

الإشاعة على وسائل التواصل الاجتماعي وأثرها على طلبة الجامعة -دراسة ميدانية على

عينة من طلبة جامعة محمد لمين دباغين بولاية سطيف-

Rumor on social media and its impact on university students

-a field study on a sample of university students of
Mohammed lamine debaghinne in the state of Sétif –

سمير صالح^١ عبيدة صبتي^٢

^١ جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر. salhisamir68@gmail.com

^٢ جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر. abida.sabti@univ-biskra.dz

تاريخ الاستلام: 2021/07/26 تاريخ القبول: 2021/08/15 تاريخ النشر: 2021/09/20

مستخلص البحث

الهدف من البحث هو التعرف على مدى تأثير الإشاعة عبر وسائل التواصل الاجتماعي على طلبة الجامعة، حيث بلغ حجم العينة ٤٠ مفردة من طلبة الماستر المسجلين في قسم علم الاجتماع والاتصال بجامعة محمد لمين دباغين في ولاية سطيف ولتحقيق اهداف البحث استخدمنا المنهج الوصفي التحليلي، بالاعتماد على نموذج الاستبيان لجمع البيانات والوصول الى النتائج المرجوة من البحث اهمها: ان درجة وعي الطلبة الجامعة بالإشاعات عالية جدا كما كشفت النتائج ان طلبة الجامعة لا يعتمدون كثيرا على الإشاعات للحصول على الاخبار في ظل عدم وجود مصدر رسمي لذلك.

الكلمات المفتاحية: الإشاعة؛ وسائل التواصل الاجتماعي؛ طلبة الجامعة

Abstract:

The aim of the research is to identify the extent of the impact of rumors through social media on university students, as the sample size was 40 individuals. Registered in the department of communication sociology at the university of Mohamed Lamine Debaghinne, and to achieve the goals.

In the study, we used the descriptive analytical approach, relying on the questionnaire form to collect data, and to reach the desired results of research, the most important of awareness of university students, about rumors is very high, and the results also revealed that university students do not rely much on rumors to get news is the absence of an official source for that.

Keywords: rumors ; social media; university students

مقدمة:

يعتبر الاتصال من المواضيع التي نالت اهتماما كبيرا من طرف الباحثين والمفكرين، حيث يعتبر الاتصال ركيزة أساسية وضرورة تقتضيها الإنسانية، فالإنسان ككائن في حاجة ليكون اجتماعيا في حياته مع بني جنسه يتوجب وجود عملية اتصالية يقوم من خلالها بالتعبير عما يكتنفه من مشاعر وأحاسيس وأفكار وآراء ومعارف، التي يسعى الى ايصالها للآخرين لكي يثبت وجوده، وكذا محاولة لتحقيق واشباع رغباته وفضوله، فقديمًا كانت العملية الاتصالية بين الافراد تسير في صورها البدائية البسيطة التي تنحصر في التعبير عن أفكارهم من خلال الايماءات والاشارات والرموز، ليتطور بعدها الاتصال بتطور الوسائل فظهرت الصحيفة والتلفزيون والراديو، ما ساعد في تقرب الجمهور من الأحداث التي تدور في العالم.

ليشهد العالم بعدها مجموعة من التغيرات والتحويلات والتطورات على الصعيد التكنو اتصالي، فكانت شبكة الانترنت مظهرًا من مظاهر التي افرزتها تلك التطورات، فتكون بذلك أداة للربط بين اقطاب الأرض المتباعدة، متجاوزة الحدود الزمنية والمكانية، ليشترك فيها الافراد من اجل البحث العلمي والتطوير المعرفي، فأصبحت بذلك وسيلة فاعلة لتحقيق التواصل السريع بين الافراد، ومن ابرز ما افرزته شبكة الانترنت لمستخدميها ما يعرف باسم المواقع الالكترونية والتي تعتبر اليوم من ابرز

اهتمامات الفرد الضرورية، حيث تسمح له بتشكيل مساحة افتراضية كورقة تعريفية ليتقدم بها في عالم الاتصال الافتراضي ويعبر بها عن آرائه للآخرين.
ومن بين المواقع الأكثر انتشارا في العالم هو الفايسبوك، والذي جاء نتيجة للبحث عن الوسيلة التي تقوم بتسهيل الاتصال بين طلاب جامعة هارفارد الامريكية على يد الطالب مارك زوكربيرغ بالاشتراك مع موسكوفيتز وكريس هيوز.
ويكون بذلك الفايسبوك وسيلة متاحة لجميع الافراد بمختلف الفئات العمرية، وأداة لتحقيق التواصل مع الأصدقاء من جهة، وأداة للحصول على الاخبار التي تدور في الساحة الافتراضية من جهة أخرى.

والمجتمع الجزائري لم يكن بعيدا عن التطورات، فكان الفايسبوك ضمن الوسائل التي لاقت انتشارا كبيرا لكثرة المستخدمين له في هذا المجتمع، لما يتيح من القدرة على الاطلاع على جميع المستجدات من اخبار بمختلف أنواعها، ومن بين المستخدمين لهذا الموقع نجد الطلبة الجامعيين باعتبارهم فئة مهمة داخل المجتمع الجزائري، وذلك لسعيهم وراء البحث عن الاخبار والمعلومات المتعلقة بمحيطهم الجامعي كم جهة، وتحقيق التواصل مع الزملاء في الحرم الجامعي وتبادل كل ما هو جديد ومتعلق بحاجاتهم وأهدافه من جهة أخرى، لكن عدم دقة الاخبار وسلامة مصدرها ساهم في فتح المجال لكل من تسول له نفسه بنشر الأكاذيب والاشاعات بسهولة تداولها بين الطلبة، نتيجة لنقص المعلومات التي يبحث عنها الطلبة، وذلك لان المعلومة اليوم لم يعد انتاجها متعلق بفئة او جهة معينة، حيث اصبح اليوم بإمكان أي فرد يملك الوسيلة والمهارة في نشر وترويج اخبار ومعلومات مغلوطة تؤدي الى تزييف الحقائق وتغيير الاتجاهات الطلبة حول قضايا ومواضيع يطرحها المجتمع الجامعي.

إشكالية البحث:

الإشاعة من الوسائل الإعلامية الأقدم في تاريخ المجتمعات البشرية، كما كانت تقوم على أساس التنقل من الفم الى الاذن وبأبسط الأشكال، وبذلك لانزال الاشاعة بحاجة الى فضاء يمكن لها الانتشار ضمنه بصورة سريعة ، واختلقت المضامين التي تحملها الاشاعات باختلاف ذلك الفضاء من جهة ، وكذا القائمين على الترويج لتلك الاشاعة من جهة أخرى، فالاشاعة منذ الأزل لصيقة بالإنسان وبكل مجريات حياته داخل مجتمعه، بحيث يكون لها وقع كبير تحدثه في الفرد و المجتمع ككل، لما تفرزه من

شكوك وردود أفعال غير متوقعة وكذا المساس بمصداقية الخبر المنقول و التشكيك في صحته، كما كانت تمارس هذه الظاهرة قديما في الحروب لتثبيط معنويات المحاربين و التقليل من عزيمتهم في تحقيق النصر، ومع التطورات الذي شهدتها المجتمعات اليوم في مجال الاتصالات وظهور الشبكات الاجتماعية التي أفرزتها الأنترنت عقب ظهورها بفترات زمنية مختلفة ، هذا وما تتميز به من سهولة في الاستخدام ويسر في وصول المعلومات الى الآخرين بشكل سريع و آني، وجدت الاشاعة منعرجا آخر في هذا التطور يحقق لها الوصول السريع للجمهور المتلقي وهذا ما زاد من غموضها.

لم يكن المجتمع الجزائري بمنأى عن هذه التطورات، فكان للفيسبوك مكانة كبيرة بين مختلف الفئات مما سمح لهم بالاطلاع على جميع الاحداث والاطلاع الحصرية المتداولة بين مستخدميه، ومن بين المستخدمين لهذه الشبكة هم الطلبة الجامعيين، لسعيهم الدائم وراء البحث عن الاخبار من جهة، ومحاولة فهمهم لما يحيط بهم في الوسط الجامعي من جهة أخرى، لكن اصبح من الشائع ان المعلومات المتداولة والاطلاع المتبادلة عبر هذه الشبكة لم يعد بالإمكان التحقق من صحتها وصدقها، فالأخبار والمعلومات اليوم لم يعد انتاجها مرتبط بصفة أو جهة معينة من الأفراد، حيث أصبح بإمكان أي شخص يملك الوسيلة و المهارة من انتاج ونشر المعلومات، وفي ظل انعدام الاخبار التي يسعى الطالب للوصول اليها، هنا وجدت الاشاعة أرضية خصبة للانتشار في الوسط الطلابي عبر الشبكة المستخدمة، وذلك لما تحدثه الاشاعة من تحريف وتشويه للخبر والمعلومة، وكذا المساس بمصداقية كل منهما وعليه تتمحور إشكالية بحثنا في التساؤل الرئيسي التالي:

كيف تؤثر الاشاعة عبر شبكات التواصل الاجتماعي على الطلبة الجامعيين؟

ويتفرع هذا التساؤل الى التساؤلات الفرعية التالية :

١. هل للطلاب الجامعي وعي بالآثار السلبية التي تحدثها الاشاعة ؟
٢. ما أسباب اعتماد الطالب الجامعي على الاشاعات في الحصول على المعلومات والاطلاع؟
٣. كيف يتعامل الطالب الجامعي مع الاشاعة عبر الفيسبوك ؟

٢. فرضيات البحث :

الفرضية العامة :

➤ تؤثر الإشاعة عبر وسائل التواصل الاجتماعي في طلبة الجامعيين .

الفرضيات الفرعية:

١. تنتشر الإشاعات في الوسط الطلابي تبعا لدرجة وعي الطلبة بالتأثيرات السلبية التي تخلفها الإشاعة.
٢. يعتمد الطالب الجامعي على الإشاعة في الحصول على المعلومات والأخبار في ظل غياب المصدر الرسمي لها.
٣. يتعامل الطالب الجامعي مع الإشاعة بحذر شديد هذا ما يساهم في الحد من انتشارها.

٣. أهداف البحث:

تتلخص أهداف الدراسة في النقاط التالية:

١. التعرف على مدى وعي الطلبة بالتأثيرات السلبية للإشاعات.
٢. معرفة أسباب اعتماد الطالب الجامعي على الإشاعات في نشر المعلومات.
٣. التعرف على علاقة الطلبة بإنشاء الإشاعة ونشرها.
٤. التعرف على كيفية تعامل الطلبة مع الإشاعات المروج لها في وسائل التواصل الاجتماعي.

٤. أهمية البحث :

- تكمن أهمية الدراسة في محاولتنا معرفة التأثيرات التي تحدثها الإشاعة المتداولة عبر شبكات التواصل الاجتماعي (فايسبوك) في الطالب الجامعي، وذلك من خلال :
١. قيام الدراسة بتسليط الضوء على الإشاعة كظاهرة اجتماعية ذات تأثير كبير في جميع النواحي المحيطة بالطالب الجامعي.
 ٢. الاهتمام بموضوع الإشاعات لارتباطها بأبرز الوسائل التي يستخدمها الشباب الجامعي والتي تعد من أهم أشكال الإعلام الإلكتروني، والدور الكبير الذي تقوم به من خلال تزويد المستخدمين بالأخبار والمعلومات باعتبارها الوسيلة الأكثر استخداما في مجتمعنا.

٣. محاولة اثراء المعرفة العلمية من خلال البحث في موضوع الاشاعات التي يروج لها باعتماد الاعلام الالكتروني كوسيلة للنشر السريع لها، وكذا البحث في التأثيرات التي تحدثها في الطلبة الجامعيين الذين يتعرضون لمضامين الإشاعة بمختلف اشكالها.

٥.تحديد المفاهيم:

١٠.٥ مفهوم الاشاعة

تعريف الاشاعة لغة: "شاع، شيعا، شيعانا وشيوعا ، وشاع الخبر في الناس، فهو شائع أي انتشر وافترق وذاع وظهر، وهو ما قد شاع بين الناس، فاستوى علم الناس به ، ولو لم يكن علمه عند بعضهم دون بعض." (ابن المنظور، ٢٠٠٤، صفحة ٢٩٤) وعليه فالاشاعة في اللغة جاءت مشتقة من الفعل أشاع ونشر، أي نقل الخبر ونشره من شخص لآخر.

في الاصطلاح: كثيرا ما يختلف علماء الاجتماع حول تحديد المعنى الدقيق للمفاهيم، حيث تعددت التعريفات لمصطلح الاشاعة .

فقد عرفها كل من ألبورت و بوستمان:"بأنها قضية أو عبارة نوعية قابلة للتصديق وتتناقل من شخص لآخر بالكلمة المنقولة وذلك دون أن تكون هناك معايير للصدق" (سامي، ٢٠٠١، صفحة ٨٤)

بمعنى أن أي قضية يتم نقلها من شخص لآخر وتكون موجهة لكي تصدق .

كما تعرف الاشاعة على انها الاخبار المشكوك في صحتها ، ويتعذر التحقق من أصلها وتتعلق بموضوعات لها أهمية لدى الموجهة لهم، ويؤدي تصديقهم او نشرهم لها الى اضعاف روحهم المعنوية " (الكايد، ٢٠٠٩، صفحة ٢١)

وفي هذا الصدد يشير الكايد الى ان كل خبر مجهول المصدر ومشكوك في مصداقيته يؤدي بالضرورة الى تصنيفه ضمن اطار الاشاعة او الاخبار المغلوطة .

ويعرفها ككتاب بانها : " اعلان او بيان موجه لكي يتم تصديقه من طرف الناس مرتبط بحدث معين ويروج بدون أي تأكيد رسمي ". (سامي، ٢٠٠١، صفحة ٨٤)

وعليه تشير التعريفات السالفة الذكر الى قالب واحد يصنف ضمنه مفهوم الاشاعة او الشائعة كما يطلق عليها البعض ، باعتبارها خبر مزيف مصبوغ بصبغة

الإشاعة على وسائل التواصل الاجتماعي وأثرها على طلبة الجامعة -دراسة ميدانية على عينة من
طلبة جامعة محمد لامين دباغين بولاية سطيف-

الحقيقة ينشر و يروج بين الناس لكي يتم تصديقه وهو بذلك موجه للضرب في
معنويات الأشخاص و المساس بمكانتهم .

التعريف الاجرائي للإشاعة :

هي تلك المعلومات و الاخبار التي يتم تداولها عبر الشبكات الاجتماعية فيس
بوك دون التحقق من صحتها وذلك لإحداث تأثير في متلقي تلك المعلومة.

٢.٥ وسائل التواصل الاجتماعي :

تعرف وسائل التواصل الاجتماعي بانها: عملية تواصل على عدد من الناس عن
طريق خدمات ومواقع الكترونية توفر سرعة توصيل ق المعلومات على نطاق واسع
(عماد، ٢٠٠٦، صفحة ٣٩٧)

فهي بذلك تسهل عملية التواصل والتفاعل فيما بين المشتركين هذا من جهة و
كذا تقليص المسافات واختصار في الوقت من جهة أخرى .

كما تعرف وسائل التواصل الاجتماعي بانها " مجموعة من المواقع على شبكة
الإنترنت، ظهرت مع الجيل الثاني للويب ٠.٢ .تتيح التواصل بين الافراد في بنية مجتمع
افتراضي، يجمع بين افرادها اهتمام مشترك او شبه انتماء (بلد – مدرسة – جامعة –
شركة .. الخ) يتم التواصل بين من خلال الرسائل او الاطلاع على الملفات الشخصية،
ومعرفة اخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض ، وهي أداة فعالة للتواصل الاجتماعي
بين الافراد سواء كانوا أصدقاء نعرفهم في الواقع او أصدقاء عرفتهم من خلال
السياقات الافتراضية" (بدر، ٢٠١٥، صفحة ١٥٦)

التعريف الاجرائي للشبكات الاجتماعية :

هي عبارة عن مواقع على شبكة الانترنت، تسمح لمستخدميها بإنشاء ملف
شخصي يعرض فيه بعض من مقتطفات حياة المستخدم وتشكيل بعض الصداقات مع
الآخرين وتبادل الرسائل، كما تسمح له بنقل وتبادل المعلومات و الاخبار بصورة تفاعلية
ومن بين هذه الوسائل نجد: الفايسبوك و التويتير و ماي سبيس و اليوتوب.. وغيرها من
المواقع.

٣.٥ طلبة الجامعة:

لتحديد مفهوم الطالب الجامعي يتوجب علينا أولاً تحديد مفهوم كل من
الطلبة و الجامعة

الطالب لغة : " طالب جمع طلبة وطلاب ، ويطلق على من يسعى في التحصيل على شيء جا في الحديث الشريف مفهومان لايشبعان طالب العلم وطالب المال " (ابن المنظور، ٢٠٠٤، صفحة ٢٣٩).

وجاء في المعجم العربي الحديث لاروس " الطالب من يطلب العلم ويطلق عليه التلميذ في المرحلتين الثانوية والعالية " (الجر، ١٩٨٧، صفحة ١١)
في الاصطلاح:

الطالب هو " ذلك الشخص الذي سمحت له كفاءته العلمية بالانتقال من المرحلة الثانوية الى الجامعة تبعا لتخصصه الفرعي بواسطة شهادة او دبلوم يؤهله لذلك، ويعتبر الطالب احد العناصر الأساسية و الفاعلة في العملية التربوية طيلة التكوين الجامعي إذ أنه يمثل عدديا النسبة العالية بالمؤسسة (دليو، ٢٠٠٦، صفحة ٩٥)

التعريف الاجرائي للطلاب:

هم الأشخاص الذين سمحت لهم كفاءتهم العلمية في مواصلة مساهمهم التعليمي وانتقالهم من المرحلة الثانوية الى الجامعة في إطار تخصص علمي ما..
٤.٥ الجامعة:

لغة: يشار الى لفظ الجامعة في قاموس المصطلحات اللغوية و الأدبية على انها معهد علمي يشمل عددا من الكليات حسب فروع التخصص (ايميل، صفحة ١٦٣)
وفي منجد الاعلام تشير الجامعة الى اسم مؤنث يطلق على المؤسسة الثقافية التي تشتمل على المعاهد التعليمية في مختلف الفروع كالفلسفة و الطب و الحقوق وغيرها (المنجد في الاعلام، ٢٠٠٣، صفحة ١٠١)

وعليه فالتعريفات اللغوية في مختلف تشير الى ان الجامعة مركز ومؤسسة لتعليم تتميز باشتغالها على عدة تخصصات .

اصطلاحا: تعرف الجامعة على انها المكان الذي تتم فيه المناقشة الحرة المفتوحة بين المعلم و المتعلم، وذلك بهدف تقييم الأفكار و المفاهيم المختلفة وهي أيضا المكان الذي يتم فيه التفاعل بين أعضاء هيئة التدريس من مختلف التخصصات و الطلبة المنتظمين في هذه التخصصات (صقر، ٢٠١٥، صفحة ٥٠)

الإشاعة على وسائل التواصل الاجتماعي وأثرها على طلبة الجامعة -دراسة ميدانية على عينة من
طلبة جامعة محمد لّين دباغين بولاية سطيف-

وتعرف الجامعة أيضا بانها معقل الفكر الإنساني في ارفع مستوياته ومصدر الاستثمار
وتسمية الثروة البشرية وبعث الحضارة و التراث التاريخي (شحاتة، ٢٠٠١، صفحة ١٣)
التعريف الاجرائي للجامعة:

هي تلك المؤسسة و الهيكل التعليمي التي تسعى الى تكوين و تعليم الفرد في
تخصص ما للوصول به الى نيل شهادة علمية تبرز مكانته في الاطار العلمي .
٦.الدراسات السابقة:

تعتبر الدراسات السابقة من الخطوات الأساسية في مسار البحوث العلمية، من
حيث انها تساعد الباحث في اثناء مشكلة بحثه بالإضافة الى مساعدته و توجيهه نحو
المراجع و المصادر وكذا معرفة الصعوبات و المشكلات التي واجهت الباحثين في السابق
ومحاولة اجتنابها بالإضافة الى اثناء البحث بنتائج هذه الدراسات و عليه فقد اعتمدنا
على مجموعة من الدراسات التي تفيدنا وتخدم موضوعنا هذا نذكرها فيما يلي :
دراسة حاتم الصيد (٢٠٠٣)

هدفت الدراسة الى محاولة الكشف عن الاشاعات التي تكون موضوعاتها اكثر
انتشارا و اكثر تصديقا لدى الراي العام الطلابي و العلاقة بينهما،
وقد توصلت الدراسة الى اهم النتائج التي تؤكد على ان نسبة انتشار الاشاعات
في الراي العام مرتفعة في الوسط الطلابي، دون تسجيل فروق دالة بين الذكور و الاناث
او بين المعاهد ، كما اكدت على نسبة ارتفاع تصديق الراي العام الطلابي لها،وقد تفيد
هذه الدراسة دراستنا الحالية في التعرف على الاشاعات الأكثر تداولاً في الوسط الجامعي
وكذا التي يكون لها تصديق من طرف الطالب الجامعي و الذي يتطابق مع اهداف
الدراسة الحالية وكذا التعرف على اتجاهات الطلبة نحو الاشاعات المتداولة عبر شبكات
التواصل الاجتماعي.

دراسة أحمد حسن سلمان(٢٠١٧)

حيث هدفت هذه الدراسة في التعرف على دور شبكات التواصل الاجتماعي في
نشر الشائعات من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى وكذا معرفة
الشبكة الأكثر نشرًا للشائعات على تلك الشبكات الاجتماعية.
حيث توصلت الدراسة الى عدة نتائج أهمها:

١. أن درجة نشر الشائعات على شبكات التواصل الاجتماعي جاءت بنسبة متوسطة وقد حازت شبكة الفايسبوك المرتبة الأولى بين أكثر الشبكات نشرًا للاشاعة.

٢. أن أبرز المواضيع التي تتناولها الشائعات عبر شبكات التواصل الاجتماعي هي السياسية ثم تليها الاشاعة الاجتماعي، وكانت من أهم الأسباب التي تقف وراء نشر الشائعات عبر هذه الوسائل هو سهولة إنتاج المعلومات ونشرها على تلك الشبكات من وجهة نظر عينة الدراسة. ومن بين الحلول التي توصلت إليها الدراسة هي تشريع القوانين التي تحكم وتضبط استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

ويمكن الاستفادة من هذه الدراسة في التعرف على أسباب استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وكذا الأسباب الدافعة لنشر الشائعات عبر هذه الشبكات ، وأيضاً محاولة الباحث لوضع بعض الحلول التي تق

دراسة أسامة بن غازي المدني (٢٠١٧)

هدفت الدراسة في معرفة الدور المزدوج الذي تقوم به شبكات التواصل الاجتماعي تويتر في خلق ونشر الشائعات من جانب، وفي مواجهة الشائعات من جانب آخر؟ ومن النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة نجد انه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس اتجاهاتهم نحو الشائعات تبعاً لاختلاف الجامعة، كما اثبتت الدراسة الى انه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس اتجاهاتهم نحو الشائعات تبعاً لاختلاف دوافع التعرض لشبكة تويتر.

دراسة دور وآخرون (٢٠١٥):

حيث قامت هذه الدراسة بالبحث في تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في تويتر وفيسبوك وغيرها من مواقع التواصل الاجتماعي حيث وصلت آخر إحصائية للمشاركين في التويتر وغيره من مواقع التواصل الاجتماعي من ٤٥.٦ مليون الى ٥١.٢ مليون، وبينت مدى تأثير الشائعات على اندلاع الثورات في بعض الدول العربية، واعمال الشغب في لندن وأن هذه المواقع تنقل المعلومات بطريقة سريعة جدا وبين مجموعات قد تكون في ظاهرها غير متجانسة إلا أنها لا بد أن تجمع بينهم قواسم مشتركة من الاهتمامات، واستخدمت الدراسة المنهج التجريبي حيث قام الباحث بنشر شائعة وتبعتها بين المجموعات بشكل رياضي لوغاريتمي واستخدمت الدراسة

الشكل الرياضي والذي قام بتصميمه كل من بارباسيوألريرتواستنتجت الدراسة أن هناك مواقع تسري فيها الشائعة أكثر من غيرها من المواقع الأخرى. حيث اتفقت هذه الدراسة مع دراستنا الحالية كونهما يتناولان الإشاعة في المجال الإعلامي وتحديدا من خلال شبكات التواصل الاجتماعي.

التعليق على الدراسات السابقة:

من خلال عرض الدراسات السابقة يتضح أن نسبة معتبرة من هذه الابحاث تناولت وسائل التواصل الاجتماعي من خلال محاور متعددة منها كثافة التعرض لها, والاستفادة منها.

في حين أن الدراسة الحالية تناولت موضوعا جديدا يرتبط الاشاعات المتداولة عبر شبكات التواصل الاجتماعي من جانب وكيفية تأثيرها على الطلبة الجامعيين من جانب آخر.

و اتضح من خلال الدراسات السابقة ان هناك تزايد في اهتمام الباحثين في مجال الاشاعات وتأثيرها على الرأي العام.

- كما بينت الدراسات السابقة على خطورة الاشاعات و مساهمتها في بث الفتن بين الافراد ،واظهرت ايضا ان مواقع التواصل الاجتماعي لها دور كبير في تداول الشائعات .
- ساعدت الدراسات السابقة الباحثان في تحديدهما للمشكلة البحثية وكذلك الأهداف ووضع الفروض وأدوات جمع البيانات واختيار العينة والاستبيان وبعض الأساليب الاحصائية.
- مقارنة بعض نتائج الدراسات السابقة التي تم الاستعانة بها في التعليق على نتائج الدراسة الحالية من خلال عقد مقارنة بخصوص أوجه التشابه والاختلاف بين نتائج الدراسات الأخرى و الدراسة الحالية.

٧.الأصول النظرية للدراسة:

إن التحولات التي طرأت في مجال تكنولوجيا الاتصال أدت الى اعتماد مجموعة من التقنيات و الوسائل التي أفرزتها تلك التطورات، فوجدت الشبكات الاجتماعية اقبالا كبيرا من طرف مستخدمي الانترنت و التي تلي بالدرجة الأولى رغبة الفرد في

الاعتماد على تلك الشبكات وكذا تحقيق اشباعاتهم في الحاجة إلى البحث عن المعارف، بمعنى أنهم يسعون إلى الوصول إلى الوسيلة والطريقة التي تقودهم إلى فهم الواقع أولاً، والاندماج فيه ثانياً، وهذه الأخيرة (الوسائل) لها تأثيرات تعود على مستخدميها سواء كانت مرغوبة أو غير مرغوبة، سلبية كانت أم إيجابية، فتأثير وسائل الاتصال في الفرد من الموضوعات التي نالت حظها من بحوث ودراسات الباحثين في مختلف المجالات. وفي دراستنا هذه حول موضوع الإشاعة في وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها على الطلبة الجامعيين ومن خلال اطلاعنا على مجموعة النظريات لاتصالية وجدنا ان كلا من نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام والاتصال ونظرية الاستخدامات والاشباعات من أقرب النظريات لهذه الدراسة .

١.٧ نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام والاتصال

تسعى هذه النظرية في محاولة البحث في أسباب خلق التأثيرات التي تحدثها وسائل الاتصال و الاعلام في المستخدمين بصورة عامة ، سواء تأثير مباشر او غير مباشر، قويا كان أم ضعيفا. (عماد، ٢٠٠٦، صفحة ٣١٣)

حيث تقوم نظرية الاعتماد على وسائل الاتصال على مجموعة من الفرضيات نذكر منها :

- أن تأثير وسائل الاتصال يتراوح بين القوة والضعف تبعا للظروف المحيطة والخبرات السابقة
- أن نظام وسائل الاتصال يعد عاملا مؤثرا في النسق الاجتماعي، ولهذا النظام علاقة بالافراد والجماعات والنظم الاجتماعية الأخرى.
- أن استخدام وسائل الاتصال لا يتم بمعزل عن تأثير النظام الاجتماعي الذي يكون فيه الجمهور ووسائل الاتصال .
- أن استخدام الجمهور لوسائل الاتصال وتفاعله معها يتأثران بما يتعلمه الفرد من المجتمع ومن وسائل الاتصال، ويتأثر الفرد بما يحدث نتيجة تعرضه لوسائل الاعلام

ومن الآثار التي تحدثها الاعتماد على وسائل الاتصال والإعلام نجد:

- الآثار المعرفية: التي تشتمل على الغموض و تكوين الاتجاهات و ترتيب الأولويات .

• الآثار الوجدانية: التي تتمثل في الفتور العاطفي والخوف والقلق والدعم المعنوي وغيرها.

• الآثار السلوكية: وتتحصر في سلوكين أساسيين هما: التنشيط والخمول. (سلمان، ٢٠١٧، صفحة ١١)

حيث تتفق هذه النظرية مع دراستنا في ان الطلبة الجامعيين في حاجة للاعتماد على وسائل الاتصال كمصدر للحصول على المعلومات والاطبار فحتمية التطور الحاصل سبب في استخدامنا لهذه الوسائل اليوم، كما وان تلك الوسائل أضحت ارضا لذبوع وانتشار بعض الاشاعات في ظل غياب المعلومة التي يسعون في الحصول اليها.

الانتقادات الموجهة لنظرية الاعتماد على وسائل الاعلام

• تعرضت نظرية الاعتماد لمجموعة الانتقادات يمكن تلخيصها على النحو التالي: تبالغ النظرية في تصوير حجم الاعتماد الفعلي للعناصر المختلفة وخاصة المتعلقة بوسائل الإعلام، واستقلالها عن النظام الاجتماعي، فوسائل الإعلام غالباً ما تكون محايدة، حيث أنها مصدر غير سياسي، تستطيع أن تجده عند الضرورة، ويجب أن ترتبط وسائل الإعلام بشكل أساسي بالمؤسسات الأكثر هيمنة وسيطرة في المجتمع. على الرغم من أن الاعتماد الشديد على وسائل الإعلام قد يزيد من التأثيرات الإدراكية والسلوكية على الفرد، فإنه للأسف ليست كل تأثيرات وسائل الإعلام الجماهيرية هي تأثيرات لمحتويات وسائل أو أنها تؤثر على الأفراد، حيث أن الأفراد يتأثرون بالأصدقاء والمعارف وغيرهم.

• رغم أنه كان يقصد بمدخل الاعتماد أساساً الاعتماد على مستوي النظام الاجتماعي ككل، لكن معظم الدراسات الإعلامية تعاملت مع مدخل الاعتماد على المستوي الفردي فقط، بمعنى أنها ركزت على الآثار الناجمة عن اعتماد الأفراد على الوسائل المختلفة، مع هذا لا تزال روكيتش تري أن المستقبل سيكون للتركيز على أهداف الجماعات من الاعتماد.

٢.٧ نظرية الاستخدامات والاشباعات :

يعتبر مدخل الاستخدامات والاشباعات بمثابة نقلة فكرية في مجال دراسة تأثير وسائل الاعلام، حيث تركز على كيفية استجابة وسائل الاعلام و الاتصال لدوافع

واحتياجات الجمهور، وعليه يتغير المفهوم التقليدي للتأثير والذي يعني بما تفعله وسائل الاعلام بالجمهور الى دراسة ما يفعله الجمهور بالوسائل ومن مسلماتها أيضا ان مستهلكي وسائل الاعلام يعرفون لماذا يستعملونها وان الاشباعات تظهر في الأساس في محتوى وسائل الاعلام وفي التعرض لها (بوغرزة، ٢٠١٧، صفحة ١٠٦)

حيث تقوم هذه النظرية على مفهومين أساسيين هما الاستخدام والاشباع.

فلاستخدام: كنشاط اجتماعي يتحول بفضل التكرار الى ان يصبح نشاطا عاديا فعندما يصبح الاستعمال في صورة متكررة يمكن حينئذ القول عنه انه أصبح استخداما.

كما يشير مفهوم الاستخدام حسب برولكس الى معنى ماذا يفعل الناس حقيقة بالادوات التقنية او الأشياء التقنية؟ كما انه يحيل الى مسألة التملك الاجتماعي للتكنولوجيا

الاشباع: ويعني قيام الفرد بتلبية رغبة معينة سواء كانت نفسية ام عقلية ام اجتماعية، لتحقق هدف محدد فوفق نظرية الاستخدام والاشباع فان الجمهور المتلقي يوصف بانه مدفوع بمؤثرات نفسية و اجتماعية وسياسية لاستخدام وسائل الاعلام التقليدية والحديثة ويطلق لفظ الاشباع، فوسائل الاعلام تحقق نوعين من الاشباع وهي :

✕ **الأول** اشباع المحتوى من خلال متابعة مضمون المواد الإعلامية التي تنشر من خلال الوسيلة الإعلامية.

✕ **الثاني** وهو اشباع عملية و التي تنتج عن عملية الاتصال و التواصل مع الوسيلة الإعلامية ذاتها (اكحيل، ٢٠١٥، صفحة ١٢)

ويعود الاهتمام بالبحث عن الاشباع الذي توفره وسائل الاتصال لجمهورها الى بدايات البحث التجريبي في ميدان علم الاتصال، وظهرت هذه الدراسات في الاربعينات من القرن العشرين مثل أعمال: لازار سفيلد وستاتونو بيرلسون وبعدها أعمال ريليز و فريدسون وباركر في نفس الاتجاه و يقدم نموذج الاستعمال والاشباع على مجموعة من المفاهيم والشواهد التي تؤكد بان الأسلوب الذي يتبعه الافراد اتجاه وسائل الاتصال أشد تأثيرا من المتغيرات السكانية والاجتماعية والشخصية (سلمان، ٢٠١٧، صفحة ١٢)

الافتراضات التي تقوم عليها نظرية الاستخدامات والاشباع: يرى كاتز وزملائه ان
نظرية الاستخدام والاشباع تقوم على خمسة فروض وهي :

١. الجمهور المتلقي هو جمهور نشط وان استخدامه لوسائل الاتصال هو لتحقيق
اهداف معينة

٢. أعضاء الجمهور يمتلكون المبادرة في تحديد العلاقة بين الاشباع للحاجات
واختيار وسائل معينة لانها تحقق لهم ذلك الاشباع ، بمعنى ان هناك عوامل
تحدد اختيار الجمهور لنوع الوسيلة مضمن الرسالة حسب عوامل مختلفة
مثل الفروق الفردية وتنوع الحاجات باختلاف الافراد.

٣. التأكيد على ان الجمهور المتلقي هو الذي يقوم باختيار الرسائل و المضمون
الذي يقوم باشباع حاجاته، فالجمهور المتلقي هو الذي يستخدم وسائل
الاتصال وليست وسائل الاتصال هي التي تستخدم الجمهور.

٤. الجمهور هو الذي يحدد اهتماماته و حاجاته و دوافعه، و بالتالي اختيار
الوسائل التي تشبع حاجاته.

٥. الاحكام حول قيمة العلاقة بين حاجات الجمهور واستخداماته لوسيلة او
محتوى معين يجب ان يحددها الجمهور نفسه، لان الناس قد تستخدم نفس
المحتوى بطرق مختلفة بالإضافة الى ان المحتوى يمكن ان يكون له نتائج
مختلفة

كما تسعى هذه النظرية على تحقيق ثلاثة أهداف وهي:

- محاولة التعرف على كيفية استخدام وسائل الاعلام من خلال النظر الى
الجمهور في اعتماده على الوسيلة التي تحقق حاجاته.
- محاولة التعرف على دوافع استعمال وسيلة دون الأخرى من الوسائل المتعمدة
وكذا التفاعل مع ذلك الاستعمال.
- التأكيد على ادراك الجمهور الذي يأتي نتيجة لاستعمال وسائل الاتصال .

بمعنى أن نظرية الاستخدامات و الاشباعات تشير إلى العلاقة القائمة بين
وسائل الاتصال و المستخدمين لها و الذي يستخدمها لاشباع رغبات معينة أبرزها
البحث عن المعلومة وكذا الاهتمام بتلبية الحاجات التي تشكل نقطة رئيسية وراء

اختيار نوع الوسيلة التي يتم استعمالها وهذا ما أفاد دراستنا حول تعرض الطلبة الجامعيين لوسائل التواصل الاجتماعي كمكسب للحصول على المعلومات و متابعة الاخبار المتعلقة بمسارهم التعليمي.

الانتقادات الموجهة لنظرية الاستخدامات والإشباعات:

ساهمت نظرية الاستخدام والإشباع في تقديم إستراتيجية جديدة لدراسة وتفسير استخدام الجمهور لوسائل الإعلام وإشباعاته، على أساس اعتبار الجمهور عنصر فعال وإيجابي، وعلى الرغم من تطور أساليب البحث والاستقصاءات في هذا المجال، إلا أن صوراً من الانتقادات وجهت إلى هذه النظرية يمكن توضيحها كالآتي:

يرى عدد من الباحثين بأن نظرية الاستخدام والإشباع لا تزيد عن كونها إستراتيجية لجمع المعلومات من خلال التقارير الذاتية للحالة العقلية التي يكون عليها الفرد أثناء تعامله مع الاستقصاءات، فهي تعتمد بإفراط على دفا تر ذاتية للحالات النفسية للمستعملين

يتبنى مدخل الاستخدام والإشباع مفاهيم تتسم بشيء من المرونة مثل الدافع، الإشباع، حيث لا يوجد تعريفات محددة لهذه المفاهيم وهو ما يؤدي إلى اختلاف النتائج التي يتحصل عليها الباحث أثناء تطبيقه لهذه النظرية

يعتبر مدخل الاستخدام والإشباع، استخدام أفراد الجمهور لوسائل الإعلام هادف ومقصود لكن هناك من يرى أن استخدام وسائل الإعلام يحكمه السلوك الاعتيادي أي بحكم العادة والتعود، فمثلاً مشاهدة برامج معينة قد تعود إلى العادة أو إلى شعبيتها.

٨. منهجية وإجراءات البحث

١.٨. مجالات الدراسة :

تكمن أهمية تحديد مجالات الدراسة من الضروريات الهامة التي تقوم عليها البحوث الاجتماعية، ولمجال دراستنا ثلاث أبعاد هي المجال الجغرافي و المجال الزمني و المجال البشري .

➤ المجال الجغرافي :

يعتبر المجال الجغرافي الحيز المكاني الذي نقوم بإجراء الدراسة ضمنه ، ويتعلق موضوعنا بدراسة الأشاعة عبر شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيرها على الطلبة الجامعيين .

الإشاعة على وسائل التواصل الاجتماعي وأثرها على طلبة الجامعة -دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة محمد لمين دباغين بولاية سطيف-

وعليه يكون مجال دراستنا محصورا في الجامعة كونها الفضاء الذي يضم الطلبة وبالخصوص المستخدمين للمواقع الاجتماعية، وشملت الدراسة مجموعة من الطلبة الذين يدرسون في جامعة محمد لمين دباغين في مدينة سطيف .

➤ المجال الزمني :

المجال الزمني يتعلق بالمدة الزمنية التي تستغرقها الدراسة، فبعد أن تم تحديد موضوع الدراسة في شهر نوفمبر ٢٠١٨، قمنا بإجراء الدراسة الاستطلاعية للحصول على المعلومات النظرية المتعلقة بالمتغيرات الأساسية لموضوع الدراسة منذ شهر جانفي لسنة ٢٠١٩، وكذا معاينة مجالات الدراسة الميدانية لوضع خطة مبدئية تتماشى مع موضوعنا، فتعاقبت خلالها مجموعة من الأشاعات التي تم تداولها عبر شبكات التواصل الاجتماعي في الوسط الطلابي فمواضيعها تتغير بتغير الأحداث التي تدور في الحرم الجامعي .

وبعد انتهائنا من الدراسة الاستطلاعية مباشرة بدأنا في الدراسة الميدانية بداية من شهر أفريل ٢٠١٩ وقد تم بناء استمارة استبيان وتم توزيعها على عينة الدراسة بعد اخضاعها للتحكيم، وصولا الى تفرغ وتحليل معطيات وبيانات الدراسة الميدانية .

➤ المجال البشري :

ان مجتمع البحث في لغة العلوم الإنسانية هو " عبارة عن مجموعة منتهية او غير منتهية من العناصر المحددة مسبقا والتي تركز عليها الملاحظات " (موريس، ٢٠٠٤، صفحة ٢٩٨)

يتمثل المجال البشري في الطلبة المسجلين بجامعة محمد لمين دباغين بسطيف في قسم علم الاجتماع الماستر للتخصصات التالية : التربوي، التنظيم، الاتصال، الثقافي، الحضري، الديموغرافية حيث كان عدد الطلبة المسجلين لسنة ٢٠١٨/٢٠١٩ مقدر بعدد اجمالي يشمل السنة الأولى و الثانية ب: ٤٠٢ طالب وطالبة، كما وقع الاختيار على طلبة قسم علم اجتماع تخصص الاتصال للسنتين الأولى و الثانية .

٢.٨ مجتمع وعينة الدراسة

-مجتمع الدراسة:

يتعلق مجتمع دراستنا بفئة بارزة في المجتمع الجزائري والمتمثل في الطلبة الجامعيين الذين يستخدمون شبكة التواصل الاجتماعي فايسبوك في الحصول على

الاحبار والمعلومات، وسناخذ منها عينة ممثلة عن المجتمع الأصلي وإهتمامها بموضوع دراستنا حول التأثيرات التي تحدثها الاشاعات الالكترونية على الطالب الجامعي .

العينة :

تعرف العينة بأنها مجتمع الدراسة الذي تجمع منه البيانات الميدانية وهي تعتبر جزء من الكل بمعنى أننا نأخذ مجموعة من افراد المجتمع على أن تكون ممثلة للمجتمع الأصلي لنجري عليها الدراسة .

فالعينة اذن هي جزء من افراد المجتمع الأصلي، ثم تعمم نتائج الدراسة على المجتمع كله، ووحدات العينة قد تكون اشخاص، او تكون احياء وشوارع او مدن أو غير ذلك (زرواتي، ٢٠٠٢، صفحة ١٩١)

حيث تم اعتماد العينة القصدية لطلبة الماستر قسم علم اجتماع تخصص اتصال سنة اولى وثانية والمتواجدين في جامعة محمد لىن دباغين بسطيف ٠٢، حيث قدر المجتمع الاصلي ب ٤٠٢ طالب وطالبة في قسم علم الاجتماع للتخصصات التالية :

- علم اجتماع اتصال .
- علم اجتماع تنظيم وعمل .
- علم اجتماع تربية .
- علم اجتماع حضري .
- علم اجتماع ديموغرافية .
- علم اجتماع ثقافي .

حيث اخذنا من المجتمع الاصلي نسبة ١٠% أي ما يمثل ٤٠ مفردة مكونة من اناث وذكر .

وتعد العينة القصدية من العينات غير الاحتمالية والتي تعرف بانها "العينة التي يعتمدها الباحث لاعتقاده انها ممثلة للمجتمع الأصلي تمثيلا صحيحا بسبب وجود دلائل على انها حقيقة تمثل المجتمع الأصلي الذي نسعى الى تحقيق الدراسة ضمنه . (زرواتي، ٢٠٠٢، صفحة ١٩٧)

ومن الأسباب التي دفعتنا إلى اختيار لعينة القصدية تحديدا هو سهولة وصولنا مباشرة إلى مفردات العينة، وتسهيلها علينا في توزيع الاستمارات وكذا اختصارها للوقت بحكم ضيقه :

يندرج هذا البحث ضمن البحوث الوصفية التحليلية حيث اعتمدنا على طريقة المسح بالعينة لأنه الأنسب لتحقيق اهداف البحث من خلال وصف خصائص عينة الدراسة كما أنه المنهج الذي يساعد على معرفة اثر الاشاعة عبر وسائل التواصل الاجتماعي على طلبة الجامعة.

يعرف المنهج على انه مجموعة من العمليات والخطوات التي يتبعها الباحث بغية تحقيق بحثه، وبالتالي فالمنهج ضروري لأي بحث علمي، اذ انه ينير الطريق ويساعد الباحث في ضبط ابعاد ومساعي وفروض بحثه (زرواتي، ٢٠٠٢، صفحة ١١٩) حيث تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي، فهو يدرس الظاهرة كما هي في الواقع ويهتم بوصفها وصفا دقيقا بتعبير كفي و رقمي، وكذا بدراسة الأحداث والظواهر والمواقف انطلاقا من تحليلها وتفسيرها وصولا الى الاستنتاجات. وذلك من خلال وصفنا لظاهرة الاشاعة وارتباطها بالشبكات الاجتماعية وأيضا التأثيرات التي تحدثها في المتعرضين لمضامينها عبر شبكة الفايسبوك من الطلبة الجامعيين كعينة للدراسة.

٣.٨ أداة البحث

١.١ الملاحظة :

تعتبر الملاحظة من الأدوات المنهجية المهمة في العلوم الاجتماعية كونها تفيد في جمع المعلومات، كما تعتبر ضرورية لبناء البحث الميداني وذلك من خلال إجراء مقابلات او إقامة استبيانات مع المبحوثين (دليو، ٢٠٠٦، صفحة ٤٦) وقد اعتمدنا الملاحظة البسيطة من خلال التطرق لبعض الصفحات من شبكة التواصل الاجتماعي فايسبوك التي تقوم بنشر الاشاعات اتلي يتعرض لها الطلبة الجامعيين، وكيفية تفاعلهم معها.

١.٢ الاستبيان:

والذي يعرف بأنه تقنية مباشرة للتقصي العلمي إزاء الافراد، وتسمح باستجوابهم بطريقة موجهة والقيام بسحب كمي بهدف إيجاد علاقات رياضية والقيام بمقارنات رقمية (موريس، ٢٠٠٤، صفحة ٢٠٤).

وقد تم استخدام استمارة الاستبيان كأداة رئيسة لجمع البيانات من ميدان الدراسة، والذي يعد من الأدوات الكمية للحصول على المعلومات لتحقيق اهداف الدراسة، فهو الأداة المناسبة لاجرائنا هذه الدراسة وذلك لضيق الوقت واستحالة اجراء

مقابلات مع كافة العينة، وكون العينة من فئة الطلبة الجامعيين بإمكانهم استيعاب الأسئلة التي ترد في الاستبيان وكذا سهولة الإجابة عليها .

حيث تم صياغة ٢٧ سؤالاً تحاول ان تقيس ٢٧ مؤشراً تترجم ٤ محاور

تستجيب لابعاد الفرضيات الثلاث للدراسة كما يلي :

المحور الأول : البيانات الشخصية للمبحوث وتضمن ٣ أسئلة .

المحور الثاني : خصص لقياس درجة وعي الطلبة بالآثار السلبية التي تحدثها الاشاعة وتضمن ٨ عبارات

المحور الثالث : خصص لمعرفة دوافع اعتماد الطلبة على الاشاعة التي تنتشر في الفايسبوك وتضمن ٨ عبارات .

أما المحور الرابع والآخر في الاستبيان فقد خصص لقياس الطريقة التي يتعامل بها الطلبة مع الاشاعة عبر شبكة الفايسبوك وتضمن ٨ عبارات .

٤.٨ أدوات المعالجة الاحصائية للبيانات :

بعد تصميم الاستبيان واختباره وتعديله يتم توزيعه على العينة المستهدفة من الدراسة، وبعد جمعه من المبحوثين يتم تحليله وهناك عدة برامج للتحليل الإحصائي ولكننا سنستخدم برنامج SPSS ويسهل لنا البرنامج صنع القرار حيال موضوع الدراسة من خلال إدارته للبيانات وتحليله الإحصائي السريع للنتائج، وبناء على ما سبق اعتمدنا على الادوات الاحصائية التالية :

التكررات، والنسب المئوية، مقياس ليكرت الخماسي، المتوسط الحسابي، الانحراف المعياري.

وقد تمت مراعاة أن يتدرج مقياس ليكرت الخماسي المستخدم في الدراسة كما يلي :

موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق بشدة
5	4	3	1

واعتماداً على ما تقدم فان قيم المتوسطات الحسابية التي توصلت اليها الدراسة سيتم التعامل معها على النحو التالي :

الإشاعة على وسائل التواصل الاجتماعي وأثرها على طلبة الجامعة -دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة محمد لمين دباغين بولاية سطيف-

من خلال حساب المدى وهو حاصل طرح اصغر قيمة من اكبر قيمة أي : (٥-١ = ٤) ثم حساب طول الفئة من خلال تقسيم المدى على عدد الفئات بمعنى : (٤/٥ = ٠.٨٠) ثم اضافة طول الفئة الى كل درجة انطلاقا من اضافة الدرجة الاولى حتى الوصول الى الدرجة الخامسة وكانت النتيجة كما يلي :

الفئة الأولى : (غير موافق بشدة) : ١ - ١.٨٠ .

الفئة الثانية : (غير موافق) : ١.٨١ - ٢.٦٠ .

الفئة الثالثة : (محايد) : ٢.٦١ - ٣.٤٠ .

الفئة الرابعة : (موافق) : ٣.٤١ - ٤.٢٠ .

الفئة الخامسة : (موافق بشدة) : ٤.٢١ - ٥ .

نتائج البحث:

جدول رقم (1) يوضح خصائص عينة البحث (n=40)

النسبة المئوية	التكرار	الجنس
47.5%	19	ذكر
52.5%	21	أنثى
100%	40	المجموع
النسبة المئوية	التكرار	سن
25%	10	23- 22
55%	22	25- 24
5%	02	27- 26
7.5%	03	29- 28
7.5%	03	30 فأكثر
100%	40	المجموع
النسبة المئوية	التكرار	المستوى الدراسي
52.5%	21	سنة أولى ماستر اتصال
47.5%	19	سنة ثانية ماستر اتصال
100%	40	المجموع

يتبين من نتائج البحث خصائص المبحوثين على النحو التالي:

أولاً:

أن أفراد العينة يتوزعون بين الذكور و الإناث، وذلك بنسبة ٥٢.٥ % كانت للإناث أما الذكور فكانت نسبة تقديرهم هي ٤٧.٥ %، وهي نسبة عادية تكاد تكون متساوية بين الجنسين في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي الفايبيوك، وهذا راجع إلى أن تخصص علم اجتماع الاتصال هو تخصص يميل اليه كلا الجنسين من ذكور و اناث وكذا بحكم ارتباطه بالمجال التكنولوجي الذي يشهده العالم اليوم ذلك لفهم التأثيرات التي أحدثتها التطورات في مجال الاتصال .

ثانياً:

بأن أغلبية مفردات عينة الدراسة هم من الفئة العمرية (٢٤ - ٢٥ سنة) بنسبة ٥٥ % تليها مباشرة الفئة العمرية (٢٢ - ٢٣ سنة) وذلك بنسبة ٢٥ % ، في مقابل الفئات العمرية الأخرى (٢٦ - ٢٧ سنة) و (٢٨ - ٢٩ سنة) و (٣٠ سنة فأكثر) والتي قدرت في مجموعها ب ٢٠ % ، ما يمكن القول بأن العينة مثلت فعلاً خصوصيتها لفئة الشباب، كما لاحظنا أن هناك تأخر في متغير السن بالنسبة للمستوى الدراسي لسنوات الماجستير وهذا راجع إما عن تأخر دراسي أو تسجيل رسوب في البكالوريا أو سنوات الليسانس، كما لوحظ ان مفردات من العينة يعملون أو يدرسون وكانو مسجلين سابقا في النظام الكلاسيكي القديم .

ثالثاً:

ان عدد الطلبة من قسم السنة الأولى وقسم السنة الثانية من الماجستير قريبة من بعضها البعض وتكاد تكون متساوية، حيث قدر عدد طلبة السنة الأولى ب ٢١ طالب وطالبة وذلك بنسبة ٥٢.٥ % في حين أن طلبة السنة الثانية ماستر فكان عددهم ١٩ طالبا وطالبة بنسبة ٤٧.٥ %، حيث قدر عدد الطلبة المسجلين ضمن تخصص علم اجتماع اتصال للماستر ب ٦٩ طالب، في حين وجدنا منهم ٤٠ طالبا وطالبا فقط و ٢٩ منهم لم يلتحقوا بمقاعد الدراسة لسنة ٢٠١٨/٢٠١٩ ويمكن ان يكون ذلك راجع لأسباب مختلفة منها العمل او التوقف عن الدراسة او الزواج بالنسبة للإناث .

الإشاعة على وسائل التواصل الاجتماعي وأثرها على طلبة الجامعة -دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة محمد لىن دباغين بولاية سطيف-

نتائج البحث و مناقشتها :

أولا نتائج الإجابة على المحور الأول :

جدول (٢) يبين درجة وعي الطالب الجامعي بالآثار السلبية التي تحدثها الإشاعة

الرقم	العبارة	المقياس	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق بشدة	موافق	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه
1	الإشاعة تقوم بتضليل الرأي العام الطلابي	التكرار	1	3	2	21	13	4.05	0.95	موافق
		النسبة%	2.5	7.5	5	52.5	32.5			
2	الإشاعة تقوم بأضعاف الروح المعنوية للطلاب الجامعي	التكرار	2	7	1	21	9	3.70	1.15	موافق
		النسبة%	5	17.5	2.5	52.5	22.5			
3	تقوم الإشاعة بتغيير اتجاهات الطالب حول تخصصه الجامعي بأنه تخصص غير مهني	التكرار	2	7	6	16	9	3.58	1.17	موافق
		النسبة%	5	17.5	15	40	22.5			
4	تساهم الإشاعة في نزع ثقة الطالب في القائمين على الجانب الخدماتي من نقل وإيواء و إ طعام.	التكرار	2	4	5	17	12	3.83	1.13	موافق
		النسبة%	5	10	12.5	42.5	30			

سمير صالحى ، عبيدة صبطي

5	تزيد الإشاعة المتعلقة بالجانب البيداغوجي من الاضرابات التي يقوم بها الطلبة الجامعيين .	التكرار	0	8	8	14	10	3.65	1.07	موافق
		النسبة%	0	20	20	35	25			
6	الإشاعة تزيد من البوة بين الطالب والإدارة	التكرار	1	5	5	17	12	3.65	1.07	موافق
		النسبة%	2.5	12.5	12.5	42.5	30			
7	الإشاعة تؤدي الى خلق النزاعات بين الطالب والأستاذ.	التكرار	0	5	4	18	13	3.98	0.97	موافق
		النسبة%	0	12.5	10	45	32.5			
8	تقوم الإشاعة ببيت الخوف فى نفوس الطلبة.	التكرار	4	3	2	24	7	3.68	1.16	موافق
		النسبة %	10	7.5	5	60	17.5			
	المجموع	مجموع التكرارات	12	42	33	148	85	3.79	1.08	موافق

من خلال جدول رقم (٢) تقييم المحور الاول المتعلق بقياس درجة وعي الطلبة الجامعيين للتأثيرات السلبية التي تحدثها الإشاعة من خلال ٠.٨ عبارات السابقة، نجد أنالاتجاه العام لأغلبية الطلبة هو اتجاه موافق يعكسه المتوسط الحسابي الإجمالي (٣.٧٩) .

حيث نلاحظ من خلال الإجابات داخل الجدول تشير إلى الدرجة الكبيرة لوعي الطلبة بالتأثيرات السلبية للإشاعة، وعليه يمكن القول انه كلما زاد وعي الطلبة بالآثار السلبية للإشاعة كلما قل التأثير الذي تحدثه الإشاعة في الطلبة الجامعيين.

ثانيا نتائج الإجابة على المحور الثاني:

دوافع اعتماد الطالب الجامعي على الاشاعة المروج لها في الفايسبوك

الإشاعة على وسائل التواصل الاجتماعي وأثرها على طلبة الجامعة -دراسة ميدانية على عينة من
طلبة جامعة محمد لمين دباغين بولاية سطيف-

جدول رقم (3) دوافع اعتماد الطالب الجامعي على الإشاعة المروج لها في الفيسبوك

الرقم	العبارة	المقياس	شدة موافق	غير موافق	معايد	موافق	غير موافق	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه
1	التفيس عن قضايا مكبوتة.	التكرار	0	15	7	10	8	3.28	1.17	معايد
		النسبة%	0	62.5	17.5	25	20			
2	المساس بالشخصيات المتسلطة والتشهير بها.	التكرار	4	8	9	11	8	3.28	1.28	معايد
		النسبة%	10	20	22.5	27.5	20			
3	إشباع الفضول في البحث عن كل ماهو جديد.	التكرار	0	7	6	23	4	3.60	0.90	موافق
		النسبة%	0	17.5	15	57.5	10			
4	البحث عن المعلومات التي تمس الجانب الخدماتي من نقل وإيواء وإطعام.	التكرار	0	3	8	18	11	3.93	0.88	موافق
		النسبة%	0	7.5	20	45	27.5			

سمير صالحى ، عبيدة صبيطى

محايد	1.17	3.10	3	17	4	13	3	التكرار	الأخبار المتداولة عبر الفايبريوك تزيد من الحصيلة العلمية والثقافية حتى وإن لم تكن ذات مصدر موثوق.	5
			7.5	42.5	10	32.5	7.5	النسبة%		
محايد	1.02	2.85	2	10	10	16	2	التكرار	التسليية في الترويج للأخبار حتى وإن كانت مخلوطة	6
			5	25	25	40	5	النسبة%		
غير موافق	0.95	1.90	1	3	1	21	14	التكرار	الثقة في جميع الأخبار التي تصل عبر شبكات التواصل الاجتماعي خصوصا الفايبريوك	7
			2.5	7.5	2.5	52.5	35	النسبة%		
محايد	1.14	2.70	3	6	12	14	5	التكرار	الإعتماد على الإشاعات في ظل غياب الأخبار الرسمية و الموثوقة.	8
			7.5	15	30	35	12.5	النسبة%		
محايد	1.06	3.08	40	98	57	97	28	مجموع التكرارات	المجموع	

نلاحظ من خلال الجدول المتعلق بالمحور الثاني الذي ينص على دوافع اعتماد الطالب الجامعي على الاشاعة المروج لها في الفايبريوك من خلال ٨ عبارات السابقة، أن الاتجاه العام لهذا المحور هو اتجاه محايد والذي يشير إليه المتوسط الحسابي المقدر ب ٣.٠٨ .

ومن خلال تحليلنا لعبارات هذا المحور وجدنا أن الطلبة الجامعيين لا يثقون البتة في الاخبار التي يتم تداولها عبر وسائل التواصل الاجتماعي من بينها الفايبريوك وبالتالي لا يعتمدون على الاشاعات في ظل غياب مصادر رسمية توثق لهم الخبر المنتشر في الفايبريوك الا اذا تم التحقق من صحة الخبر و بالتالي يصبح مرجعا يعتمد عليه الطالب في الحصول على الاخبار و المعلومات التي تشبع فضوله .

الإشاعة على وسائل التواصل الاجتماعي وأثرها على طلبة الجامعة -دراسة ميدانية على عينة من
طلبة جامعة محمد لىن دباغين بولاية سطيف-

ثالثا نتائج الإجابة على المحور الثالث:

جدول رقم (٤) كفية التعامل مع الإشاعة عبر شبكة الفايبيوك

الرقم	العبارة	المقياس	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	غير موافق	موافق	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه
1	الإحاطة بجميع جوانب الإشاعة للقدرة على تمييزها .	التكرار	0	3	2	21	14	0	3	4.15	0.83	موافق
		النسبة%	0	7.5	5	52.5	35	0	7.5			
2	تفادي نشر المواضيع التي تغذي الإشاعة	التكرار	3	1	2	16	18	0	3	4.13	1.13	موافق
		النسبة%	7.5	2.5	5	40	45	0	7.5			
3	عدم نشر الأخبار التي لا يتم التأكد من صحتها .	التكرار	0	1	2	17	20	0	1	4.40	0.70	موافق بشدة
		النسبة%	0	2.5	5	42.5	50	0	2.5			
4	عند الإرتباب من بعض المعلومات يتم تجاهلها وبالتالي عدم نشرها	التكرار	1	0	9	11	19	0	1	4.18	0.95	موافق
		النسبة%	2.5	0	22.5	27.5	49.5	0	2.5			

سمير صالحى ، عبدة صبطى

موافق	0.99	3.80	11	14	12	2	1	التكرار	دحض الإشاعة بتقديم الحقائق التي تقوم بنفها	5
			27.5	35	30	5	2.5	% النسبة		
موافق	1.03	3.58	8	15	9	8	0	التكرار	أخذ موقف من الأخبار التي تصلك عبر الفايسبوك وعدم الإفشاء بالتسليم بها	6
			20	37	22.5	20	0	% النسبة		
موافق	1.26	3.68	13	12	7	5	3	التكرار	النفي السريع للإشاعة	7
			32.5	30	17.5	12.5	7.5	% النسبة		
محايد	1.21	3.23	5	11	16	4	4	التكرار	التواصل مع من يقوم بترويج الإشاعة ومحاولة صدده عن نشرها	8
			12.5	27.5	40	10	10	% النسبة		
موافق	1.01	3.89	108	117	59	24	12	المجموع		

يمكن من خلال تحليلنا لاجابات المبحوثين على العبارات الواردة في المحور الثالث من الاستبيان الذي ينص على كيفية تعامل الطلبة مع الاشاعة عبر الفايسبوك، حيث جاء الاتجاه العام لهذا المحور اتجاه موافق بقيمة متوسط حسابي اجمالي يقدر بـ ٣.٨٩ وانحراف معياري اجمالي بلغ ١.٠١.

وحسب تحليلات كل عبارة على حدى لاحظنا أن مفردات عينة دراستنا يتعاملون بحذر شديد مع الاشاعات المروج لها في الفايسبوك من خلال وعيهم بالاشاعة وكذا قدرتهم على تمييز الاخبار الكاذبة منها، وأيضا محاولتهم الشديدة في التصدي لها فتفاديا منهم للوقوع في اخبار ومعلومات مغلوطة تؤدي بهم الى تشتت في تفكيرهم من جهة وتغير في مواقفهم وآرائهم من جهة أخرى.

جدول رقم (٥) يوضح تقييم محاور الاستمارة:

المحور	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الإتجاه
الثاني	3.79	1.08	موافق
الثالث	3.08	1.06	محايد
الرابع	3.89	1.01	موافق

- نتائج الدراسة في ضوء الفرضيات :

بناء على النتائج المتحصل عليها بعد اجراء الدراسة الميدانية، يمكن تقييم الفرضيات التي تحددت في البحث منذ البداية، حيث جاءت نتائج الدراسة في ضوء فرضيات الدراسة كما يلي :

الفرضية الفرعية الأولى :

كانت الفرضية تنص على:يتوقف انتشار الاشاعات في الوسط الطلابي تبعا لدرجة وعي الطلبة بالتأثيرات السلبية التي تخلفها الاشاعة، هي فرضية محققة، حيث توصلت الدراسة إلى أن الطالب الجامعي يعي بدرجة كبيرة الآثار السلبية التي تحدثها الإشاعة فمن خلال الجدول رقم (٤) يتضح أن أغلبية مفردات العينة لديهم درجة كبيرة من الوعي حول ظاهرة الإشاعة، من خلال المتوسط الحسابي الاجمالي بلغ ٣.٧٩، ما يدل على درجة الموافقة العالية لاتجاه اجابات افراد العينة على العبارة رقم (١).

الفرضية الفرعية الثانية :

نصت هذه الفرضية على :يعتمد الطالب الجامعي على الاشاعة في الحصول على المعلومات و الاخبار في ظل غياب مصدر رسمي لها، هي فرضية مفندة، وهذا يعتمد على النتائج التي توصلنا إليها من خلال الدراسة الميدانية، في أن الطلبة الجامعيين لا يعتمدون على الاشاعة في الحصول على المعلومات و الاخبار المنتشرة في الفايسبوك، وهذا ما أشار إليه المتوسط الحسابي الاجمالي بقيمة ٣.٠٨ وهذا راجع الى عدم ثقة الطلبة في المعلومات و الاخبار المتداولة في الصفحات الافتراضية فايسبوك .

الفرضية الفرعية الثالثة :

تنص هذه الفرضية على أن: الطالب الجامعي يتعامل مع الاشاعة بحذر شديد وهذا ما يساهم في الحد من إنتشارها، هي فرضية محققة، وفق المتوسط الحسابي الاجمالي

لاجابات العينة على عبارات المحور الرابع والمقدر ب ٣.٨٩، وهذا يعود إلى وعيهم بالمخاطر التي تحدثها الإشاعة وكذا تفاديا لها من خلال محاولة التصدي للإشاعة عن طريق البحث عن مصدر المعلومة وعدم التسليم بالأخبار ذات المصدر المجهول وكذلك تنفيذ أي خبر كاذب ينتقل بين الطلبة عبر الفايسبوك .

٩. النتائج العامة للدراسة:

من خلال دراستنا الميدانية على عينة الطلبة، ومن خلال عرضها وتحليلها على ضوء الفرضيات والمداخل النظرية، وربطها بالجانب النظري الذي مكنتنا من معرفة التأثيرات التي تحدثها الإشاعة المتداولة عبر الفايسبوك في الطلبة الجامعيين، توصلنا الى مجموعة من النتائج العامة المرتبطة بالبحث، وعلى ضوء الفرضية العامة: تؤثر الإشاعة عبر وسائل التواصل الاجتماعي على الطلبة الجامعيين .

فكانت نتيج الدراسة مبينة كما يلي: المضامين التي تتناولها الإشاعة وتروج عبر موقع الفايسبوك تمس النسق الاجتماعي الجامعي بشكل عام، والرأي العام الطلابي على وجه الخصوص، حيث جاء ذلك بنسبة ٥٢.٥% من خلال ما قدمه الجدول رقم (٤) .

توصلت الدراسة إلى أن الإشاعة المتداولة عبر الفايسبوك في الوسط الطلابي تؤدي الى اضعاف معنويات الطلبة وبالتالي تؤدي الى خلق أحاسيس من الخوف والقلق والتخريب النفسي وذلك بنسبة ٥٢.٥% من اجابات المبحوثين . أظهرت الدراسة أن الإشاعة ذات المضامين البيداغوجية تقود بالطلبة في الدخول في اضرابات وبالتالي توقفهم عن الدراسة .

كشفت الدراسة على أن أغلبية المبحوثين ينظرون إلى ان الإشاعة تؤدي بهم إلى الدخول في نزاع وصراع مع أساتذتهم وجاء ذلك بنسبة ٤٥% من خلال الجدول رقم (٤)، كما وتقوم الإشاعة المتعلقة بالجانب الاداري الى زيادة الهوة بين القائمين على الادارة والطلبة

توصلت الدراسة الى ان الفايسبوك كفضاء إفتراضي يتيح الحرية المطلقة لنشر وترويج الاشاعات، ما يفتح المجال للطلبة بالتنفيس عن القضايا المكبوتة، وبالتالي المساس بشخصيات متسلطة سواء أساتذة أو إداريين ذلك بنسبة ٦٢.٥% من خلال ما ورد في الجدول رقم (٥).

الإشاعة على وسائل التواصل الاجتماعي وأثرها على طلبة الجامعة -دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة محمد لّين دباغين بولاية سطيف-

كشفت الدراسة أن أغلبية الطلبة ينظرون إلى أن الأخبار المتداولة عبر الفايسبوك تزيد من الحصيلة العملية والثقافية وقدرت إجاباتهم بنسبة ٤٢.٥% من خلال الجدول رقم(٥).

كشفت الدراسة أن إدراك الطلبة للإشاعة من جميع حوائجها يؤدي إلى القدرة على تمييزها وبالتالي تفادي نشرها أو الوقوع في تصديقها حسب الجدول رقم (٦) بنسبة قدرها ٥٢.٥% .

كشفت الدراسة أن أغلبية مفردات العينة من الطلبة عندما يرتابون من بعض المعلومات يقومون بتجاهلها وعدم نشرها لتفادي تضليل الرأي العام الطلابي . توصلت دراستنا إلى أن الطلبة يتعاملون بحذر شديد مع الإشاعات المروج لها في الفايسبوك من خلال وعيهم بالإشاعة وكذا قدرتهم على تمييز الأخبار الكاذبة منها، وأيضا محاولتهم الشديدة في التصدي لها تفاديا منهم للوقوع في أخبار ومعلومات مغلوطة تؤدي بهم إلى تشتت في تفكيرهم من جهة وتغير في مواقفهم وآرائهم من جهة أخرى.

قائمة المراجع :

أولا: القواميس والمعاجم:

١. خليل الجر. (١٩٨٧). المعجم العربي الحديث لاروس. باريس: مكتبة لاروس.
٢. مكرم ابي العقل جمال الدين محمد بن ابن المنظور. (٢٠٠٤). معجم لسان العرب (المجلد المجلد ٠٧). بيروت: دارصاد.
٣. المنجد في الاعلام (٢٠٠٣). (الطبعة ٠٤). لبنان: دار الشروق.
٤. يعقوب ايميل. (بدون سنة). قاموس المصطلحات اللغوية والأدبية لبنان: دار العلم للملايين.

ثانيا: الكتب

٥. أنجرس موريس. (٢٠٠٤). منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، تدريبات عملية، الجزائر: دار القصبه للنشر.
٦. حسن شحاتة. (٢٠٠١). التعليم الجامعي والتقويم الجامعي بين النظرية والتطبيق. القاهرة: مكتبة الدار المصرية.
٧. رشيد زرواتي. (٢٠٠٢). تدريبات على المنهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية. الجزائر، جامعة محمد بوضياف المسيلة.

٨. عبد العزيز صقر. (٢٠١٥). الجامعة والسلطة. القاهرة: الدار العلمية للنشر والتوزيع.
٩. عبد المنعم سامي. (٢٠٠١). الرأي العام والاشاعة، قراءة في الوظيفة الاجتماعية. المغرب، الدار البيضاء: افريقيا الشرق.
١٠. فضيل دليو. (٢٠٠٦). المشاركة الديمقراطية في تسيير الجامعة (الطبعة ٢٠٠٦). الجزائر، قسنطينة: مخبر علم اجتماع الاتصال.
١١. كران سليمان بدر. (٢٠١٥). الاتصال الجماهيري والخدمة الاجتماعية. عمان: دار اليا للدراسة والنشر والتوزيع.
١٢. مكايي حسن عماد. (٢٠٠٦). الاتصال ونظرياته المعاصرة (الطبعة ٠٦). مصر: الدار المصرية اللبنانية.
١٣. هاني الكايد. (٢٠٠٩). الاشاعة: المفاهيم والأهداف والاطار. عمان: دار اليا للدراسة والنشر والتوزيع.

ثالثا: الرسائل العلمية

١٤. أحمد حسن سلمان. (٢٠١٧). شبكات التواصل الاجتماعي واثرها على الاستقرار الأمني والسياسي للدولة من وجهة نظر اعضاء هيئة التدريس بجامعة ديالى (رسالة ماجستير). كلية الاعلام: جامعة الشرق الاوسط.
١٥. بن غازي اسامة المدني. (٢٠١٧). دور شبكات التواصل الاجتماعي في ترويج الشائعات لدى طلاب الجامعات السعودية- التويتير- أنموذجا (رسالة ماجستير). السعودية، كلية العلوم الاجتماعية قسم الاعلام: جامعة أم القرى.
١٦. رضا اكيل. (٢٠١٥). الشائعات في المواقع الاخبارية الاردنية وتأثيرها في نشر الاخبار من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين (رسالة متجستير). الأردن، كلية الإعلام: جامعة الشرق الاوسط.
١٧. رضا بوغزة. (٢٠١٧). شبكة الانترنت وعلاقتها باكتساب السلوك الانحرافي لدى الشباب المراهق- دراسة ميدانية بثانويات مدينة جيجل- الجزائر، قسم علم الاجتماع.

الإشاعة على وسائل التواصل الاجتماعي وأثرها على طلبة الجامعة -دراسة ميدانية على عينة من
طلبة جامعة محمد بلين دباغين بولاية سطيف-

١٨. الصيد حاتم. (٢٠٠٣). انتشار الأشاعة وعلاقتها بتصديق الرأي العام
الطلابي الجامعي (رسالة ماجستير). قسنطينة، قسم علم الاجتماع، الجزائر:
جامعة قسنطينة.