة لزرع الخوف والرعب وتبقى تتناقلها الأجيال". (سالم و شيب، صفحة 159)

ز- الأسلوب الفني : ويستهدف الوقوف ضد الثقافات الأخرى التي وصلت إلى المجتمع في ظل التكنولوجيا الحديثة والتي تروم تحقيق أهداف معينة تم صياغتها على وفق قوالب العالمية واتصالية وبأشكال جميلة وجذابة الإشاعة مفاهيمهم وقيمهم الغربية عن مجتمعنا مثل الإعجاب بشخصياتهم أو التشبه بملابسهم وشعائهم وسلوكياتهم الاجتماعية والتجاوز على حرمت الدين والعقيدة والناس وزعزعة الأمن النفسي وإشاعة الخوف وغير ذلك.



## 2-5 استراتيجية التصدي للشائعات عبر الفيسبوك:

تتضمن هذه الإستراتيجية المداخل الآتية:

**1- المدخل الوقائي:** ويتضمن عدة محاور منها الحصول على المعلومات والبيانات والحقائق التي نحصل عليها عن طريق الملاحظة أو التجربة أو التعليم، والتي تتميز عن الأفكار في والآراء وتتدفق هذه البيانات أو تنساب عن طريق قنوات أو مسالك الاتصال المختلفة. (بدوي، 1985، صفحة 83)

"وفي الشائعات هناك علاقة كبيرة بين اختفاء المعلومات وانتشارها والمواطن ما لم يحصل على معلومات مفصلة ودقيقة وصحيحة من مصادرها الأصلية يظل أسير تصديق هذه الشائعات ، لذا بات حق الوصول إلى المعلومات و الإطلاع عليها وتزويد الجمهور بها بشكل سريع وشفاف وموضوعي من أهم طرق الوقاية من الشائعات لأنه يكسب الجمهور الدرجة القصوى من الوعي تجاهها. كما يتضمن المدخل المحور الاجتماعي وهو تحمل المؤسسات الاجتماعية الرسمية وغير الرسمية ومنظمات المجتمع المدني لمسئوليتها الأخلاقية والاجتماعية في التوعية ضد خطر الشائعات وسبل مواجهتها، و التنسيق بينها وبين الأجهزة الأمنية ووسائل العام وبقية القنوات الأخرى من اجل الوقوف ضد الشائعات ومحاربة مروجيها". (حجاب، الشائعات وطرق مواجهتها، 2007، صفحة 120)

" و يتضمن أيضا المحور القانوني وهو مواجهة المشرع بالتجريم والعقاب في حق كل من أذاع عمدا أخبارا أو بيانات أو إشاعات كاذبة أو مغرضة من شأنها تكدير الأمن العام أو إلقاء الرعب بين الناس أو إلحاق الضرر بالمصلحة العامة. واحتوى هذا المدخل أيضا على المحور النفسي وهو حاجة الجمهور الدائمة إلى الطمأنينة والراحة النفسية وعدم الخوف والشعور بالأمن والأمان في بلده وهنا يجب التركيز على معان عدة ومقومات تعطي للقائمين على تصدي الشائعات القدرة على مخاطبة الجمهور ومواجهته ومنها معطيات القوة والأصالة والتاريخ العريق ومنظومة الأخلاق والقيم والعادات الأصيلة وإبراز كل المنجزات في المجالات كافة، والمطلوب في حالة سريان شائعة ما هو مواجهتها بوضوح وصدق وكشف معطيات الجانب النفسي فيها حتى يمكن دعم المواطن بمشاعر الثقة والملل والطمأنينة.

وأخيرا احتوى المدخل على المحور الديني وهو ممارسة المؤسسة الدينية دورا بارزا في مجال توجيه أفراد المجتمع وتوعيتهم بخطر الشائعات وتداولها بين الناس وكذلك وعظ الناس بالقيم والتربية الأخلاقية التي جاء بها الإسلام ومحاربتها الكذب والكاذبين وأهل النفاق ونبذ الكراهية والخلافات". (سالم و شيب، صفحة

(160)

2- المدخل العلاجي: وتكمن خطواته المدخل بأمور وهي اكتشاف الشائعات وتحديدها ودراستها وتحليلها من حيث المصدر والزمن والمجال الذي تستهدفه والهدف والدافع والوسيلة المستخدمة واللغة التي تتضمنها.

3- المدخل التنظيمي : ويتضمن تحديد الآليات التي يستخدمها فريق العمل المكلف بالتصدي للشائعات والخطط الموضوعة لهذا الصدد والأهداف والإمكانات البشرية والمادية المستخدمة ضمن خطة التصدي والمستلزمات الأخرى". (سالم و شيب، صفحة 161)

## 2-6 تأثير الشائعات في الفيسبوك على الشباب الجامعي:

مع تزايد أعداد المستخدمين الشباب لشبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك, باتت جوانب تأثير الشائعات أكثر وضوحا ابرز هذه الجوانب ما يلي :

. تأثير شخصي: تدفع الشائعات الشباب نحو اتخاذ قرارات شخصية خاطئة لأنفسهم وأسرهم .

. تأثير عدائي: تدفع الشائعات الشباب الجامعي إلى تكوين صورة سلبية عن شخصية أو فكرة مستهدفة بالشائعة لتشويهها وحشد العدائية ضدها.

. تأثير نفسي: تؤثر الشائعات في نفسية الشباب الجامعي, حيث تدمر ثقة الشباب في الثوابت والأسس المجتمعية وإضعاف المعنويات والبناء الذاتي للشباب . " (المدني، 2015، صفحة 22)

.تأثير معرفي: في الوقت الذي تهدف فيه شبكات التواصل فيسبوك على وجه الخصوص في تعزيز التبادل الاجتماعي عموما المعرفي بين الشباب, تسهم الشائعات في تشويه المعارف وزعزعة الثقة في مصادرها .

. تأثيرات اجتماعية: تساعد الشائعات على نشر العداء والخصومة بين الشباب ومن ثم تدمير استقراره من خال نشر تفكك المجتمع،تؤثر الشائعات بالسلب على العلاقات الاجتماعية بين الشباب , أيضاً , تؤدي الشائعات المنتشرة عبر وتخلق الفوضى وتقسيم الجماعات. أخيرا شبكات التواصل الاجتماعي إلى تعميق الفجوة بين أفراد المجتمع ونشر القلق والخوف في النفوس, كما أنها تهدف إلى نشر الأفكار الخاطئة والانحراف بين الشباب.

## الفصل الثالث: الإجراءات المنهجية والإطار التطبيقي:

1-مجالات الدراسة

2-مجتمع البحث وعينة الدراسة

3-نوع المنهج

4-أدوات جمع المعلومات

5-المعالجة الإحصائية

6-عوائق الدراسة

\*ملخص البحث

\*قائمة الملاحق

-استمارة الاستبيان

## 1- مجالات الدراسة:

### المجال المكاني:

أجريت هذه الدراسة بولاية البويرة وبالضبط في جامعة أكلي محند أولحاج -البويرة- وبالخصوص في الجامعة المركزية التي تضم أربع كليات وهي كالتالي:

-كلية الآداب واللغات

-كلية الحقوق والعلوم السياسية

-كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

-كلية العلوم الاقتصادية والتجارية.

ومن بين هذه الكليات اخترنا كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية في الجامعة المركزية أكلي محند أولحاج وقد قمنا باختيار هذه الكلية دون غيرها بحكم أننا ندرس في هذه الكلية وهذا ما يسمح لنا بالاحتكاك بمجتمع دراستنا.

### المجال البشري:

تمثلت الحدود البشرية لدراستنا في طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال الذي يدرسون ضمن كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية.

### المجال الزمني:

تمثلت الفترة الزمنية لانجاز هذه الدراسة السنة الجامعية 2021-2022

حيث مرت دراستنا بعدة محطات كانت كآلاتي:

إعداد الجانب المنهجي للدراسة ابتداء من شهر جانفي إلى مارس، وفي هذه الفترة تم جمع أكبر قدر ممكن من المراجع والدراسات السابقة ، ثم قمنا بصياغة الإشكالية وتساؤلات فرعية للدراسة، وبعدها شرعنا في انجاز باقي الإجراءات المنهجية للدراسة، ثم بداية الجانب النظري الذي استمر قرابة شهر ونصف، وذلك من الأسبوع الأول من شهر ماي حتى شهر جوان.

أما بالنسبة للجانب التطبيقي فقد شرعنا من الأسبوع الأول من شهر جوان بكتابة استمارة الاستبيان لكننا لم نقم بتوزيعها نظرا للظروف الصحية وعدم توفير الوقت الكافي لها.

## 2-مجتمع البحث وعينة الدراسة:

يعرف مجتمع البحث على أنه: "جميع وحدات أو عناصر الظاهرة المدروسة سواء كانت أفرادا أو مباني أو منشآت أو غيرها طبقا لمجال موضوع مشكلة البحث، ومجتمع البحث، إما أن يكون مجتمعا متاحا وهو ذلك المجتمع الذي نختار منه عينة البحث وتعمم عليه نتائجها أو مجتمعا مستهدفا قد يكون لجميع عناصره نفس خصائص المجتمع المتاح، ولكن لا تصدق نتائج التعميم عليه". (أوسرير و بوعافية، 2013، الصفحات 65-66)

ومجتمع البحث في دراستنا هم طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال من كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بالجامعة المركزية، وباعتبار أن حجم العينة كبير قمنا بأخذ عينة تمثل هذا المجتمع في حدود الوقت والجهة وإمكانية البحث.

وتعرف العينة بأنها: "هي الجزء الذي يختاره الباحث، وفق طرق محددة ليمثل مجتمع البحث تمثيلا علميا سليما". (مرسلي، 2007، صفحة 124)

وتعرف أيضا: "بأنها نموذجي يشمل جانبا أو جزءا من وحدات المجتمع الأصلي المعني بالبحث تكون ممثلة له، بحيث تحمل صفاته المشتركة وهذا النموذج أو الجزء يغني الباحث عن دراسته كل وحدات ومفردات المجتمع الأصلي، خاصة في حالة صعوبة أو استحالة دراسة كل تلك الوحدات". (قندلجي، 2007، صفحة 157)

وقد تم اختيار العينة العشوائية البسيطة من طلبة علوم الإعلام والاتصال بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بالجامعة المركزية، نظرا للعدد الكبير للطلبة فاخترنا مفردات من الطلبة السنة الثانية والثالثة ليسانس وطلبة الماستر تخصص اتصال وعلاقات عامة.

## 3-نوع المنهج المستخدم:

"يعتبر المنهج الطريق الواضح الذي يؤدي على الهدف المطلوب والمنهج أيضا هو الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم بواسطة طائفة القواعد العامة التي تهيمن على سير العقل وتحدد عملياته حتى يصل إلى نتيجة معلومة". (مكي، الصفحات 14-15)

وفي دراستنا تم الاعتماد على المنهج الوصفي "الذي يركز على وصف الظاهرة التي يريد دراستها وجمع أوصاف ومعلومات دقيقة عنها، والمنهج الوصفي يعتمد على دراسة الواقع أو الظاهرة كما توجد في الواقع وهم بوصفها وصفا دقيقا يعبر عنها تعبيراً كفيماً أو تعبيراً كمياً". (بوحوش، 2014، صفحة 138)

ويقوم المنهج على دراسة وتحليل وتفسير الظاهرة من خلال تحديد خصائصها وأبعادها وتوظيف العلاقات القائمة بينها بهدف الوصول إلى وصف علمي متكامل لها، لذلك فإن المنهج الوصفي يشمل على عدد من المناهج الفرعية والأساليب المساعدة كأن يعتمد على دراسة الحالة أو الدراسة الميدانية أو التاريخية أو المسوح الاجتماعية.

ويعد المنهج الوصفي أكثر مناهج البحث ملائمة للواقع الاجتماعي كسبيل لفهم ظواهره، واستخلاص سماه، ويأتي على مرحلتين وهي

المرحلة 01:الاكتشاف والصياغة.

المرحلة 02:تتمثل في التشخيص والوصف من خلال تحليل البيانات والمعلومات التي تم جمعها وعلى ضوء هذا التحليل يتم اكتشاف العلاقة بين المتغيرات وتقديم التفسيرات لها.

وموضوع دراستنا هو: تأثير الشائعات في موقع التواصل الاجتماعي "الفيسبوك" على الطلبة الجامعيين جعلنا نعتمد على المنهج الوصفي لعدة أسباب أهمها:

1-أن هذه الدراسة تتلاءم مع المنهج الوصفي لأنها تريد وصف ظاهرة انتشار الإشاعات والوقوف على واقعها داخل الجامعة المركزية للطلبة الجامعيين.

2-يتيح هذا المنهج استخدام العديد من أدوات جمع البيانات مثل الاستمارة، والتي نتبنى من خلالها الحصول على إجابات الأسئلة المطروحة.

3-المنهج الوصفي لا يكفي بمجرد الوصف بل يسعى على التحليل والتفسير، وهذا من خلال الاعتماد على الأسلوب الإحصائي الذي يحول المعطيات من الصيغة الكيفية إلى الصيغة الكمية القابلة للقياس، ويظهر ذلك

عند تفرغ البيانات وعرضها في جداول تشتمل تكرارا ونسب مئوية .وعليه فقد اعتمدنا على المنهج الوصفي بهدف الوصول إلى وصف كامل ودقيق لموضوع البحث وجمع البيانات الضرورية المتعلقة به وتحليلها بأكثر قدر من الدقة والموضوعية حتى تزداد بذلك درجة اعتمادية النتائج المستخلصة منها.

#### 4-أدوات جمع المعلومات:

تعتبر أدوات جمع البيانات الوسيلة الهامة التي تعتمد عليها كافة العلوم في جمع الحقائق وبتوافق صدق ودقة النتائج المتوصل إليها، في أي بحث على دقة الأدوات المستخدمة ودرجة مصداقيتها.

وقد استخدمنا في هذه الدراسة على أداة الاستمارة التي تعرف على أنها:"وسيلة الاتصال الرئيسية بين الباحث والمبحوث وتحتوي على مجموعة من الأسئلة تخص القضايا التي تزيد معلومات عنها من المبحوثين". (سلاطينة و الجلالي، 2009، صفحة 77)

وتتضمن هذه الاستمارة على ثلاثة محاور أساسية: المحور الأول يتمثل في البيانات الشخصية والمحور الثاني مدى انتشار الشائعات في موقع الفيسبوك والمحور الثالث تضمن الأسئلة حول ما مدى تأثير الأخبار الكاذبة على سلوكيات الطلبة.

#### 5\_ المعالجة الإحصائية:

من المعروف أن الدراسات الميدانية يتم فيها تحويل البيانات والمعلومات الكيفية إلى كمية مرمزة في أرقام أو تكرارات أو نسب مئوية، وتعالج بالأساليب الإحصائية المختلفة.

ولذلك فإن التحليل الإحصائي للبيانات هو المعالجة الإحصائية بين المتغيرات التي توجد في استمارة البحث من خلال إجابات المبحوثين بغرض إجراء المقارنة بين ما حصلنا عليه من بيانات المبحوثين وما تم وضعه في الفرضيات.

ومن بين هذه الأساليب الإحصائية التي يتم استخدامها نجد:

#### أولاً: برنامج الإكسل Excel:

هو برنامج يتيح للطلبة تنظيم وتنسيق وحساب البيانات باستخدام صيغ مختلفة عبر نظام الجداول، ويتميز بالقدرة على إجراء العمليات الحسابية الأساسية واستخدام أدوات الرسوم البيانية وإنشاء الجداول.

وفي دراستي يتمكن الاستعانة بنظام **Excel** للتعامل مع الأرقام وتبويب البيانات المستفرغة من إجابات الاستمارة وتنظيمها في جداول ومنحنيات بيانية، فهو أداة قوية لتصوير البيانات وتحليلها.

### ثانيا: كيفية حساب التكرارات

وتتم من خلال معرفة عدد المرات التي تم تكرار الإجابة فيها أو القيمة بواسطة الإطلاع على جدول بيانات الاستبيان التي تم تفرغها لاستخدامها في حساب النسب المئوية ومثال على ذلك حساب عدد تكرارات الجنس إناث وذكر وذلك باستخدام الحاسوب الآلي.

### ثالثا: حساب النسب المئوية:

وتستخدم في عرض النتائج التي تم التوصل لها من خلال التكرارات، وذلك باستخدام العملية الحسابية التالية وهي ضرب عدد التكرارات في 100 ومن ثم القسمة على مجموعة أفراد العينة المستهدفة.

فمثلا أن أفراد العينة في دراستي مكونة من 60 كما يلي:

\*45 شخص قال نعم للشائعات في موقع التواصل الاجتماعي "الفيسبوك" تأثير عليهم.

\*15 شخص قال لا ليس للشائعات في موقع التواصل الاجتماعي "الفيسبوك" تأثير عليهم.

فالنسبة المئوية للأشخاص الذين قالوا نعم  $45 * 100 / 60 = 75\%$ .

أما النسبة المئوية لأشخاص الذين قالوا ليس لها تأثير  $15 * 100 / 60 = 25\%$ .

### رابعا: معاملات الارتباط

معنى الارتباط بمعناه العلمي العام هو التغير الاقتراني، أو بمعنى آخر هو النزعة إلى اقتران التغير بظاهرة ما أو متغير ما بالتغير في ظاهرة أخرى.

وقد يكون التغير الاقتراني ايجابيا أي الزيادة في المتغير الأول يقترن بالزيادة في المتغير الثاني، وقد يكون الاقتران سلبيا بمعنى الزيادة في المتغير الأول تقترن بانخفاض بالمتغير الثاني.

وللإجابة عن تساؤلات الدراسة يحتاج الباحث إلى تقنية إحصائية أخرى تسمى معامل الارتباط وهناك خمسة معاملات للارتباط وهي:



## أ-معامل ارتباط بيرسمون:

عندما يكون هدف الباحث دراسة العلاقة التي تربط بين متغيرين وتكون البيانات التي جمعت من الميدان كمية ، فإنه يمكن التعرف على اتجاه هذه العلاقة وعلى قوتها باللجوء إلى معامل إحصائي يقيس العلاقة الارتباطية وهذا المعامل يقوم على افتراض أن العلاقة خطية أي أن التغير في المتغير الأول يتبعه تغير في المتغير الثاني على طول الخط سواء ايجابيا أو سلبيا.

## ب-معامل ارتباط سييرمان (معامل ارتباط الرتب):

يمتاز بنفس خصائص معامل بيرسمون يدل على العلاقة الارتباطية بين متغيرين وعلى قوة واتجاه تلك العلاقة.

يلجأ الباحث لاستعمال هذا المعامل عندما يتعامل مع بيانات ترتيبية (المستوى الرئيسي للقياس) أو عندما يتعامل مع متغيرين أحدهما كمي وآخر ترتيبية إذ تمكن الباحث من ترتيب البيانات الكمية. (منصوري، 2020، الصفحات 669-670)

## ج-معامل ارتباط كرامر:

'يهدف لقياس قوة العلاقة بين المتغيرين النوعيين يعتمد في هذا على اختيار كاي مربع.

## د-معامل الارتباط الثنائي:

في حالة إذا اضطر باحث للتعامل مع البيانات النوعية والكمية في نفس الوقت وأراد التعرف على العلاقة الارتباطية بين متغير أحدهما يتم قياسه باستعمال مستوى قياسي المسافة على الأقل ومتغير آخر باستعمال المستوى الاسمي للقياس.

هـ-معامل فاي: معامل ارتباط رباعي، يصلح للمتغيرات المقسمة تقسيما ثنائيا والمتغيرات غير المستمرة أي التي

تنقسم إلى فئتين مثل: صح وخطأ، فاشل وناجح، نعم ولا ، ويصلح لتحليل فقرات الاختبارات النفسية.".

(منصوري، 2020، صفحة 671)

## 6\_ عوائق الدراسة :

- ضيق الوقت وعدم كفايته للبحث عن موضوع المذكرة.
- عدم توفر المراجع الالكترونية الكافية عن موضوع الدراسة.
- صعوبة في إظهار أصحاب الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي (حسابات وهمية).



الخاتمة

وفي الأخير يمكننا القول أن سهولة الإنتاج والنشر وإعادة نشر المعلومات ومشاركة التحديثات بأيسر السبل وأقلها كلفة وفي فترة زمنية وجيزة يساهم في سرعة انتشار الشائعة عبر مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك،)، كذلك يساهم في جعل قدرة التحكم في المحتوى الإلكتروني ضئيلة جدا، إضافة إلى صعوبة مراقبة المحتوى الذي يتم نشره عبر الفايسبوك من قبل أشخاص مجهولين، حيث أنه كلما كانت المواضيع متعلقة بشخصيات مشهورة، أحداث ضخمة، وقائع غامضة، نسجل ارتفاع في نسبة انتشار الشائعات عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

فمن خلال دراستنا التي هدفت إلى التعرف حول التأثير الشائعات في موقع التواصل الاجتماعي وسط الطلبة الجامعيين، توصلنا إلى أن ظاهرة انتشارها متوسطة فالبعض منهم لا يؤمن بها إلا بعد التأكد من مصادر المعلومات نظرا للوعي الذي يملكونه والبعض الآخر يؤمن بها بحجة الرفع من المعنويات ومحاولة جعل الكذب حقيقة وذلك يعود إلى درجة الوعي التي يتحلّى بها الطلبة الجامعيين.

## قائمة المصادر والمراجع

## قائمة المصادر والمراجع:

- 1- المعجم العربي الأساسي، (1989) تونس، المنظومة العربية للتربية والثقافة والعلوم.
2. أحمد بن مرسل (2007)، *مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال*، ط2، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية.
3. أحمد زكي بدوي (1985)، *معجم مصطلحات الإعلام*، القاهرة، دار الكتاب المصري.
4. أحمد نوفل (1987)، *الإشاعة (دراسات إسلامية هادفة)*، ط3، عمان، دار الفرقان للنشر والتوزيع.
5. أحمد نوفل (1989)، *الحرب النفسية*، ط1، عمان، الأردن، دار الفرقان للنشر والتوزيع.
6. أسامة غازي المدني (2015)، *شبكات التواصل الاجتماعي وتشكيل الرأي*، السعودية، جامعة أم القرى، مجلة الآداب والعلوم الإنسانية.
7. إسماعيل محمود حسن (2003)، *مبادئ علم الاتصال في نظريات التأثير*، القاهرة، الدار العالمية للنشر والتوزيع .
8. العطري بن عزوز (2017)، *الإعلام الجديد والشباب*، مجلة فن وثقافة، العدد 5.
9. جابر نصر الدين (2006)، *مفاهيم أساسية في علم النفس الاجتماعي*، ط2، جامعة منتوري قسنطينة، مخبر التطبيقات النفسية والتربوية.
10. جان نويل كابفيرير، تر: تانيا ناجيا (2007)، *الشائعات الوسيلة الإعلامية الأقدم في العالم*، ط1، بيروت، دار الساقى.
11. جمال الدين محمد بن مكرم ابن منظور، *لسان العرب*، القاهرة، الدار المصرية للتأليف والترجمة.
12. جهاد علي السعيدة (2019)، *الشائعات في وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيراتها على الأمن المجتمعي*، الأردن، المجلد6، العدد2، جامعة البلقاء التطبيقية، مجلة العلوم الإنسانية لأم البواقي.
13. حسان سلاطينة (2009)، *أسس البحث العلمي*، ط2، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية.

14. حسن عماد المكاوي، سيد ليلي الحسين (2009)، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط8، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية.
15. حمدان خضر سالم، جاسم محمد شيب (د.ت.)، طرائق مواجهة الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك، العدد 41، مجلة البحث العلمي.
16. ذياب موسى البداينة (2001)، استخدام التقنيات الحديثة في الشائعات، أكاديمية نايف للتربية والعلوم المنية الرياضية.
17. سعيود منال، لموم مريم (2019)، دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الإشاعات (الفيسبوك كنموذج)، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة جيل.
18. صالح خليل الصقور (2012)، الإعلام والتنشئة الاجتماعية، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع.
19. عامر قندلجي (2007)، البحث العلمي استخدام مصادر المعلومات التقليدية والالكترونية، الأردن، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
20. عاهد حسين الصفدي (2011)، دقائق على الباب العتيق (مقالات اجتماعية)، عمان، الأردن، دون دار النشر.
21. عباس بن رجاء الحربي (د.ت.)، الشائعات ودور وسائل الإعلام في عصر المعلومات، ط1، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع.
22. عبد الأمير الفيصل (2014)، دراسات في الإعلام الالكتروني، الإمارات، دار الكتاب الجامعي للنشر والتوزيع.
23. عبد الرحيم درويش (2015)، مقدمة في علم الاتصال، مكتبة نانسي للنشر والتوزيع.
24. عدنان زهران (2006)، الإشاعة أداة حرب على الإسلام والمسلمين، عمان، دار زهران.
25. عزام محمد الجويلي (2014)، دور وسائل الإعلام في نشر الشائعات، ط1، مكتبة الوفاء القانونية.
27. عصام نور الدين (2005)، معجم نور الدين (الوسيط عربي عربي)، بيروت، دار الكتب العلمية.
28. علي كنعان (2014)، نظرية الاتصال، عمان، دار اليازوري للنشر والتوزيع.

29. عمار بوحوش، محمد محمود(2014)، **مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث**، ط7، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية.
30. فيصل محمد أبو عشبة(2011)، **الدعاية والإعلام**، ط1، عمان، دار أسامة للنشر.
31. مجد الدين محمد بن يعقوب الفيروز أباي(2005)، **القاموس المحيط**، ط8، بيروت، لبنان، مؤسسة الرسالة للطباعة والنشر والتوزيع.
32. محمد بن دغش سعيد القحطاني(1997)، **الإشاعة وأثارها على أمن المجتمع**، ط1، الرياض، دار طريق للنشر والتوزيع.
33. محمد رواس قلعة جي، حامد صادق القنبي(1985)، **معجم لغة الفقهاء**، بيروت، لبنان، دار النفائس للنشر والتوزيع .
34. محمد منير حجاب(2004)، **المعجم الإعلامي**، ط1، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، ص 300.
35. محمد منير حجاب(2007)، **الشائعات وطرق مواجهتها**، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع.
36. محمد منير سعد الدين (1998)، **قراءة في الإعلام المعاصر والإسلامي**، ط2، لبنان، دار بيروت المحروسة.
37. مختار التهامي(1979)، **الرأي العام والحرب النفسية**، ط4، القاهرة، دار المعارف.
38. مصطفى مكي(د.ت.)، **البحث العلمي آدابه وقواعده ومناهجه**، ط1، الجزائر، دار هومشة للنشر والتوزيع.
39. من ور أوسرير، تر:رشيد بوعافية(2013)، **أسس منهجية البحث العلمي في العلوم الاقتصادية وإدارة الأعمال**، الجزائر، مكتبة بوداوا.
40. منال هلال المزاهرة(2014)، **الدعاية أساليبها ومدارسها**، عمان، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.
41. هاني الكايد(2009)، **الإشاعة: المفاهيم والأهداف والآثار**، ط1، عمان، دار الولاية للنشر والتوزيع.



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة أكلي محند أولحاج-البويرة-

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال

تخصص الاتصال

استمارة بحث بعنوان

تأثير الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك على الطلبة الجامعيين بولاية البويرة

"طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال"

**ملاحظة:** قمت بإجراء هذا الاستبيان لمعرفة مدى تأثير الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك على الطلبة الجامعيين أنموذج: "طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة البويرة"، فإنني أتمس منكم الإجابة على الأسئلة التالية بكل دقة وصراحة، علما أن هذه المعلومات تستعمل لغرض علمي لا غير.

**تحت إعداد الطلبة:**

**إشراف الأستاذة:**

❖ عفان صونيا

❖ بن يحيى آسية

❖ حميدي مروى

❖ مسعودي سميرة

2022-2021

## المحور الأول: البيانات الشخص

1. الجنس: ذكر  أنثى
2. السن: 18.20  25.21  29.26  29 فأكثر
3. المستوى التعليمي: ليسانس  ماستر

## المحور الثاني: مواقع التواصل الاجتماعي مجالا لتداول الأخبار

1. ماهي مواقع التواصل الاجتماعي التي تستخدمها ؟

- تويتر
- انستغرام
- واتس آب
- فيس بوك

2. هل تتق بجميع الأخبار التي تصل عبر وسائل التواصل الاجتماعي ؟

- نعم
- لا
- في بعض الأحيان

3. إذا كان الجواب بـ لا لماذا لا تتق بالأخبار التي يتم تداولها في مواقع التواصل الاجتماعي ؟

- لان جميع الأخبار تعتبر شائعات
- لأن الأخبار لا تتماشى مع اتجاهاتي
- لأنها مجهولة المصدر
- إذا كان هناك سبب آخر ، أذكره ؟

4. ماهو الهدف من تشويه الأخبار ؟

- نشر أسرار الناس
- تحقيق أهداف معينة
- تشويه سمعة الآخرين

**المحور الثالث : الفيس بوك كموقع نشر الشائعات بين الطلبة الجامعيين**

5. هل أنت من متصفح الفيس بوك ؟

- نعم

- لا

\*إذا كانت إجابتك بنعم:

دائما

أحيانا

نادرا

6. هل تعتبر الفيس بوك مصدرا لانتقاء المعلومة ؟

- نعم

- لا

7. مار أيك حول ماينشر في الفيس بوك ؟

- يعبر عن الواقع بصدق

- ليس كل ماينشر صحيح

- تشويه وتضليل المعلومات

8. كيف تتعامل مع المعلومات المتلقاة في الفيس بوك ؟

- إعادة نشرها في المجموعات

- مشاركتها مع الأصدقاء

- عدم الاهتمام بها

9. هل تتأكد من صحة الأخبار على الفيس بوك ؟

- نعم

- لا

10. هل صادفت أخبار ما على الفيس بوك منافية للواقع ؟

- نعم

لا -

• إذا كانت الإجابة بنعم

هل فقدت الثقة في أخبار الفيس بوك

عدم وجود الثقة أصلا في تصديقها

11. ماهي أكثر الصفحات التي تصلك عبرها الشائعات ؟

ثقافية

سياسية

العامة

الشبابية

----- أخرى

12. في نظرك ، ماهي الأسباب التي تساعد على نشر الإشاعة ؟

قلة الوعي لبعض الأفراد

انعدام الشفافية لدى بعض الجهات

الصراع الإيديولوجي والثقافي

المحور الرابع: نظرة الطلبة الجامعيين في الدور الذي يقوم به مواقع التواصل الاجتماعي في الترويج للشائعات

13. في رأيكم ، ما هو الدور الذي يقوم به موقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك في الترويج

للشائعات وسطكم ؟

يعمل على نشر الشائعة في نطاق واسع

جعل الشائعة ذات مصداقية واهتمام كبير لدى الطلبة

يعمل على تسريع وتفعيل إنتشار الشائعة في زمن قصير

14. هل تعتقد بأن مواقع التواصل الاجتماعي استطاعت التأثير في الطلبة من خلال الترويج

للشائعة ؟

نعم

لا

15. ماذا تقترحون للحد من الشائعة المنشورة عبر موقع التواصل الاجتماعي "فيس بوك" ؟

## ملخص البحث :

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة تأثير الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي على الطلبة الجامعيين ، من خلال دراسة ميدانية على عينة من طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة آكلي محند أولحاج - البويرة - ، ولتحقيق أهداف الدراسة تم الاعتماد على أداة الاستمارة بهدف معرفة وجمع مختلف المعلومات التي توظّر تعرض أفراد العينة لتأثير الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي ، وتم استخدام المنهج الوصفي نظرا لتطابق مع أهداف الدراسة .  
وبعد التحليل والتفسير توصلنا إلى النتائج التالية :

أن موقع التواصل الاجتماعي وخاصة الفيس بوك يساهم بشكل كبير في إنتشار الشائعات وبسرعة أكبر ، ويتم اعتماد الفيس بوك من طرف طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال للحصول على المعلومات .  
الكلمات المفتاحية: الشائعات، مواقع التواصل الاجتماعي، الفيسبوك، تأثير، الطلبة الجامعيين.

## Résumé de L'étude:

Cette étude vise à connaître l'impact des rumeurs sur les sites de réseaux sociaux sur les étudiants universitaires, à travers une étude de terrain sur une échantillon d'étudiants en sciences médias et de la communication à l'université Akli Mohand Oulhadj -Bouira-, afin d'atteindre les objectives de l'étude, le questionnaire a été utilisé pour connaître et collecter diverse informations qui encadrent l'expositions des membres de l'échantillon a l'impact des réseaux sociaux.

l'approche descriptive a été retenue en raison de sa conformité avec les objectifs de l'étude.

après l'analyse et interprétation, nous sommes parvenus aux résultats suivants:

Les sites de réseaux sociaux en particulier Facebook contribuent grandement à la propagation très rapide de rumeurs dans la communauté universitaire, et Facebook est également accrédité par le département des sciences médias et de la communication pour obtenir des informations.

Les Mots clés: rumeurs, réseaux sociaux, Facebook, étudiants universitaires.