

جامعة محمد بوضياف المسيلة  
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية  
قسم علوم الإعلام والاتصال



## دور شبكات التواصل الاجتماعي في الترويج للإشاعة

-دراسة ميدانية لعينة من طلبة الماستر قسم علوم الاعلام والاتصال

مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر في علوم الإعلام والاتصال  
تخصص: صحافة مكتوبة

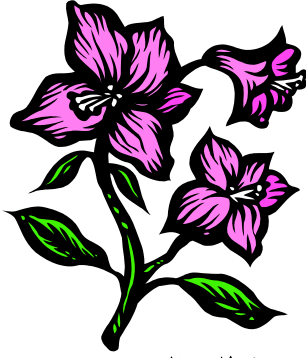
إشراف الأستاذ:  
بلعباس عبد الحميد

إعداد الطالبة:  
بن العيطر يمينة

لجنة المناقشة

رئيسا	.....
ممتحنا	.....
مشرفا	بلعباس عبد الحميد

جوان 2015



## شكر وتقدير



الحمد لله والشكر لله حمدا يليق بجلالة قدره، وعظيم سلطانه الذي وفقني في عملي هذا؛ ولرسوله الذي غرس في قلوبنا حب العلم والإيمان. والذي بعد إتمامه رست أفكاري على مرسى النهاية فخرج بذلك هذا العمل إلى النور فوجدت نفسي منقادة بشرف الوفاء وخالص العرفان وجميل التقدير إلى السيد الدكتور (بلعباس عبد الحميد) على قبوله بصدر رحب الإشراف على هذا البحث ومسايرته لي في الخطوات التي رافقت انجازه، بما قدمه من توجيه رشيد وفيما بذله من جهد جهيد وعلى أساس من التبجيل قال الشاعر:

قم للمعلم وفيه التبجيلا كاد المعلم أن يكون رسولا  
على هذا الأساس نتقدم بالشكر الجزيل إلى كل أساتذة قسم علوم الإعلام والاتصال وجميع طلبة دفعة 2015.

وأوجه كذلك بالشكر إلى كل من أمدني يد المساعدة في إعداد هذه المذكرة وإلى كل من ساعدني ولو بكلمة طيبة أو دعاء مخلص. وفي الختام نشكر كل من ساعدنا في إتمام هذا العمل من قريب أو من بعيد؛ ونقول للجميع جزاكم الله عنا خير الجزاء... آمين



ایمان  
دای

# قائمة المحتويات

	الآية الكريمة
	شكر وعرهان
	فهرس المحتويات
	فهرس الجداول
	فهرس الأشكال
	مقدمة
<b>الفصل التمهيدي : الاطار المنهجي للدراسة</b>	
12	1. إشكالية الدراسة.
14	2. تساؤلات الدراسة.
15	3. أسباب اختيار الموضوع.
15	4. أهداف الدراسة.
16	5. مجال وحدود الدراسة.
24	6. المدخل النظري.
25	7. منهج الدراسة.
26	8. عينة الدراسة.
28	9. أدوات الدراسة.
30	10. إشكالية الدراسة.
<b>الفصل الأول : شبكات التواصل الاجتماعي</b>	
34	تمهيد
35	1. تعريف شبكات التواصل الاجتماعي.
36	2. نشأة وتكور شبكات التواصل الاجتماعي.
37	3. خصائص شبكات التواصل الاجتماعي.
40	4. أنواع شبكات التواصل الاجتماعي.

43	5. أشهر شبكات التواصل الاجتماعي
	<b>الفصل الثاني : الإشاعة</b>
56	تمهيد
55	1. مفهوم الإشاعة.
56	2. نشأتها الإشاعة وتطورها وأهم خصائصها.
57	3. أنواع الإشاعة .
59	4. مراحل تكوين الإشاعة.
61	5. عوامل انتشارها وأهدافها
63	6. آثار الإشاعة وتحليلها
65	7. مقاومة الإشاعة
66	8. العوامل المؤثرة فيها.
	<b>الفصل الثالث : الجانب التطبيقي</b>
74	تمهيد
75	1. تحليل الجداول كمياً وكيفياً
103	2. النتائج العامة للدراسة
104	<b>خاتمة</b>
106	<b>قائمة المراجع</b>
110	<b>قائمة الملاحق</b>

# قائمة الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	الرقم
75	جدول يمثل الجنس	1
76	جدول يمثل السن.	2
77	جدول يمثل المستوى التعليمي	3
78	جدول يمثل التخصص.	4
79	جدول يمثل استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي؟	5
80	جدول يمثل المواعيد التي تزيد فيها المشاركة في مواقع التواصل الاجتماعي؟	6
81	جدول يمثل أكثر خدمة يستخدمها أفراد العينة وقت تصفحهم للمواقع التواصل الاجتماعي؟	7
82	جدول يمثل معيار اختيار افراد العينة لأصدقائهم في مواقع التواصل الاجتماعي	8
83	جدول يمثل دوافع استخدام افراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي؟	9
84	جدول يمثل معيار الحاجات التي تلبىها شبكات التواصل الاجتماعي	10
86	جدول يمثل يمثل الإشاعات التي تحققها هاته مواقع لأفراد العينة	11
87	جدول يمثل معيار العضوية في مجموعات معينة على شبكات التواصل الاجتماعي.	12
88	جدول يمثل معيار المجموعات وما نوعها ؟	13
89	جدول يمثل هل تصدق الخبر بمجرد سماعه للوهلة الأولى ؟	14
90	جدول يمثل كيف تفرق بين الخبر الكاذب وحقيقته ؟	15
91	جدول يمثل في حالة عدم التأكد من عدم صحة الخبر كيف تتعامل مع هاته المواقع ؟	16
92	جدول يمثل إن صادف وأن أعلن مسابقة عبر هذه المواقع .	17
93	جدول يمثل هل تعتبر هذه المواقع مصادر موثوقة ؟	18
94	جدول يمثل ما هي أهم القضايا التي تستهويك وتهمك في هذه المواقع؟	19
95	جدول يمثل ما هي انشغالات الطلبة على هاته الشبكات	20
96	جدول يمثل عند تصفحك لمواقعك كيف تتعامل مع الخبر عندما تشعر بأنه مبالغ فيه ؟	21
97	جدول يمثل هل تابعت قرارات وزيرة التربية بخصوص القرارات الأخيرة للتوظيف؟	22
98	جدول يمثل تضمنت مواقع الاتصال الاجتماعي تفاصيل هذه القرارات فكيف كانت معالجتها؟	23
99	جدول يمثل هل احتوت بعض الإشاعات ؟	24

100	جدول يمثل هل الأخبار الغير أكيدة تزيد من تصفحك ؟	25
101	جدول يمثل هل كانت الاشاعة سببا في زيادة الاضرابات الأخيرة ؟	26
102	جدول يمثل هل ساهمت الإشاعة في توجيه الطلبة ؟	27

## قائمة الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	الرقم
75	شكل يمثل نسبة الجنس	1
76	شكل يمثل نسبة السن .	2
77	شكل يمثل نسبة المستوى التعليمي	3
78	شكل يمثل نسبة التخصص .	4
79	شكل يمثل استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي؟	5
80	شكل يمثل المواعيد التي تزيد فيها المشاركة في مواقع التواصل الاجتماعي ؟	6
81	شكل يمثل أكثر خدمة يستخدمها أفراد العينة وقت تصفحهم للمواقع التواصل الاجتماعي؟	7
82	شكل يمثل معيار اختيار افراد العينة لأصدقائهم في مواقع التواصل الاجتماعي	8
83	شكل يمثل دوافع استخدام افراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي؟	9
84	شكل يمثل معيار الحاجات التي تلبىها شبكات التواصل الاجتماعي	10
86	شكل يمثل دور وأهمية النشاط الرياضي في رفع المعنويات للتلاميذ الممارسين .	11
87	شكل يمثل معيار العضوية في مجموعات معينة على شبكات التواصل الاجتماعي .	12
88	شكل يمثل الدائرة النسبية الخاصة بالجدول : تمثل معيار المجموعات وما نوعها	13
89	شكل يمثل هل تصدق الخبر لمجرد سماعه للوهلة الأولى ؟	14
90	شكل يمثل كيف تفرق بين الخبر الكاذب وحقيقته ؟	15
91	شكل يمثل في حالة عدم التأكد من عدم صحة الخبر كيف تتعامل مع هاته المواقع ؟	16

92	شكل يمثل إن صادف وأن أعلن مسابقة عبر هذه المواقع .	17
93	شكل يمثل هل تعتبر هذه المواقع مصادر موثوقة ؟	18
94	شكل يمثل ما هي أهم القضايا التي تستهويك وتهمك في هذه المواقع؟	19
95	شكل يمثل ما هي انشغالات الطلبة على هاته الشبكات ؟	20
96	شكل يمثل عند تصفحك لمواقعك كيف تتعامل مع الخبر عندما تشعر بأنه مبالغ فيه ؟	21
97	شكل يمثل هل تابعت قرارات وزيرة التربية بخصوص القرارات الأخيرة للتوظيف؟	22
98	شكل يمثل تضمنت مواقع الاتصال الاجتماعي تفاصيل هذه القرارات فكيف كانت معالجتها؟	23
99	شكل يمثل هل احتوت بعض الإشاعات ؟	24
100	شكل يمثل هل الأخبار الغير أكيدة تزيد من تصفحك ؟	25
101	شكل يمثل هل كانت الاشاعة سببا في زيادة الاضرابات الأخيرة ؟	26
102	شكل يمثل هل ساهمت الإشاعة في توجيه الطلبة ؟	27

## 1- إشكالية الدراسة:

شهدت السنوات الأخيرة تعاظم الاهتمام بالتطورات الجديدة في تكنولوجيا الاتصال باعتبارها جوهر السمات الأساسية في العالم والذي فرض آلياته مع أواخر الثمانينيات وأوائل التسعينيات على العالم ككل، مما أدى إلى تبلور مجموعة النظم والوسائل الاتصالية الحديثة ذات مزايا غير مسبوقة، وقد تجلّى هذا الاهتمام بتكنولوجيا الاتصال في مناحي الحياة..... قيمة التفاعل بين ثورتين أساسيتين هما ثورة المعلومات بما تكسبه من أهمية بالغة في وقتنا الحالي نظراً لما يحدث من تغيرات بمعدلات متسارعة لها اثر في كل المجالات الاقتصادية والسياسية والاجتماعية والثقافية والإعلامية وحتى التربوية، وكذا ثورة الاتصال التي أتاحتها التكنولوجيا في النصف الثاني من القرن العشرين من خلال التطور المذهل لوسائل الاتصال وتعدد أساليبه فمن الجائر إنكار أهمية المعلومات في حياتنا وتجاهل تأثيرها على سير أعمالنا، فقد أصبحت العصب الحيوي في حركة الأمم وتطويرها باعتبارها منطلق الحاجة المعرفية ذلك أن الحاجة للمعرفة تبقى المحور الأساسي في مصير الأمم فهي تشكل الوفد الذي يغذي الحاجات الأخرى ومع جهود المعرفة وتوافق نموها في الأمم تواجه هذه الأخيرة نقصاناً في حاجتنا الأخرى فتختلف عن مسيرة الحياة.

ومن هنا بدأ العالم يأخذ منحاً تطورياً جديداً أساسه العلم والمعرفة حتى القرن الواحد والعشرين الذي يشهد ثورة معرفية كبيرة أساسها وعمادها ووقودها هو المعلومات حيث أصبحت السلاح الذي يوفر لمن يمتلكه قوام القدرة والسيطرة على العالم، باعتبار أن هذا القرن الجديد هو خلاصة مركزة لتطوير والتراكم العلمي و المعلوماتي التاريخ البشري وهو ما أكدّه " ألفين توفلر " حيث قال " أن قوة القرن الواحد والعشرين لن تكون في المعايير الاقتصادية أو العسكرية ولكنها تكمن في عنصر المعرفة مجرد إضافة على القوة الأخرى باتت اليوم جوهرها الحقيقي فالقوة العسكرية ترتبط مباشرة بالقدرة التكنولوجية أي المعرفة التي تكتنّزها على عكس العناصر الاقتصادية والعسكرية فإن المعرفة لا حدود لها.

ومما لاشك فيه أن اختيار " ألفين توفلر " لمعيار المعرفة والعلم لم تأت من الفراغ فالعلم والمعرفة لا حدود لهما ، وهكذا فإن التطور التكنولوجي لم يعد رفاهية أو كمالية ولكن أصبح تحدياً تنموياً في المقام الأول، ولم يعد هناك بديلاً عنه للشعوب والدول النامية التي ترغب في تحقيق طفرة نمووية في المجالات الاقتصادية والاجتماعية، لما تنتجه تكنولوجيا المعلومات من معارف وأدوات تسهم في زيادة الإنتاج والارتقاء.

فعلنا يتغير باستمرار وعلى وتيرة سريعة للغاية تحت تأثير تكنولوجيا الاتصال الرقمية الحديثة، وهذا استوجب على الأفراد تعلم تطويع هذه التقنيات الإلكترونية الجديدة وفهم لغتها حتى يعيشوا غرباء في مجتمع اتخذ لنفسه جملة من المفاهيم والمصطلحات عمل العلماء والمفكرين جاهدين على فهم معانيها والتعريف بها وتبسيطها للتمكن من الاندماج في هذا العصر المعقد.

فمجتمع المعلومات مثلاً أو مجتمع المعرفة أصبح من بين المصطلحات الشائعة في وسائل الإعلام الجماهيرية والدوريات العلمية على اعتبارها أنها من الركائز لمفاهيمه التوضيحية للعالم الرقمي ويستخدم المؤلفون هذه المصطلحات للدلالة على مصطلحات أخرى مثل عصر المعلومات والحاسبات عصر الاتصالات وثورة المعلومات الرقمية والإلكترونية وغيرها من المسميات وبفعل هذا المجتمع الرقمي صارت المؤسسات الإعلامية تقوم بوظيفة أساسية في المجتمعات المدنية المعاصرة إذا أنها تعمل على توفير المعلومات لأفراد المجتمع، تأثرت هي الأخرى بالموجة الرقمية العارمة التي اجتاحت معظم دول العالم ان لم نقل جلها ويتضح ذلك جلياً من خلال ما أحدثته تطور التكنولوجيا الذي كان لا بد معه وأن تتطور مختلف التقنيات من حيث البيانات والصور والملفات وغير ذلك تمكن من خلق حياة اجتماعية كاملة من خلال شبكة الانترنت.

لقد أصبحت شبكات التواصل الاجتماعي، وسيلة فعالة لتواصل الاجتماعي حيث أنها تتبع الربط بين الزملاء والأصدقاء وليس هذا فقط بل أنما تساعد في التعرف والتواصل بين الأشخاص والمجتمعات المختلفة بعضهم البعض، ومن هذا المنطلق سعت الشبكات الاجتماعية لتوفير قدر مناسب من الخدمات التي تدعم التواصل وبذلك رشحت شبكة التواصل الاجتماعي اليوم لتكوين بنية للإيصال والتواصل وشبكة الإعلام متعدد الاتجاهات، يشهد التدفق الإعلامي واللافات للانتباه أنها تساهم اليوم في إمداد المجتمع بأخبار وشائعات تجعل منها مادة إعلامية للمواطن العادي من خلال دعوة صريحة له بإرسال كل ما يجري حوله عبر شبكات التواصل الاجتماعي وهذا ما يقودنا إلى الإشكالية التالية:

إلى أي مدى تساهم شبكات التواصل الاجتماعي في الترويج للإشاعة و ما مدى تأثيرها على الطلبة ؟

التساؤلات الفرعية لدراسة:

- ما هي عادات وأنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي؟
- ماهي الحاجة لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي ؟
- ما الإشباع التي تحققها شبكات التواصل الاجتماعي ؟

- هل ساهمت شبكات التواصل الاجتماعي في الترويج للإشاعة؟

## 2-أسباب اختيار الموضوع:

إن اختيار موضوع البحث ليس بالأمر الهين، بل هو قرار يسبقه الكثير من التمحيص والملاحظات فضلا على الاطلاع الواسع على كل ماله علاقة مباشرة أو غير مباشرة بالموضوع، حتى يتسنى للباحث التعرف على ظواهر ومعرفة الجوانب الغامضة التي تستدعي البحث والدراسة، وقد تكون هذه الأسباب إما ذاتية متعلقة بشخص الباحث أو الأسباب التي دفعتني لاختيار هذا الموضوع نجد.

### الأسباب الذاتية:

- ❖ محاولة التعرف على أهمية مواقع شبكات التواصل الاجتماعية في حياة الطلبة.
- ❖ الرغبة في التعرف على سبب نجاح الشبكات الاجتماعية عبر الانترنت للاستمالة عدد كبير جداً من المستخدمين.
- ❖ الرغبة في معرفة كيفية تعبير الطلبة على قضاياهم واهتماماتهم ومشاكلهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- ❖ ميول شخصي نحو استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة للترويج للإشاعة حيث ولد هاجسا معظمه يتعلق بكيفية استقاء المعلومة من هذه المواقع وتحقيق من صدقها أولا.
- ❖ الرغبة في إعطاء الموضوع الطابع الأكاديمي بغرض إثراء المكتبة .

### الأسباب الموضوعية:

- ❖ انتشار استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية بشكل كبير بين مختلف الفئات وخاصة الطلبة.
- ❖ أهمية البحث في مجال علوم الإعلام والاتصال.
- ❖ دخول الشباب الجزائري في السنوات الاخيرة إلى عالم الالكترونيات بكل ما يحمله هذا العالم من تقنيات ووسائل متطورة وهو ما خلق انشغالات جديدة في أوساط الشباب وفتح بالتالي مجالا خاصا لدراسات تضع واقع الشباب الجزائري تحت المجهر فتستخرج المشاكل والقضايا التي تهم الشباب
- ❖ كون مواقع التواصل الاجتماعي ظاهرة اجتماعية وتعد نمط اتصالي جديد.
- ❖ اكتساح استخدام شبكات التواصل الاجتماعي خلال الآونة الأخيرة.
- ❖ الأهمية و الدور الذي اكتسبته مواقع التواصل الاجتماعي في التعبير عن قضايا واهتمامات الطلبة.

❖ نقص الدراسات التي تناول هذا الموضوع بالقدر الكافي من التحليل رغم الأهمية الغالبة له.

### 3- أهمية الموضوع:

لكل دراسة أهمية، وأهمية هذه الدراسة لا تخرج عن الإطار العام الذي وضعت من اجله والتي يمكن تلخيص في النقاط التالية:

1. تكمن أهمية دراستنا في موضوعها المتمثل في دور الشبكات التواصل الاجتماعي في الترويج للإشاعة ومدى تأثيرها على الطلبة كما أن موضوع من المواضيع الهامة والجادة والنسبية لوسائل الإعلام لأنها تهتم بمواضيع الساعة وهو مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي في تعبير عن الرأي.
2. ازدياد عدد رواد الشبكات.
3. تناولها لمرحلة عمرية مهمة الشباب التي تتسم بالكثير من القضايا والمشكلات.
4. أنها دراسة علمية تتعرف على مشكلات وقضايا الطلبة وتعبيرهم عنها عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
5. التعرف على أهم التكنولوجيا الاتصالية الحديثة التي يستعين بها الطالب جامعة المسيلة في تنمية مهاراته واهم الطرق للحصول على المعلومات الضرورية لصياغة القصص الإخبارية اليومية.

### 4- أهداف الدراسة:

بما أن لأي بحث علمي أكاديمي أهداف ينبغي للباحث الوصول إليها فإن أهداف هذه الدراسة حسب تقديري من جانبها الاستطلاعي وذلك عبر تسليط الضوء على واقع الطلبة جامعة المسيلة إضافة إلى دراسة احتياجات هؤلاء الطلبة من وراء تواصلهم عبر تلك المواقع، تتلخص فيما يلي:

- ✚ الوصول على تحديد ماهية مواقع التواصل الاجتماعي.
- ✚ إثراء المكتبة الجامعية خاصة، لقلة الدراسات المتناولة لهذا الموضوع.
- ✚ التدريب على إجراء بحوث علمية ميدانية للتحكم في إجراءات البحث العلمي .
- ✚ الخروج بنتائج موضوعية.
- ✚ معرفة أهم القضايا التي تهم الطلبة وكيف يعبر عنها مواقع التواصل الاجتماعي لطرح أهم قضاياها وانشغالاته.
- ✚ التعرف على أبرز مواقع التواصل الاجتماعي.
- ✚ تحديد درجة الإقبال على مواقع التواصل الاجتماعي.

جمع بيانات ومعطيات ميدانية عن بعض ملامح العلاقة التي تربط الطلبة بمواقع التواصل الاجتماعي.

معرفة الدوافع المتحكمة في استخدام طلبة المسيلة لمواقع التواصل الاجتماعي لتعبير عن قضايا واهتماماته.

إما هدف إجراءات الدراسة كدراسة فهو نيل شهادة الماجستير.

## 5- مجال وحدود الدراسة:

**الحدود المكانية:** تم اختيار قيم علوم الإعلام والاتصال بجامعة المسلة محمد بوضياف مجالاً مكانياً لإجراء الدراسة ويعود السبب في ذلك لطبيعة الموضوع وسهولة جمع البيانات.

**2-4 الحدود الزمانية:** أجريت خلال الموسم الدراسي من العام (2014-2015).

**3-4 الحدود البشرية:** تكونت الدراسة من 80 طالب من طلبة الماجستير 1 والماجستير 2 تخصص صحافة مكتوبة واتصال بقسم علوم الإعلام والاتصال.

## 6- الاطار النظري :

حتى لا تنطق من فراغ في دراستنا هذه نعتقد انه يجب ان نستند على نظرية محددة الامر الذي من شأنه ان يقدم نسبيا صفة العمق والشمول لدرستنا .

وبالمقابل استندنا دراستنا هذه الى نظرية الاستخدامات و الإشباعات وذلك كونها الموجه الاساسي في مسار عملنا التطبيقي من خلال تحديد التساؤلات تحديدا واضحا انطلاقا من التراكم المعرفي الحاصل ووفق موضوعنا موقع التواصل الاجتماعي في الترويج للإشاعة فإننا راينا ان من الانسب ان نستند على نظرية الاستخدامات و الإشباعات املا في الوصول الى نتائج اكثر شمولا وخدمة للموضوع .

## مفهوم النظرية :

تختلف المسميات التي تطلق على مدخل الاستخدامات والإشباعات فهناك من يطلقون عليه نموذج model وهناك بعض الباحثين يرتقون به الى مرتبة النظرية approach .

Theory وهناك من يطلقون عليه مدخل في حين يفضل البعض وهم اقلية بتسميته باسم نظرية المنفعة wility<sup>1</sup>.

ويعد مدخل الاستخدامات و الإشباعات بمثابة نقلة فكرية في مجال دراسة تأثير وسائل الاتصال على تغير المعرفة والاتجاه والسلوك ، بينما يركز مدخل الاستخدامات و الإشباعات على كيفية استجابة وسائل الاتصال لدوافع و احتياجات الجمهور الانسانية ويتميز الجمهور في اطار مدخل الاستخدامات و الإشباعات على كيفية استجابة وسائل الاتصال لدوافع الاحتياجات الجمهور الانسانية ويتميز الجمهور في اطار مدخل الاستخدامات و الإشباعات بالنشاط والايجابية والقدرة على الاختيار الواعي و التفكير، وبذلك يتغير المفهوم التقليدي للتأثير، والذي يعني بما تفعله وسائل الاعلام بالجمهور؟ والى دراسة ماذا يفعل الجمهور بوسائل الاعلام؟ فهذا النموذج يتعامل مع المتلقي النقطة بدلا من ان تكون الرسالة الاعلامية هي نقطة البدء ويفترض ان الافراد يخطفون الرسالة الاعلامية بدلا من ان يتصرفوا سلبيا تجاهها<sup>2</sup>. ويرى ان الافراد يقومون بدور ايجابي في عملية الاتصال اذا توجد لديهم دوافع وحاجات تدفعهم للاستخدام وسائل الاتصال.<sup>3</sup>

- التطور التاريخي لبحوث نظرية الاستخدامات والإشباعات. في اطار الدراسات الخاصة باستخدام وسائل الاعلام والتعرض اليها من مختلف الفئات ، ركزت هذه الدراسات على الاسباب الخاصة بهذا التعرض، في محاولة الربط بين هذه الاسباب والاستخدام مع تصنيف الاستخدام في فئة تشير الى شدته او كثافته، وتم صياغة هذه الاسباب في عدة اطران كان اهمها الدوافع النفسية التي تحرك الفرد لتأدية حاجات معينة في وقت معين ، واصبحت رغبة الفرد في اشباع حاجات معينة من التعرض لوسائل الاعلام هي الاطار العام للعلاقة بين تعرض الفرد لوسائل الاعلام ومحتوى ومدى ما يحققه هذا التعرض من اشباع للحاجات المتعددة وتلبيتها .

<sup>1</sup> رضا عبد الواحد امين : الصحافة الإلكترونية، القاهرة، دار الفجر لنشر والتوزيع، 2007، ص - 33 .

<sup>2</sup> سعاد جبر سعيد : سيكولوجية الاتصال الجماهيري ، عالم الكتب الحديث لنشر والتوزيع ، ط 1 ، عمان ، 2008 ، ص 100 - 101 .

<sup>3</sup> منى العيد الله : نظريات الاتصال بيروت ، دار النهضة العربية، ط 1، 2006، ص 80

ومن هنا كانت صياغة هذه البحوث في إطار مدخل عام اطلق عليه مدخل الاستخدامات والإشاعات توسع البحث في إطاره في السبعينيات للوصول الى نموذج او نظرية للعلاقة بين الاستخدام والإشباع وكما يرى رئيس ما كويل انه كانت هناك ضرورات لدراسة هذه العلاقة اهمها: صياغة الفروض الخاصة بتأثيرات وسائل الاعلام بجانب مناقشة مفهوم تذوق الاعلام ، وبذلك قدم هذا المدخل بدائل الدراسة العلاقة بين محتوى الاعلام والتلقين، وتم تقسيم المحتوى في إطار الوظائف بدلا من مستوى التذوق.

ولان هذا المدخل يقوم اساسا على تصور الوظائف التي تقوم بها وسائل الاعلام ومحتواها من جانب ودوافع لتعرض اليها من جانب اخر فان كل البحوث والدراسات التي تمت في هذا المجال كانت تقوم على اختبار العلاقة بين الوظائف التي تمت صياغتها في إطار الدوافع والحاجات وبين تعرض الفرد وكثافة ، بناء على إطار نظري اساسه التحليل الوظيفي من جانب نظريات الدوافع من جانب اخر.<sup>1</sup>

ورغم الاقبال الشديد من قبل الباحثين على هذه النظرية في دراسة الاتصال الجماهيري الا ان تطورها كان بطيئا وذلك لعاملين اساسين هما :

\* - سيطرت البحوث التأثير الاتصال الجماهير قبل وبعد الحرب العالمية الثانية.

ولم تحظ دراسات الاستخدام والإشباع القائمة على اساس الاختلافات الفردية باهتمام كاف.

\* - كانت بحوث الاستخدامات و الإشباع في مراحلها الاولى تفتقر الى افتراضات نظرية.

وقد نشأ مدخل الاستخدامات و الإشباع في اوائل السبعينيات على يد ابلهوكاتز وتطور كما عاملان اسهما في ظهور هذه النظرية.

\* - توصل علماء الاتصال الى بنود جديدة فيما يتعلق بتأثير وسائل الاعلام طبقا للوظائف التي تؤدي لها الافراد

وقد مرت بحوث الاستخدامات والإشباع في تطورها بثلاث مراحل اساسية: /

<sup>1</sup> محمد عبد الحميد : نظريات الإعلام واتجاهات التأثير ، القاهرة ، عالم الكتب للنشر والتوزيع والطباعة ط 3 ، 2004 ، ص 271 .

## اولا :المرحلة الاولى لتطوير بحوث الاستخدامات و الإشباعات:

تمتد هذه المرحلة خلال الأربعينيات من خلال دراسة لازارس فيلد و ستاتون وافيها دراسات "هيززوج" حول البرامج الهزلية ودوافع الاستماع للراديو و الدرامات الاجتماعية عام 1944م حيث توصلت الدراسة الى تحديد مجموعة من الإشباعات مثل: / التعويض وتحقيق الرغبات، والحصول على النصيحة ،وايضا دراسات "ساثمان" حول دوافع الاستماع للموسيقى الجادة في الراديو عام 1949م حول نمو الاطفال بالمواد الهزلية ودراسات "بيرلسون" حول اسباب قراءة الصحف عام 1949 .<sup>1</sup>

وقد توصل "بيرلسون" الى مجموعة من الإشباعات تتحقق نتيجة قراءة الصحف، وهي الحصول على المعلومات والحصول على المكانة الاجتماعية والهروب من الروتين اليومي، وايضا القراءة كوسيلة للتفاعل الاجتماعي، وقد اعتمدت تلك الدراسات الرائدة في مجال الاستخدامات و الإشباعات —على توجيه الاسئلة المفتوحة للمبحوثين ولم تحاول التعرف على العلاقة النفسية والاجتماعية، و دوافع التعرض لوسائل الاعلام والتعريف بينها وبين الإشباعات الناتجة عن التعرض، وذلك لأنها كانت في طور إنشاء وكانت تفتقر للجانب النظري.

## ثانيا : المرحلة الثانية لتطور بحوث الاستخدامات والإشباعات:

امتدت هذه المرحلة طوال عقدي الخمسينيات والستينيات وقد تم الاهتمام في هذه الدراسات بالمتغيرات النفسية والاجتماعية باعتبار ان لها دورا مؤثرا في الاستخدامات والإشباعات، ومن ابرز هذه الدراسات دراسة "شرام" و"لايل" و"باركر" 1961م حول تأثير استخدامات الاطفال التلفزيون في مناحي عديدة منها، المقدره الذهنية والعلاقة بالإقران والرغبة في التسلية والرغبة في محاكاة الكبار كذلك دراسة "وينتروب" حول استخدام المراهقين للراديو وتوصلت الدراسة الى العديد من الإشباعات منها: تفضية الوقت ، ومعرفة ما يحدث في البيئة وزيادة المعلومات ، واهتمت هذه المرحلة الخاصة ببحوث الاستخدامات والإشباعات بالربط بين الصفات النفسية والاجتماعية للجمهور واستخدامات وسائل الاعلام.

<sup>1</sup> مزروق عبد الحكيم العادلي : الإعلانات الصحفية دراسة في الإستعمات والإشباعات، القاهرة ، دار الفجر لنشر والتوزيع ، ط 1 ، 2004 ، ص 111 .

ثالثا: المرحلة الثالثة لتطور بحوث الاستخدامات والإشباعات.

تعد هذه المرحلة مرحلة النضج في تاريخ بحوث الاستخدامات والإشباعات ويرجع تاريخها الى اوائل السبعينيات خلال الاستفادة من بحوث "كلاير" التي اهتمت بالربط بين دوافع وتوقعات الجمهور بين الإشباعات المحققة، نتيجة التعرض لوسائل الاعلام وذلك للتوصل الى فهم افضل لعملية الاتصال الجماهيري. من ابرز دراسات هذه المرحلة دراسة كل من "روزنجرين" و"ندمل" 1972 والتي تضمنها العديد من الوظائف التي تقوم بها وسائل الاعلام مثل: التعرض للتجارب البدلية : التفسير التوحد مع المحتوى ودراسة "قرنبرج" 1974 عن دوافع تعرض للتلفزيون وكذلك دراسة "روين" 1979م لدوافع التعرض الاطفال المرهقين للتلفزيون مما دفع "روزنجرين" وزملائه الى القول بان الاستخدامات و الإشباعات دخلت مرحلة جديدة تتحدد في وجود نظرية قابلة للبناء والاختبار.<sup>1</sup>

وتطورات بحوث الاستخدامات و الإشباعات في فترة الثمانينات في اطار المنهج التجريبي من خلال دراسات ستان فورد و"بريوميني" و"ريكوميني" و"ويلمان".

حيث افادت النتائج بارتفاع تفضيل المبحوثين للوسيلة والتعرض في حالته التوافق بين الإشباعات التي تم الحصول عليها ويمكن حصر اهم الاتجاهات الحديثة في بحوث الاستخدامات و الإشباعات فيما يلي :

1- اتجاه يهتم بالربط بين دوافع الاستخدام وانواع الإشباعات وطبيعة المضمون , وطبيعة الوسيلة فتعرض الفرد لوسيلة معينة ومضمون معين سيؤدي الى اشباعات معينة تربط بدورها بدوافع الفرد للتعرض للوسيلة

2- اتجاه يهتم بتأثير العوامل النفسية والاجتماعية على استخدام الافراد لوسائل الاعلام وتعرضهم لها مثل المتغيرات الشخصية والسياق الذي يتم فيه التعرض "النشاط الاجتماعي".

3- اتجاه يهتم بفحص العلاقة المتداخلة بين دوافع الاستخدام وبين سلوكيات تلك الوسائل واتجاهاتها.<sup>2</sup>

— الرد على الانتقادات الموجهة لمدخل الاستخدامات الإشباعات

\* تصدى الباحثون للرد على الانتقادات التي وجهت إلى هذا المدخل كإطار نظري لدراسات سلوك الجمهور نحوى وسائل الإعلام ، ومنها :

— إن مفهوم الجمهور يمكن التغلب على غموض هذا المفهوم من خلال تقييم إيجابية الجمهور إلى ثلاثة مراحل ، تتمثل في الانتقاء وقبل التعرف والإهتمام أثناء التعرض ، وزيادة المعرفة والنقاش بعد العرض .

<sup>1</sup> مرزوق عبد الحكيم العادلي ، المرجع السابق ، ص 111 - 113 .

<sup>2</sup> رضا عبد الواحد امين ، المرجع السابق ، ص 47 .

\* استطاع الباحثون وضع قائمة من الحاجات والإشباع يختار الجمهور تحديدها عندما تقدم له وبذلك تم تجاوز الشكوك حول قدرة الأفراد على تحديد حاجاتهم وإشباعهم<sup>1</sup>.

\* وللدرد على تلك الانتقادات أيضا ظهر باتجاه جديد منذ منتصف ثمانينيات القرن الماضي واهتم بالمقارنة بين دوافع استخدامات وسائل الإعلام وبين الإشباعات وبين طبيعة المضامين ونوعية الوسيلة المستخدمة ، وزاد الاهتمام بدراسة الظروف الاجتماعية والنفسية المتبادلة بين دوافع استخدامات الجمهور للوسيلة وبين اتجاهات ذلك الوسائل ذاتها عن طبيعة المضامين المشاركة في الوسائل الإعلام<sup>2</sup>.

#### – فروض نظرية الاستخدامات و الإشباعات :

يبني مدخل الاستخدامات و الإشباعات على فكرة مفادها ان حاجات الفرد مرتبطة بوسائل الاتصال والتي تنشأ في ظل بيئة اجتماعية ونفسية معينة تخلق لدى الفرد دوافع لتعرض لوسائل الاتصال فضلا عن مصادر اخرى غير وسائل الاتصال حيث يتوقع الفرد ان تحقق له هذه المصادر اشباعا لهذه الحاجات . وقد تنجح وسائل الاتصال في تحقيق هذه الإشباعات وقد لا تنجح، في ذلك، ويقوم هذا المدخل على عدد من الفروض التي تمت مراجعتها لتلائم ما تم التوصل اليه من نتائج حول جمهور وسائل الاعلام ويمكن تلخيصها فيما يلي :

\* ان السلوك الاتصالي سلوك هادف وذو دوافع حيث يسعى جمهور وسائل الاعلام بالإيجابية لتحقيق اهداف محدودة من خلال استخدام هذة الوسائل.

\* يتخذ الجمهور مبادرة انتقاء واستخدام وسائل الاتصال لإشباع حاجاتهم ورغباتهم الشخصية فقد يكون استخدام الجمهور لوسائل الاعلام هو استجابة لاحتياجاتهم الاساسية ولكنه من ناحية اخرى يشبع حاجتهم، ويلبي رغباتهم، البحث عن المعلومات لحل مشكلة ما.

\* يتأثر السلوك الاتصالي لجمهور وسائل الاعلام بمجموعة من العوامل الاجتماعية والنفسية التي تعمل بمثابة المتغيرات الوسيط بين الوسيلة وجمهورها وهذه العوامل تعمل بمثابة المرشح لاستجابات الفرد السلوكية تجاه وسائل الاعلام.

\* قد تؤثر وسائل الاعلام في سمات الفرد من ناحية او في البناء الاجتماعي والسياسي والثقافي والاقتصادي للمجتمع من ناحية اخرى، ومن ثم يمكن الاستدلال على المعايير الاجتماعية والثقافية السائدة في مجتمع ما من خلال استخدام افراده لوسائل الاعلام.

<sup>1</sup> رضا عبد الواحد امين ، المرجع السابق ، ص 46 .

<sup>2</sup> مرفت الطرايشي ، المرجع السابق، ص 257 .

\*تنافس وسائل الاعلام مع اشكال الاتصال الاخرى على عمليات الانتباه والانتقاء والاستخدام التي يجريها الجمهور لإشباع حاجاته ورغباته فهناك علاقة بين الاتصال الشخصي والجماهيري .

\* حيث ان الطريقة التي تلي بها وسائل الاعلام الاحتياجات تختلف من فرد لآخر، باختلاف الظروف الاجتماعية والنفسية المحيطة بكل فرد .<sup>1</sup>

\* افتراض منهجي يقدر بان الافراد يملكون قدرة علمية على تشخيص دوافعهم او احتياجاتهم وبالطرق المناسبة مما يفعل ذاتية احكامهم التقديرية وكذا الفروق في المستويات التعليمية .<sup>2</sup>

### اهداف النظرية :

ويهدف مدخل الاستخدامات و الإشباع التي تحقيق اغراض اساسية هي :

\* محاولة اكتشاف كيفية استخدام الاشخاص لوسائل الاتصال عن طريق الاخذ في الاعتبار انهم جمهور نشط يستطيع ان يختار وينتقي من بين تلك الوسائل ما يشبع حاجاته وتوقعاته

\* تفسير دوافع التعرض لوسيلة ما من وسائل الاتصال والتفاعل الذي يحدث بسبب هذا التعرض

\* التأكد على نتائج استخدامات وسائل الاتصال بغرض تفسير عملية الاتصال الجماهيري .<sup>3</sup>

\* الانتقادات الموجهة لنظرية الاستخدامات و الإشباع :

\* تعرض مدخل الاستخدامات و الإشباع للعديد من الانتقادات بالرغم من انه اثبت تفوقه في توظيف محددات السلوك الاتصالي للجمهور بسبب غموض اطاره النظري وبعض المفاهيم الاخرى بالإضافة لكونه اسلوبا لجميع البيانات دون تحليلها ومن هذه الانتقادات :

\*1- يواجه المدخل الوظيفي في وسائل الاعلام العديد من الصعوبات اولها التدخل في كلمة وظيفية fonction فهو يمكن ان يستخدم بمعنى هدف purpose او نتيجة conséquence او مطلب remercement او توقع . expectation

\*2- ان وسائل الاعلام ليست دائما مؤسسات مستقلة تعمل بالأصالة عن نفسها فحسب، وانما تعمل ايضا بنباية عن جمعيات ومنظمات اخرى ، وهو ما يجعل من الصعب التمييز بين وظائف الاعلام وبين وظائف الاجهزة الاخرى في المجتمع .

<sup>1</sup> رضا عبد الواحد امين ، المرجع السابق ، 35-36 .

<sup>2</sup> فضيل ديليو : الاتصال ، مفاهيمية ونظرياته وسائله ، القاهرة ، دار الفجر للنشر والتوزيع ، ط 1 ، 2003 ، ص 31 .

<sup>3</sup> ميرفت الطرايشي ، عبد العزيز السيد : نظريات الاتصال ، القاهرة ، دار العربية ، 2006 ، ص 242 .

- \*3- صعوبة قياس الحاجات needs مما يجعل عملية استنتاج الإشباع التي تقوم بإشباعها غاية من الصعوبة بالإضافة الى تعقيد في استخلاص العلاقة بين الحاجة والاستخدام والاشباع.
- \*4- غياب النظرية الاجتماعية يجعل المدخل يتصف بدرجة عالية من التجريد حيث يتم عزل عملية الاتصال عن العمليات الاجتماعية الأخرى.<sup>1</sup>
- \*5- فالأمر لا يتوقف على الحاجة العقلية ولكن هناك أمور عديدة تعتبر متغيرات في علاقتها باستخدام وسائل الاعلام مثل: المركز الاجتماعي للفرد والحالة الاقتصادية والتعليم .
- \*6- يصف مدخل الاستخدامات و الإشباع الجمهور بالنشاط، وهذا النشاط مرتبط بالانتقالية واختيار مضمون من محتوى وسائل الاعلام، الا ان فكرة نشاط الجمهور قد تتعارض مع افتراض اخر لهذا المدخل وهو ان الدوافع تتحدد بناء على الظروف والخبرات الاجتماعية.<sup>2</sup>
- \*7- تتراوح باستمرار بين خبرة الدوافع والحاجات الأساسية للمستعمل وبين تطلعاته التفاعلية مع الوسائل وهما حدان متناقضان .
- \*8- نفترض بان الأسلوب تجاه الوسيلة يعتمد على الاختيار الواعي والعقلاني الا ان الملاحظ عادة ان عادات الاستعمال هي الموجهة له.
- \*9- تواجه "فلسفة الاستعمالات والرضا"، باستمرار قوة تأثير مضمون الاتصال.<sup>3</sup>
- بالإضافة الى الانتقادات التي لخصها "دنيس ماكويل" و "سفين" و "نداehl" كما يلي ،،
- \*- يقوم المدخل على اسس وظيفية تهتم بما تخصصه وسائل الاعلام من وظائف لذا فكل الانتقادات الخاصة بالمدخل الوظيفي تنطبق عليه .
- \*- لا يوضح المدخل عما اذا كانت الحاجات متغيرا تابعا وسيطا ام مستقلا، وهل تلك الحاجات هي التي تؤدي لاستخدامات الوسيلة ام ان الاستخدامات تحقق اشباعا لهذه الحاجات
- \*- يقدم المدخل تصورات ذهنية داخلية لدى الفرد كالدافع والحاجة والاشباع.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> رضا عبد الواحد امين ، المرجع السابق ،ص45 .

<sup>2</sup> رضا عبد الواحد امين ، المرجع نفسه ،ص45 - 46 .

<sup>3</sup> فضيل ديليو، الإتصال الجماهيري ، المرجع السابق ،ص31 - 32 .

<sup>4</sup> مرفت الطرايشي ، المرجع السابق، ص 256 - 257 .

\*- ومن جانب آخر فان تطبيق هذه النظرية يطرح تساؤلاً حول قياس الاستخدام فهل يكفي الوقت الذي يقضيه الفرد في التعرض الى وسائل الاتصال او محتواها في قياس التعرض والاستخدام مما يتطلب عزلاً كاملاً لكافة العوامل المؤثرة على عملية التعرض عند بحث العلاقة بين التعرض وتلبية الحاجات والفصل تماماً بين تأثيرات الحاجات باعتبارها قوة دافعة والتعرض لأسباب اخرى غير تأثير الحاجات .

## 7- نوع منهج الدراسة:

مناهج البحث العلمي هي مجموعة القواعد والأنظمة التي تساعدنا في الوصول إلى حقائق مقبولة ومنطقية حول الظاهرة والمشاكل تحت دراسة أو المواضيع الدراسة ذات الاهتمام من قبل الباحث أو الباحثين في مختلف المجالات المعرفية الإنسانية والعلوم وبالتالي فإن المنهج الواجب إتباعه في حالة محدودة قد يختلف عن منهج آخر لحالة مختلفة.

وعليه فإن وجود مناهج متعددة تتيح محاولة فهم الدراسة أو المشكلة تحت القيد ثم محاولة إتباع المنهج الملائم لدراستها وتحليلها والتوصل إلى النتائج العلمية الصحيحة والمناسبة والتي قد تكون الفضل بين مثيلاتها من الدراسات<sup>1</sup>.

**منهج البحث:** هو طريق موضوعية يتبعها الباحث لدراسة ظاهرة من الظواهر بقصد تشخيصها وتحديد أبعادها ومعرفة أسبابها وعلاجها والوصول إلى النتائج عامة يمكن تطبيقها.

ونظراً لطبيعة الدراسة ارتأينا استخدام المنهج المسحي فهو الانسب لمثل هذه الدراسات الإعلامية الاستكشافية.

وتعني بالمسح الدراسة العلمية لظروف المجتمع وحاجاته وبالتالي يركز هذا المنهج على الوصف الدقيق والتفصيلي للظاهرة أو الموضوع الدراسة أو مشكلة قيد الدرس وصفاً كميًا quantitative أو وصفاً نوعياً qualitative والمنهج المسحي .

يهدف إلى جمع البيانات ومعلومات كافية ودقيقة عن الظاهرة ومن دراسة وتحليل ما تم جمعه بطريقة موضوعية وصولاً إلى العوامل المؤثرة لتلك الظاهرة<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> دلال القاضي ، محمود البياتي: منهجية وأساليب البحث ، الأردن : دار حامد لنشر والتوزيع ، ط1، 2008، ص 64.

<sup>2</sup> دلال القاضي، محمود البياتي، المرجع السابق، ص 66.

## 8- عينة الدراسة:

لكي تكون الدراسة مقبولة وقابلة للإيجاز، لا بد من تحديد مجتمع البحث الذي نريد معاينته وفحصه والذي يمثل مجموعة من الطلبة الماستر قسم علوم الإعلام والاتصال بقصد الحصول على أجوبة عن الأسئلة المطروحة للوصول إلى المعلومات والحقائق التي تفي بالغرض النهائي للدراسة.

لهذا يعرف محمد منير حجاب العينة طريق من طرق البحث وجمع المعلومات للانتقال من الجزء إلى الكل وللوصول إلى الحكم على المجتمع في ضوء بعض أفراده فهي ضرب من الاستقراء، وليست العينة إلا مثلاً ومجموعة أمثلة يستخلص منها أحكام فيها قدر من الاحتمال<sup>1</sup>.

ويعرفها محمد عبد الحميد على أنها عبارة عن عدد محدود من المقررات التي سوف يتعامل معها الباحث منهجياً ويسجل من خلال هذا التعامل البيانات الأولية المطلوبة، ويشترط في هذا العدد يكون ممثلاً لمجتمع البحث في الخصائص والسمات التي يوصف من خلالها<sup>2</sup>.

وموضوع بحثنا يتعلق بدور الشبكات التواصل الاجتماعي في الترويج للإشاعة أي توظيف هذه التكنولوجيات في عملية الترويج للإشاعة لدى الطلبة، وهذا استلزم أن تقوم بتحديد العينة بدقة، لهذا الغرض قمنا باختيار عينة قصدية من طلبة الإعلام والاتصال بتخصصه اتصال وصحافة المكتوبة ونعني بهذا النوع " العينة القصدية" الاختيار العمدي أي اختبار المقصود من جانب الباحث لعدد من وحدات المعاينة، ويرى الباحث أنها تمثل المجتمع من جانب الباحث لعدد من وحدات المعاينة، ويرى الباحث أنها تمثل المجتمع الأصلي تمثيلاً صحيحاً وذلك من الاقتصار على العينة العمدية وهذه الطريقة في الدراسات التحليلية لذا تعرف العينة العمدية : بأنها هي اختيار مفردات العينة بطريقة عمدية طبقاً لما يراه الباحث مناسباً من سمات وخصائص تتوفر في المفردات بما يخدم أهداف البحث<sup>3</sup>.

وفي معجم الإعلام العينة القصدية "قد يعتمد الباحث اختيار مدى وحدات المجتمع لكي يسحب منها العينة وقد تكون لهذا الاختبار مبرراته بأن تكون حجم هذا المجتمع كبيراً ويرى الباحث، أن هذه الوحدة طبقاً للمعلومات المتوافرة لديه لها نفس الصفات العامة للمجتمع الكبير<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> محمد منير حجاب : المعجم الإعلامي ، القاهرة، الفجر للنشر والتوزيع، ط1، 2004، ص 381.

<sup>2</sup> محمد عبد الحميد : البحث العلمي في الدراسات الإعلامية ، مصر، عالم الكتاب ، 2004، ص 132.

<sup>3</sup> محمد عبد الحميد : دراسات الجمهور في البحوث الإعلام ، القاهرة ، عالم الكتب، ط1، 1993، ص 141.

<sup>4</sup> محمد منير حجاب، المرجع السابق، ص 385.

ويمكن تعريف "العينة القصدية" حسب الدكتور محمد عبد الحميد بأنه النوع الذي تختار فيها الوحدات أو المفردات بطريقة قصدية وذلك تبعاً لما يراه الباحث من صفات وسمات أو خصائص تتوفر لهذه الوحدات أو المفردات وتخدم أهداف البحث<sup>1</sup>.

وبذلك نجد هذه التعريف تتلائم مع العينة التي قمنا باختيارها في إنجاز هذه الدراسة إذ عمدنا إلى اختيار الطلبة بصفة قصدية على أساس اهتماماتهم وميولاتهم وهذا راجع إلى نوعية الدراسة التي تهدف إلى كشف استخدام الطلبة لتكنولوجيات الحديثة بغية التعرف على كيفية الاستفادة من هذه المواقع من زاوية الاستخدام والإشباع بالإضافة إلى محاولة معرفة حجم الاستفادة والمساهمة في الترويج للإشاعة وستعتمد على 80 مفردة طلبة تخصص الماجستير إعلام والاتصال جامعة المسيلة.

## 9- أدوات الدراسة:

بما أننا أتبعنا المنهج المسحي فإن أبرز الأدوات التي تتماشى ومع طبيعة الموضوع هي أداة الاستبيان.

### 1/ الاستبيان:

الاستبيان: كلمة مشتقة من الفعل استبان الامر بمعنى أوضحه وعرفه والاستبيان بذلك التوضيح والتعريف بهذا الأمر<sup>2</sup>.

ويعرف الاستبيان انه تلك القائمة من الأسئلة التي يحضرها الباحث في تعبيرها عن الموضوع المبحوث في إطار الخطة الموضوعية التقدم إلى المبحوث من اجل الحصول على إجابات تتضمن المعلومات والبيانات المطلوبة لتوضيح الظاهرة المدروسة وتعريفها من جوانبها المختلفة.

- هو أسلوب جمع البيانات الذي يستهدف إشارة الأفراد المبحوثين بطريقة منهجية، مقننة لتقديم حقائق وآراء وأفكار معينة في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة وأهدافها دون تدخل من الباحث في التقرير الذاتي للمبحوثين في هذه البيانات<sup>3</sup>.

- ويعرف الاستبيان أنه القائمة التي يضمنها الباحث سلسلة من الأسئلة التي تحصر بعناية لتقديم إلى المبحوث من اجل الحصول على حقائق معينة وآراء ومواقف خاصة بالموضوع محل البحث<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، المرجع السابق، ص132

<sup>2</sup> أحمد مرسلي : مناهج البحث العلمي في علم العلام والاتصال، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية ، 2005.

<sup>3</sup> محمد منير حجاب الإعلامي، المرجع السابق، ص 46.

<sup>4</sup> رشيد زرواتي : مناهج وأدوات البحث العلمي في علوم الاجتماعية ، الجزائر دار الهدى، 2007، ص 219.

- ويعرف الاستبيان في الأوساط العلمية البحثية تحت أسماء عديدة مثل الاستقصاء الاستثمارية والاستبيان في تصميمه أقرب إلى الدليل المرشد المتضمن سلسلة من الأسئلة التي تقدم للمبحوث وفق تصور معين ومحدد الموضوعات، قصد الحصول على معلومات خاصة بالبحث، في شكل بيانات لحمية تنفيذ الباحث في إجراء مقارنات رقمية أو في شكل بيانات كيفية تعبر عن مواقف وأراء المبحوثين من قضية معينة. يعتبر الاستقصاء منهجاً لأنه عبارة عن مجموعة من الخطوات المنتظمة التي تبدأ بتحديد البيانات المطلوبة وتنتهي بالاستقبال استمارات الاستقصاء عن المبحوثين، بعد استيفاء هذه البيانات فيها ويعتبر مقنناً لأن تنظيم إجراءاته وأدواته يتم بطريقة نمطية ، وتوفر كثيراً من الوقت والجهد والنفقات المبذولة وتوفر على الباحث التدخل ثانية في مراحل التطبيق.

فالاستبيان يعتمد على استمارة تعرف الاستثمارية بأنها نموذج يضم مجموعة أسئلة توجه إلى أفراد من اجل الحصول على المعلومات أما عن طريق مقابلة شخصية أو أن توصل إلى المبحوثين عن طريق البريد كما تعرف بأنها مجموعة أسئلة بعضها مفتوحة وبعضها مغلقة<sup>1</sup>.

فيجب مراعاة الحذر في تصميم الاستثمارية تظهر بالشكل الصحيح والجيد والاستبيان أو الاستثمارية الإحصائية هي أداة ملائمة ومناسبة وفعالة للحصول على المعلومات أو البيانات أو الحقائق المرتبطة بالموضوع<sup>2</sup>. وهي عبارة عن شكل مطبوع يحتوي على مجموعة من الأسئلة ، موجهة على مجموعة من الأفراد حول الموضوع أو موضوعات ترتبط بأهداف الدراسة وكما يعتبر من أدوات جمع البيانات شيوعاً واستخداماً في المنهج المسحي ، فإنه يعتبر أكثر ملائمة لدراسة جمهور المتلقين ذلك انه يتميز بالضخامة في العديد من الطرق (البريدي والتلفوني) ومنها الطريقة التي سوف نعلم عليها في دراستنا حول دور مواقع التواصل الاجتماعي وترويج للإشاعة وأثارها على الطلبة.

وتتضمن الاستثمارية التي قمنا بتصميمها للإعداد الدراسة<sup>27</sup> سؤالاً موجهة لمجتمع البحث ،وقد تنوعت هذه الأسئلة بين أسئلة مغلقة بسيطة أسئلة متعددة الاختيارات وأسئلة مفتوحة، حيث حرصنا على ترتيب هذه الأسئلة وتوضيحها وإعطائها الصبغة المباشرة دون وضع الفرد المستجوب في حالة غموض أو حرج وتم عرض الاستثمارية على الأستاذ المشرف وقام بمراجعتها من مدى جاهزية الأسئلة وكذلك التعديل فيها ثم صياغة الأسئلة الاستثمارية في شكلها النهائي.

<sup>1</sup> رشيد زرواتي : تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، ط3، 2005، ص 182.

<sup>2</sup> دلال القاضي محمود البياتي، المرجع السابق، ص 129.

وبعد وزعت هذه الاستمارة على طلبة الإعلام والاتصال ماستر بتخصيصه اتصال صحافة مكتوبة جامعة المسيلة.

وتتضمن استمارة الاستبيان من حيث الشكل اربعة محاور رئيسية هي:

المحور الأول: البيانات الشخصية.

المحور الثاني: شبكات التواصل الاجتماعي كوسيلة لتواصل.

المحور الثالث: تأثير الاستخدام اليومي لشبكة التواصل الاجتماعي والحاجات التي تلبها

المحور الرابع: مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في ترويج الإشاعة في اوساط الطلبة.

## 10- تحديد المصطلحات وضبط المفاهيم:

يعد تحديد مفاهيم أحد طرق المنهجية العامة في تصميم البحوث حتى يسهل على القارئ إدراك المعاني والأفكار التي يريد البحث التعبير عنها وان يختلفوا فيها وقد ورد في هذا البحث مجموعة من المصطلحات رأينا انه الجدير تحديدها.

### 1. شبكات التواصل الاجتماعي:

الشبكة تعني ببساطة وسيلة تؤمن الاتصال مابين أجهزة الحاسبات الآلية ، ويتم من خلالها استخدام الموارد والملحقات المشتركة فيما بينهما وبعضهما البعض<sup>1</sup>.

وورد في معجم منير حجاب أن الشبكة هي مجموعة من العناصر الكهربائية مثل مقاومات وملفات أو مكثفات ذات اتصال بيني ، وتشمل الشبكة الفعالة أيضا على مصدر الطاقة<sup>2</sup>.

وورد في معجم "محمد جمال الفار" أن الشبكة مجموعة من مراكز المعلومات أو المكتبات المتجانسة أو الغير متجانسة تتعاون فيما بينها على تبادل المعلومات والمصادر<sup>3</sup>.

**التواصل:** تواصل من مادة وصل وتواصل الرجلان يتوصلان تواملا، فهما متواصلان أي ترابطا في غير انقطاع وهو ضد التحافي<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> أسما حسين حافظ: تكنولوجيا الاتصال التفاعلي في عصر الفضاء الالكتروني والرقمي ، الدار العربية، 2005، ص 71.

<sup>2</sup> منير حجاب المعجم الإعلامي، المرجع السابق، ص 301.

<sup>3</sup> محمد جمال الفار : المعجم الإعلامي، الأردن، دار أسامة المشرق الثقافي، 2006، ص 203.

<sup>4</sup> عصام نور الدين، معجم نور الدين: الوسيط، لبنان، دار الكتب العلمية، 2005، ص 463.

**إصطلاحاً:** شبكات التواصل الاجتماعي تصنف تلك المواقع ضمن مواقع الجيل الثاني للويب ( ويب 2.0 web وتسمى مواقع الشبكات الاجتماعية تقوه على المستخدمين بالدرجة الأولى وإتاحة التواصل بينهم سواء كانوا أصدقاء تعرفهم على ارض الواقع أو كانوا أصدقاء عرفتهم في العالم الافتراضي. وبأنها تركيبة اجتماعية إلكترونية من أفراد وجماعات أو مؤسسات.

التعريف الإجرائي:

شبكات اجتماعية تفاعلية تتيح التواصل لمستخدميها في أي وقت يشاؤون وفي أي وقت وفي أي مكان من العالم ظهرت على شبكة الانترنت منذ سنوات قليلة وغيرت في مفهوم التواصل والتقارب بين الشعوب ، واكتسبت اسمها الاجتماعي كونها تعزز العلاقات بين البشر وتعددت في الآونة الأخيرة وظيفتها الاجتماعية لتصبح وسيلة تعبيرية واجتماعية وبرزت هذه الشبكات : الفيس بوك، تويتر، يوتيوب<sup>1</sup>.

2. **الترويج:** هو نشر معلومات بطرق مختلفة بغرض جذب انتباه الجماهير<sup>2</sup>.

وفي معجم منير حجاب يعني به نشر أو عرض أو إذاعة مجموعة الأخبار والمعلومات بغية جذب الانتباه بحق الانطباعات الإيجابية المستهدفة<sup>3</sup>.

**الإشاعة:** هي الحديث أو القول أو الخبر أو الرواية يتناقله الناس دون التأكد من صحته دون التحقق من صدقة ويميل الناس إلى تصديق ما يسمعونه دون محاولة للتأكد من صحته ثم يرونه وقد يضيفون إليه بعض التفاصيل الجديدة<sup>4</sup>.

وهي الترويج بخبر مختلف لا أساس له من الواقع أو تعدد المبالغة والتهويل في سرد خبر فيه جانب ضئيل من الحقيقة وذلك بهدف تأثير النفسي في الرأي العام المحلي أو الإقليمي والعالمي والنوعي تحقيقاً للأهداف السياسية أو الاقتصادية أو عسكرية على نطاق دولة واحدة أو عدة دول أو النطاق العالمي أجمعه<sup>5</sup>.

<sup>1</sup> بحجة زغدودي ، فاروق قيطوم ، نصر الدين حمادي: دور الشبكات التواصل الاجتماعي في خدمة القضايا الاجتماعية لشباب الجزائري، مذكرة مكملة لنيل شهادة ليسانس ، تخصص إعلام واتصال، جامعة المسيلة.2013-2014، ص 22.

<sup>2</sup> محمد جمال الفار، المعجم الاعلامي ، المرجع السابق، ص72.

<sup>3</sup> محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي، المرجع السابق، ص137.

<sup>4</sup> المرجع نفسه ، ص300.

<sup>5</sup> محمد جمال الفار، مرجع السابق، ص 200

التعريف الإجرائي:

هي الأحاديث الغير مؤكدة يختلقها البعض للأغراض معينة يتناقلها الناس عن أحوالهم وأحوال بلدهم خلال الشبكة الاجتماعية بحسن النية دون تثبيت من صحتها تتجه تعميم الأخبار وتكثر الإشاعات في أوقات الأزمات ، وتكافح بالرقابة والعبقرية والوقائع الصحية.

## 11-الدراسات السابقة:

تعتبر الدراسات السابقة اللبنة الأولى التي يبني عليها أي بحث علمي وهي تلك الدراسات التي تحترم القواعد المنهجية في البحث العلمي وقد يوجد هذا النوع من الدراسات في الجزائر أو في المجالات أو في البحوث أو في الكتب أو في المخطوطات أو في المذكرات أو الرسائل أو في الأطروحات الجامعية.

شريطة أن يكون لدراسة موضوع أو هدف ونتائج وأما إذا وجدت فرضيات البحث أو العينة والمنهج والأدوات، فالدراسة تصبح أكثر تفصيلاً ودقة والدراسة السابقة إما أن تكون مطابقة ويشترط حينئذ اختلاف ميدان الدراسة أو أن تكون دراسة مشابهة وفيه يدرس الباحث الجانب الذي يتناوله بالدراسة<sup>1</sup>.

### 1. دراسة فاطمة الزهراء عماري:

عنوان الدراسة: استخدام القنوات التلفزيونية الإخبارية التفاعلية شبكات التواصل الاجتماعي " حالة الفيس بوك".

دراسة مسحية لعينة من صفحات الفيسبوك لقناتي بي بي سي وفرنسا24 مذكرة لنيل شهادة الماستر في الميدان العلوم الإنسانية شعبة علوم الإعلام والاتصال تخصص إذاعة وتلفزيون جامعة الجزائر، أجريت هذه الدراسة لعم الجامعي 2011 / 2012 .

تهدف الدراسة إلى أن الشبكات التواصل الاجتماعي أهم المظاهر التفاعلية في إطار ثورة التكنولوجيا الحديثة للاتصال أو ما يسمى الإعلام الجديد والهدف الأساسي لهذا البحث هو فهم وتفسير وذلك بمحاولة معرفة سبب امتداد القنوات التلفزيونية الإخبارية على فضاء شبكات التواصل الاجتماعي وكيفية استخدامها لتفاعليه الأخير في فضاء افتراضي يختلف عن سماتها وذلك بالوقوف عند مظاهر التفاعلية التي تتجلى في الفيس بوك وخلفيتهم السوسولوجية على مستوى صفحات موقع التواصل الاجتماعي " الفيس بوك" لقناتين التلفزيونين الإخبارية F 24- BBC مع تقييم حريتهما في توظيفهما للأخيرة.

<sup>1</sup> رشيد زرواتي، تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية ، المرجع السابق، ص137.

منهج البحث : المنهج المسحي الذي يقوم بمسح الجمهور المستخدم لصفحتي شبكة التواصل الاجتماعي " الفيس بوك " لقناتين BBC -F 24 لتعرف على طبيعة وآرائه وتوصلت إلى نتيجة أن القناتين الإخباريتين استفادت من موقع شبكات التواصل الاجتماعي الفيس بوك وحققنا ما كنا نصبو إليه.

### 2. دراسة داودي شابحة بعنوان:

استخدام تكنولوجيا الاتصال في تنمية المهارات الإعلامية لدى الصحفيين الجزائريين مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص اتصال في جامعة المسيلة لسنة 2013-2014. وترمي هذه الدراسة لتعرف على أهم تكنولوجيا الاتصالية الحديثة التي يستعين بها الصحفيين الجزائريين في تنمية مهاراته الفنية والإعلامية وأهم الطرق للحصول على المعلومات الضرورية لصياغة القصص الإخبارية اليومية. ومعرفة التغيرات التي طرأت على العمل الإعلامي الجزائري منهج البحث هو طريقة موضوعية واعتمدت على المنهج المسحي وهو من ابرز المناهج العلمية المستعملة في الدراسات الاستكشافية وذلك بتحديد العينة بدقة وهي العينة العمدية وتكونت العينة من 40 مفردة " إعلامي جزائري مهني عامل في المؤسسات إعلامية إذاعة برج بوعريريج مسيلة - سطيف وتم توزيع استمارة استبان تحمل مجموعة من الأسئلة وتوصلت الدراسة على أن استخدام الصحفي الجزائري للهواتف النقالة الذكية يؤثر في تنمية المهارات الإعلامية ويظهر ذلك فيما أتاحه التعامل الفردي مع المادة الإخبارية وكذا المشاركة والتفاعل الفردي مع الجمهور في صياغة الحدث.

### 3. دراسة بهجة زعدودي- فاروق فيطوم- نصر الدين حمادي.

بعنوان دور الشبكات التواصل الاجتماعي في خدمة القضايا الاجتماعية كشباب الجزائري مذكرة مكملة لنيل شهادة ليسانس في علوم الإعلام والاتصال لتخصص اتصال جامعة المسيلة لسنة الجامعية 2013-2014. تهدف هذه الدراسة إلى الكشف عن مدى مساهمة مواقع شبكات التواصل الاجتماعي في التعبير عن قضايا الشباب الجزائري من خلال دراسة عينة من مستخدمين موقع الفايسبوك في الجزائر وقد تم الاعتماد على أداة الاستبيان لجميع البيانات من الباحثين حيث تم تقسيم الاستمارة وتكوين العينة من 64 مبحوثا من الشباب الجامعي من مستخدمين الفايسبوك بجامعة المسيلة في قسم علوم الإعلام والاتصال. وأظهرت النتائج الدراسة بأن أغلبية الشباب يساندون قضايا في مجتمعهم عبر الفايسبوك بنسبة فاقت نصف العينة وتبين نتائج الدراسة بأن قضايا المطروحة قد لاقت صدى من أفراد المجتمع المحيط بالبحوثين.

## 4. دراسة بن صغير سميحة- بوغرارة إيمان بعنوان:

دور مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على الرأي العام دراسة حالة على طلبة الماستر بجامعة المسيلة مذكرة لنيل شهادة ليسانس في علوم الإعلام والاتصال تخصص اتصال جامعة المسيلة السنة الجامعية 2012-2013.

أجريت هذه الدراسة على العينة من طلبة الماستر بجامعة المسيلة تخصص إعلام واتصال وعلوم السياسة حيث هدفت هذه الدراسة إلى معرفة مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في آراء الطلاب وأفكارهم ومدى استخداماتهم لهذه المواقع ، كما هدفت أيضا إلى إبراز الدور الذي تقوم به مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام اعتمدت على المنهج المسحي الوصفي في تحديد 50 طالبا تم الاعتماد على الاستمارة كأداة لجمع البيانات الخاصة بالدراسة واعتمدت على الملاحظة لمشاهدة الظاهرة محل الدراسة وتوصلت إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي تحظى باهتمام كبير من رواد الانترنت في مختلف أنحاء العالم حيث أصبحت مكان التداول القضايا السياسية والاجتماعية ومناقشة الأفكار والرأى وأثناء الصدقات بأنواعها كذلك مجالا لتحقيق المصالح الشخصية.

## 5. دراسة بلبالي مصطفى بعنوان:

تأثير شبكات التواصل الاجتماعي كوسيط لنشر المحتوى الصحفي على ممارسة الصحيفة دراسة وصفية على عينة من الصحفيين الجزائريين مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال جامعة المسيلة لسنة الجامعية سبتمبر 2013.

تهدف إلى معرفة طرق تداول المعلومات والأخبار داخل الصحيفة وخارجها بعد استخدام شبكات التواصل الاجتماعي كونها مطلوبة في الوقت الحالي ومدى الحاجة إلى التطورات المؤسسات الصحافة المكتوبة والمنهج المتبع هو المنهج المسحي يهدف إلى إعطاء صورة عن ظاهرة أو موضوع البحث والدراسة كما تهدف أيضا لتعرف ومعالجة الظاهرة في الحاضر و..... والماضي ما يجعله أكثر ملائمة لدراسة ثم استخدام أداة الاستبيان عدد العينة 60 استمارة استبانته على الصحفيين في الصحافة الخاصة والصحافة العمومية صحيفة الشروق اليومية الشعبي كنموذج وتوصل إلى أن نشر محتوى الصحيفة على مواقع التواصل يمكن الصحيفة من حصر ومعرفة عدد القراء والجمهور الذين يتابعون الصحيفة من خلال شبكات التواصل لتحديد طبيعة ووضعيتها الاشهارات والإعلانات في الصحيفة وهو ما يعطي لصحيفة فرصة الاستثمار في هذا المجال والذي يعتبر من ضمن الأولويات أي صحيفة.

## مقدمة

إن ما جاءت به التكنولوجيا الحديثة للإعلام و الاتصال قد فتح أفقا جديدة و احدث تغيرات عميقة في مختلف جوانب الحياة الإنسانية،الثقافية،الفكرية والاجتماعية، كما اثر بشكل كبير على كافة أنماط الاتصال الإنساني حيث فتح مجالا أوسع ويشير مفهوم تكنولوجيا الاتصال إلى التجهيزات والوسائل التي اكتشفتها أو اخترعتها البشرية لجمع وإنتاج وبث ونقل واستقبال وعرض المعلومات الاتصالية بين المجتمعات والافراد،ولقد استطاع التطور المذهل في حقول تكنولوجيا الاتصال ان يتيح لها الارتباط بكافة مجالات الأنشطة الإنسانية فأصبحت جزءا مهما في الحياة اليومية للأشخاص، وتعتبر الانترنت من بين أكثر مظاهر تكنولوجيا الاتصال الحديثة تجليا والتي نجحت الي حد كبير في فتح فرص جديدة أمام الأفراد للتفاعل ونقل همومهم و مشاكلهم من خلال بناء علاقات اجتماعية افتراضية تنتهي عند حدود الشاشة .

أن كل من يتأمل التطورات التي ظهرت على الحياة الاجتماعية بفعل التكنولوجيا الحديثة للاتصال لابد

له أن يلاحظ التغير الكبير في العلاقات الاجتماعية في مجتمعنا فمما لاشك فيه ان العلاقات الاجتماعية قد تأثرت بطريقة التطورات الهائلة المتتالية التي حدثت في المجتمعات في ظل العولمة، وبدل الاتصال وجها لوجه دخل الاتصال الوسيط على الخط الذي تغلغل، في كل منحنى من مناحي الحياة ليتحول الشخص إلى فرد افتراضي يتفاعل ضمن مجتمع افتراضي، وأصبح لهذا النوع من الاتصالات دورا فاعلا في مختلف المجتمعات حيث سهل التواصل بين الأفراد، غير انه طرح من جهة أخرى العديد من القضايا حول إلغاء بعض لغات الاتصال المواجهي مثل تعابير الوجه والإيماءات وغيرها من طرق الاتصال التي عرفتها الإنسانية منذ آلاف السنين، ومع ظهور الجيل الثاني للإنترنت الذي اتاح إمكانيات جديدة في الاتصال عبر الشبكة من خلال مواقع التواصل الاجتماعي و يظهر الدور الكبير لهذه المواقع من خلال بناء العلاقات ومن بينها موقع توتير فيس بوك ما ي سيس وغيرها ويأتي موقع الفيس بوك في الصدارة نظرا لنجاحه الكبير في دعم فكرة التواصل مع الأصدقاء والحفاظ على العلاقات بين الطلبة،وهي الفكرة التي انطلق منها الموقع في البداية والتي تعتبر أسهل وسائل الاتصال للانتقاء من كل الفئات الاجتماعية حتى يتعاملوا مع بعضهم البعض فيؤثر فيهم ويتأثر بهم وليس ثمة سبيل إلى هذا التفاعل إلا عن طريق العملية الاتصالية كنشر الشائعات غالبا والتي تعتبر تلك الأحاديث والأقويل والإخبار والروايات يتبادلها الطلبة فيما بينهم ويتناقلونها دون إثبات صحتها ويميل الكثير منهم إلى تصديق ما يسمعون ثم يؤخذون في ترديده ونقله وقد يضيفون إليه بعض التفاصيل الجديدة ونظرا لخطورة هذه الظاهرة حيث أصبحت تهدد

مصداقية هذه المواقع جعلتنا ننظر بجدية إلى الظاهرة وتأثيرها على المواقع وهذا ما أسعى إليه للمناقشة من خلال هذه الدراسة التي تضمنت مقدمة وقسمين، نظري وميداني بالإضافة إلى الخاتمة حيث اشتمل القسم النظري على ثلاثة فصول تناول الفصل الأول الإطار المنهجي و النظري للدراسة حيث قمت في الجانب المنهجي بتحديد إشكالية الدراسة وتساؤلاتها إلى جانب مفاهيم الدراسة أسبابها أهميتها وأهدافها وكذا عرض الدراسات السابقة ومناقشتها ، كما قمت بعرض المنهجية المتبعة في هذه الدراسة من حيث المنهج وأدوات جمع البيانات والعينة المختارة وتناول الإطار النظري نظرية الاستخدامات والإشباع كالنظرية استندنا عليها في هذه الدراسة من تراكم معرفي حاصل باعتبارها من أهم النظريات المستخدمة في دراسات الإعلام الجديد.

وتعرضت في الفصل الثاني لمواقع التواصل الاجتماعي حيث قدمت فيه لتعريفات لشبكات التواصل الاجتماعي نشأتها وكذا خصائصها إلى جانب التعرض لأهم شبكات التواصل الاجتماعي واستخداماتها التي تثيرها متمثلة في الخصوصية الهوية الافتراضية أما الفصل الثالث فتطرق فيه لتعريف الإشاعة نشأتها وتطورها وأهم خصائصها أنواعها وعلاقتها بالرأي العام واثارها وعوامل انتشارها وسبل مقاومتها والعوامل المؤثرة فيها واشتمل الاطار التطبيقي للدراسة ، في فصل واحد تناولت فيه تحليل وتفسير اجابات المبحوثين حول محاور الاستمارة.

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

(( يَرْفَعُ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا

الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ ))

الذبيحة العظيمة

سورة المجادلة : آية 11

فقرين

المحتويات

# الفصل التمهيدي :

## الاطار المنهجي للدراسة

1. إشكالية الدراسة.
2. تساؤلات الدراسة.
3. أسباب اختيار الموضوع.
4. أهداف الدراسة.
5. مجال وحدود الدراسة.
6. المدخل النظري.
7. منهج الدراسة.
8. عينة الدراسة.
9. أدوات الدراسة.
10. إشكالية الدراسة.

# الفصل الثاني :

## شبكات التواصل الاجتماعي

تمهيد

1. تعريف شبكات التواصل الاجتماعي.
2. نشأة وتطور شبكات التواصل الاجتماعي.
3. خصائص شبكات التواصل الاجتماعي.
4. أنواع شبكات التواصل الاجتماعي.
5. أشهر شبكات التواصل الاجتماعي.

# الفصل الثالث :

## الإشاعة

تمهيد

1. مفهوم الإشاعة.
2. نشأتها الإشاعة وتطورها وأهم خصائصها.
3. أنواع الإشاعة .
4. مراحل تكوين الإشاعة.
5. عوامل انتشارها وأهدافها
6. آثار الإشاعة وتحليلها
7. مقاومة الإشاعة
8. العوامل المؤثرة فيها.

# الفصل الرابع :

## الجانب التطبيقي

تمهيد

1. تحليل الجداول كميًا وكيفيًا

2. النتائج العامة للدراسة

قائمة

المراجع

قائمة

الملاحق

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ  
مَنْ كَانَ يَوْمَئِذٍ  
مُتَّقًا

## تمهيد:

ان الإنسان ذو طبيعة اتصالية هكذا خلقه الله تعالى وهو يقوم طبقا لهذه الحقيقة بعملية اتصالية مستمرة ومكان له ان يعيش ويواصل مسيرته الحياتية بدون اتصال وبدون تلقي وارسال المعلومات وهي التي فرضت كل ذلك وجعلته يأتي بكل جديد ويجعل من الاتصال اساس لوجوده .

و مما لاشك فيه أن التطورات الهائل في تكنولوجيا الاتصال الحديثة غير أنماط كثيرة في حياة الناس بعد مساهمة هذه الاخيرة في الكثير من القضايا التي تربط حتى العلاقات الإنسانية، فتكنولوجيا الانترنت الذي قلب الكثير من المفاهيم وأتاح العديد من الخدمات وذلك من خلال وسائله المتنوعة التي تأتي في مقدمتها مواقع التواصل الاجتماعي عبر الانترنت، وهي ظاهرة برزت خلال السنوات القليلة الماضية وتطورت منذ بداية ظهورها إلى يومنا هذا لتصبح من أكثر المواقع استخداما عبر الانترنت، حيث تحولت إلى بديل عن مختلف النشاطات التقليدية الماضية من خلال تفاعل عدد كبير جدا من المستخدمين فأصبح الطلبة يقضون وقتا كبير مع آخرين يبادونهم نفس الاهتمام ويشاركونهم نفس القضايا ومع هذا التزايد الملموس في استخدام هذه المواقع من مختلف الفئات وتعددت وتنوعت مقدمة بذلك عدداً هائلاً من الخدمات التي تتنوع من موقع إلى آخر فظهر موقع ( ماي سبيس) فيس بوك يوتيوب.....الخ.

هذا التطور وإن كان يعبر عن تكنولوجيا الاتصال فقد قدمت العديد من الإيجابيات للمستخدم والتي شملت مجموعة الخصائص والمميزات فإنه أيضا يتبع العديد من الاستخدامات للطلبة كالتواصل مع الأصدقاء والتعبير بكل الحرية عن انشغالاتهم ومشاكلهم..

## 1- تعريف شبكة التواصل الاجتماعي.

تتميز شبكة الانترنت بوجود عدة خدمات التي تشمل علي المشتركين للاستفادة منها في مجالات واسعة حيث تتيح الشبكة عددا من الخيارات.

لقد شهدت مواقع التواصل الاجتماعي على الانترنت انتشار واسعاً خلال السنوات الاخيرة وتعددت وتنوعت محاولة تقديم العديد من الخدمات وتحقيق مختلف الإشباعات ويأتي في مقدمتها موقع فيسبوك وتوتير وغيرها. ما هي شبكة التواصل:

هناك عدة تعاريف للباحثين لشبكات التواصل الاجتماعي حيث يعرفها موقع ويكيبيديا : تصنف تلك المواقع ضمن مواقع الجيل الثاني للويب (ويب20) وتسمى مواقع الشبكات الاجتماعية تقوم على المستخدمين بدرجة الأولى وإتاحة التواصل بينهم سواء أكانوا أصدقاء تعرفهم على ارض الواقع وكانوا أصدقاء تعرفهم على ارض الواقع، وكانوا أصدقاء عرفتهم في العالم الافتراضي<sup>1</sup>.

ويعرفها بالاس" على أنها برنامج يستخدم لبناء مجتمعات على شبكة الانترنت أين يمكن للأفراد أن يتصلوا بعضهم البعض للعديد من الاسباب المتنوعة بالمثل يعرف بريس و مالوني مواقع شبكات الانترنت الاجتماعية على أنها مكان يلتقي فيه الناس للأهداف محدودة وهي موجهة من طرف سياسات تتضمن عدد من القواعد والمعايير التي يقترحها البرنامج<sup>2</sup>.

وتعرف بأنها تركيبة اجتماعية إلكترونية من أفراد وجماعات أو مؤسسات وتم تسمية الجزء التكويني الأساسي ( مثل الفرد الواحد) باسم العقد node بحيث يتم إيصال العقد بأنواع مختلفة من العلاقات لتشجيع فريق معين أو الانتماء شركة ما أو حمل جنسية بلد ما في العالم وقد فصل هذه العلاقات لدرجات أكثر عمقا كطبيعة الوضع الاجتماعي أو المعتقدات الطبقة التي تنتمي إليها الشخص.

وتعرفها هبة محمد خليفة بأنها: شبكة مواقع فعالة جداً في تسهيل الحياة الاجتماعية بين مجموعة من المعارف والأصدقاء كما تمكن الأصدقاء القدامى من الاتصال بعضهم البعض وبعد سنوات طوال تمكنهم أيضاً من التواصل المرئي والصوتي وتبادل الصور وغيرها من الإمكانيات التي توطن العلاقة الاجتماعية بينهم<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> على خليل شقرة: الإعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي ، الأردن ، دار أسامة، ط1، 2014، ص59

<sup>2</sup> بھيجة زغدودي- فارق قطوم نصر الدين حمادي: دور الشبكات التواصل الاجتماعي في خدمة القضايا الاجتماعية لشباب الجزائري، مذكرة مكملة لنيل شهادة ليسانس تخصص اتصال جامعة المسيلة 2013-2014

<sup>3</sup> على خليل ، شقرة الإعلام الجديد ، المرجع السابق، ص59.

وتسهل هذه المواقع عبر صفحات الويب التفاعل النشط بين الأعضاء المشتركين في هذه الشبكة الاجتماعية الموجودة بالفعل على الانترنت وتهدف إلى توفير مختلف وسائل الاهتمام والتي بشأنها أن تساعد على التفاعل بين الأعضاء بعضهم البعض ويمكن أن تشمل هذه الاخيرة ( المميزات الفورية - الفيديو - الدردشة - تبادل الملفات - مجموعات النقاش البريد الالكتروني - المدونات ) وتقوم الفكرة الرئيسية لمواقع التواصل الاجتماعي على جمع البيانات للأعضاء المشتركين في الشبكة ويتم نشر هذه البيانات علنا على الشبكة حتى يتجمع الأعضاء ذو المصالح المشتركة وتمكنهم أيضا من التواصل المرئي والصوتي وتبادل الصور وغيرها من الإمكانيات التي توصل العلاقة الاجتماعية بينهم .

وفي تعريف آخر تعرف الشبكات الاجتماعية على أنها عبارة تستخدم الوصف أي موقع على الشبكة العنكبوتية يتبع لمستخدمه وضع صفحة شخصية عامة معروضة ويتيح إمكانية تكوين العلاقات شخصية مع المستخدمين الآخرين الذين يقومون بالدخول على تلك الصفحة الشخصية ، ومواقع الشبكات الاجتماعية يمكن أن تستخدم لوصف المواقع ذات الطابع الاجتماعي ، مجموعات النقاش الحي غرف الدردشة وغيرها من المواقع الاجتماعية الحية ويوجد حاليا أكثر من 400 موقع<sup>1</sup>.

## 2- نشأة وتطور شبكات التواصل الاجتماعي

نشأة شبكات التواصل عام 1995 حيث ظهرت شبكة classmatesh com. والتي أسسها رنواي كونرادزويلج عدد مستخدميها خمسون مليوناً في الولايات المتحدة وكندا وينتمون إلى 200 ألف مؤسسة تعليمية تمثل جميع مراحل التعليم من الحضانه وحتى الجامعة وحصلت نقلة كبيرة جداً في الشبكات التواصل عام 2005 حيث ظهر موقع ماي سبيس الأمريكي وفي نفس العام ظهر موقع الفيس بوك والذي يتفوق على المواقع الاخرى حيث بلغ عدد مستخدمة 400 مليون شخصاً في العالم وقد هدف مارك جزكربيرج " صاحب فكرة الفيس بوك" من تصميم هذا الموقع أن تكون ملتقى يجمع كافة زملائه في جامعة هار فارد الأمريكية بحيث يستطيعون من خلاله تبادل الآراء والأفكار والصور وبعد الزواج الذي لقيته هذا المواقع في جامعة هار فارد ثم تطوير استخداماته بحيث يسمع لكل من يريد استخدامه أياً كان موقعه، مما مكن ملايين البشر في كافة البلدان من استخدام هذا الموقع<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> بھيجة زغودوي- فارق قطوم نصر الدين حمادي: دور الشبكات التواصل الاجتماعي في خدمة القضايا الاجتماعية لشباب الجزائر.

<sup>2</sup> على خليل شقرة الإعلام الجديد المرجع السابق ص 58.

والشبكات الاجتماعية مواقع انتشرت في السنوات الاخيرة بشكل كبير جداً ولازال انتشارها مستمر وهي تقدم خدمة التواصل بين الأعضاء المنتسبين لها حتى المستخدمون لها بالمجتمع الافتراضي الذي يجمع بين كافة المستخدمين هذه المواقع رغم اختلاف الجنس والدين واللغة والثقافة.

وتطور الشبكات الاجتماعية تجدر الإشارة إلى مرحلتين أساسيتين هي المرحلة الأولى الجيل الأول للويب 1.0 و web شبكة المعلومات الموجهة الأولى التي وفرها عدد قليل من الناس لعدد كبير جداً من المستخدمين تتكون أساساً من صفحات ويب ثابتة وتتبع مجال صغير للتفاعل ، ويمكن وصف هذه المرحلة بالمرحلة التأسيسية لشبكات التواصل الاجتماعي وهي المرحلة التي ظهرت مع الجيل الأول للويب 1.0 ومن أبرز الشبكات التي تكونت في هذه المرحلة شبكة موقع سسيكس دقريز الذي منح للأفراد المتنازعين في إطار طرح لمحات عن حياتهم وإدراج أصدقائهم وقد حقق هذا الموقع عام 2000 وهناك مواقع أخرى (كلاس مايت) ولايف جورنال وموقعها كايورلد ) مع أنها وفرت بعض الخدمات الشبكات الاجتماعية الحالية إلا أنها تستطيع أن تدر ربحاً علو مؤسسيها ولم يكتب لكثير منها البقاء<sup>1</sup>.

### المرحلة الثانية:

يشير 2.0 إلى مجموعة من التطبيقات على الويب ( المدونات ) مواقع المشاركة الوسائط المتعددة ، وغيرها....الخ، اهتمت بتطوير المجتمعات الافتراضية مركزة على درجة كبيرة من التفاعل والاندماج والتعاون. ولقد ارتبطت هذه المرحلة بشكل أساسي بتطوير خدمات شبكة الانترنت وتغير مرحلة اكتمال الشبكات الاجتماعية ويمكن أن تؤرخ لهذه المرحلة بانطلاقه موقع - ماي سبيس- وهو موقع أمريكي المشهور ثم موقع الفيس بوك وتشهد هذه المرحلة الثانية من تطورات الشبكات الاجتماعية على إقبال المتزايد من قبل المستخدمين لمواقع شبكات العالمية ويتناسب ذلك الإقبال المتزايد مع تزايد المستخدمين الانترنت على مستوى العالم<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> بهيجة زغدودي، فارق قطوم نصر الدين حمادي: دور الشبكات التواصل الاجتماعي في خدمة القضايا الاجتماعية لشباب الجزائري ،المرجع السابق ص 37.

<sup>2</sup> بهيجة زغدودي، فارق قطوم نصر الدين حمادي، المرجع السابق ،ص 38.

### 3- خصائص شبكات التواصل الاجتماعي:

تشير الشبكات الاجتماعية في خصائص أساسية بينما تمتاز بعضها البعض عن الأخر بمميزات تفرضها طبيعة الشبكة ومستخدميها أبرز تلك الخصائص:

#### 1. الأصدقاء العلاقات:

وهم بمثابة الأشخاص الذين يتعرفون عليهم الشخص لغرض معين الشبكات الاجتماعية تطلق مسمى " صديق " على هذا الشخص المضاف "اتصال أو علاقة " على هذا الشخص المضاف لقائمتك.

#### 2. إرسال الرسائل:

وتتبع هذه الخاصية إمكانية إرسال رسالة مباشرة للشخص، سواء كان في قائمة الأصدقاء لديك أو لم يكن.

#### 3. ألبومات الصور:

تتبع الشبكات الاجتماعية لمستخدميها إنشاء عدد لا نهائي من ألبومات ورفع مئات الصور فيها إتاحة مشاركة هذه الصور مع الأصدقاء للاطلاع والتعلق حولها<sup>1</sup>.

#### 4. الصفحات:

ابتدعت هذه الفكرة الفيس بوك واستخداماتها تجاريا بطريقة فعالة حيث تعمل على إنشاء حملات إعلامية موجهة تتيح للأصحاب المنتجات التجارية أو الفعاليات توجيه صفحاتهم وإظهار لفئة يحددها من المستخدمين وتقوم الفيس بوك باستقطاع مبلغ من كل نقرة يتم الوصول لها قبل أي مستخدم قام بالنقر على الإعلان.

#### 5. إمكانية إنشاء ملف:

هذه الخاصية توفر للمستخدم في الموقع عمل ملف خاص به يحتوي على جمع البيانات التي قام بإدخالها عند تسجيله الدخول على موقع اسمه ووظيفة وتاريخ ميلاده حالته الاجتماعية ويمكن استغلال هذا الملف في تشرذم ذكرياته الخاصة وصورة وتعليقاته وكل ما يدور في ذهنه بشكل مستمر بدون حدود وهذا الملف يمكن لأي أشخاص متواصلون معهم الاطلاع بسهولة عليهم من جانب بعضهم البعض فهو منشور من خلال مواقع الشبكة الاجتماعية وهذا بعد بطاقة شخصية للمستخدم مع إضافة مقاطع فيديو لحالته وصورة الخاصة وهو بمثابة مدونة بسيطة<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> داودي شايحة ، المرجع السابق ، ص 69.

<sup>2</sup> داودي شايحة ، المرجع السابق، ص 69.

## 6. سهولة الاستخدام:

من بين الأمور التي ساعدت بشكل كبير إنشاء الشبكات الاجتماعية هي بساطتها لذا فإن لأي شخص يملك مهارات أساسية للإنترنت يمكنه خلق وتسيير موقع شبكة اجتماعية فمن قبل كان بإمكان الأشخاص الحصول على تواجد غير الشبكة من خلال الحصول على صفحات شخصية ولكن المشكل كان صعوبة خلق هذه الصفحات وتطويرها واستضافة الموقع غالبا ما يحتمل تكاليف في حين أن الشبكات الاجتماعية مجانية ومفتوحة أمام الجميع فأغلبيتها تتيح للأشخاص التسجيل فيها في الوقت الذي يتم فيه مواقع أخرى من خلال إرسال دعوة من طرف أعضاء سابقين في الموقع<sup>1</sup>.

## 7. الاهتمام:

هي الشبكات تبين من خلال مصلحة مشتركة مثل اللعب ، الموسيقى سوق المال، السياسة، الصفحة، والشؤون الخارجية وغيرها.

## 8. التفاعلية:

لقد سعت مواقع التواصل الاجتماعي منذ بداية ظهورها إلى تجسيد التفاعلية بين أفرادها لضمان الاستمرارية والتطور.

## 9. التعريف بالذات:

الخطوات الأولى للدخول إلى الشبكات الاجتماعية هي إنشاء صفحة معلومات شخصية التي يضعها المستخدم ويطورها ويقوم من خلالها بالتعريف بنفسه من خلال النص والصورة ، الموسيقى الفيديوهات وغيرها من الوظائف الأخرى كما تسمح هذه المواقع للأشخاص بتعبئة وتنظيم علاقاتهم الاجتماعية وصفاتهم الشخصية بالطريقة التي يجب أصدقائهم رؤيتها.

## 10. التحكم في المحتوى المعروض:

عندما تدخل أي موقع إلكتروني عادي فإن أول ما سيظهر لك في صفحات الموقع هو ما يريده أصحاب الموقع أن تظهر للجميع، أصحاب الموقع هم من يتحكمون في المحتوى وأنت ما عليك إلا الإذعان والتسليم أو مغادرة الموقع إذا كان المحتوى لا يعجبك هذه في حالة المواقع العادية.

<sup>1</sup> بحيجة زغدودي، فاروق فطوم، نصر الدين حمادين، المرجع السابق، ص 42.

11. خاصية صور الألبومات :

كما سبق ذكر هذه الخاصية تتبع إمكانية إعداد البوم للصورة الخاصة به كما يستعرض من خلالها صورة أصدقائه المضافين لديه وصورة عائلته ومناسباته الخاصة أو العامة.

12. خاصية :

وهذه الخاصية توفر للمشارك تحمل الفيديوهات الخاصة به ومشاركتها على هذا الموقع بالإضافة إلى إمكانية تسجيل. فيديو مباشرة وإرسال كرسالة مرئية ( الصوت والصورة).

13. خاصية المجموعات:

هذه الخاصية هي أساس العمل الجماعي على الشبكات الاجتماعية حيث تتبع جميع الشبكات الاجتماعية بإمكانية إعداد مجموعة اهتمام لها هدف يجمعها وغرض متقدم خدمات ما على المستوى الشبكة وهذه الصفة قد يجعلها أصحابها قاصرة على بعض الأفراد وقد تكون عامة للجميع حيث يمكن مثلاً لعائلة لأكملها عمل مجموعة على موقع من مواقع التواصل الاجتماعي وتغلقها ولا تتبع أي فرد<sup>1</sup>.

غريب عنهم الدخول والاشتراك في هذه المجموعة ويمكن أيضا أن تجعل هذه المجموعات العامة وتستقبل عضوية أي شخص مشترك على موقع الشبكة وهذه الخاصية تتبع مشاركة الأفكار وعند ..... حوارية تفاعلية مستمرة بين الأعضاء في أي وقت وأخبار باقي أعضاء المجموعة الغير متصلين حين اتصالحهم بما حدث تطوير وتفاعلات وغيرها وهذه الخاصية أيضا يمكنها استخدام خاصية الفيديو والصورة السالف التحدث عنها، ويمكنها أيضا إعداد مجموعات حول كل خدمة من خدمات المعلومات التي تقدمها تتضمن شرح تلك الخدمة وطرق الحصول عليها و اقتراحات تطويرها كما يمكن أن تقوم بإعداد مجموعة منفصلة لكل فئة من فئات المستخدمين كما تقوم بإنشاء مجموعة خاصة بالأطفال تعرض خلالها الخدمات والوسائل التي توفرها لهم أو أن تقوم بإعداد مجموعة خاصة بكبار السن وذو الاحتياجات الخاصة ..... الخ.

14. خاصية الأحداث الهامة:

وهذه الخاصية تتبع للمشاركين إمكانية الإعلان عن حدث ما جار حدوثه وأخبار الأصدقاء والأعضاء به.

15. خاصية الإعلان:

تلك تمكن من الإعلان عن أرى منتج تود الإعلان عنه أو البحث عن أي منتج ترغب في شرائه<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> داودي شايحة، المرجع السابق، ص 70.

<sup>2</sup> داودي شايحة، المرجع السابق، ص 70.

## 4- أنواع الشبكات الاجتماعية:

وهناك الآلاف من مواقع الشبكات الاجتماعية التي تعمل على الصعيد العالمي وهناك الشبكات الاجتماعية الصغيرة التي طرحت تناسب القطاعات لمهمشة في المجتمع في حين هناك شبكات تخدم وحدة جغرافية للمجتمع وهناك بعض الشبكات تستخدم واجهة الاستخدام بينما البعض الآخر أكثر جزء في الاستخدام التكنولوجيا الحديثة والقدرات الإبداعية:

## ❖ نوع أساسي:

وهذا النوع يتكون من ملفات شخصية للمستخدمين وخدمات عامة مثل المراسلات الشخصية ومشاركة الصور والملفات الصوتية والمرئية والروابط والنصوص والمعلومات بناء على تصنيفات محددة مرتبطة بالدراسة او العمل أو النطاق الجغرافي مثل موقع فيس بوك وماي سبيس وهلي فايف.

## ❖ مرتبط بالعمل:

وهو نوع من أنواع الشبكات الاجتماعية الأكثر أهمية وهي ترتبط أصدقاء العمل بشكل احترافي وأصحاب العمال والشركات وتتضمن ملفات شخصية للمستخدمين تتضمن سيرتهم الذاتية وما قاموا في سنوات دراستهم وعملهم ومن قاموا بالعمل معهم.<sup>1</sup>

## ❖ مميزات إضافية:

هناك بعض الشبكات الاجتماعية توفر مميزات أخرى مثل التدوين المصغر مثل موقع تنوير وبلاك والشبكات الجغرافية مثل موقع برايت كايث.

## ❖ الشبكات الاجتماعية والأعمال:

لا تتوقف الشبكات الاجتماعية فقط عند الربط بين الأصدقاء والأشخاص بل هناك شبكات تجمع صناع العمال وأصحاب الشركات والعاملين بها والمثال الأشهر على ذلك موقع لنكر وان الذي جمع أكثر من 20 مليون مستخدم وأكثر من 150 حرفة مختلفة ومن خلال تلك الشبكات يمكن للمستخدم كتابة سيرة ذاتية في مجال تعليمه وعمله ويمكن أن تدعوا أصدقاءه لتكوينه للأشخاص آخرين لبدء مجالات عمل جديدة فيما بينهم بذلك فتلك الشبكات تعتبر من المجالات التي تتسم بمستقبل كبير بعيداً على صراع الشبكات الاجتماعية الكبيرة.

وهناك تصنيف آخر لشبكات التواصل الاجتماعي:

<sup>1</sup> داودي شايحة، المرجع السابق، ص 72.

❖ شبكات شخصية أو محلية خاصة بأشخاص معينين.

❖ شبكات خاصة بفئات موضوعية معقدة.

❖ شبكات مهنية<sup>1</sup>.

❖ الشبكات الشخصية :

وهنا يتواجد شخص فقط لتبادل معلوماته شخصية مع أصدقائه ومثال على ذلك موقع nearby الذي يتيح لك وللأصدقاء طرح وتشير الأحداث والمناسبات الاجتماعية وربطها بزمان وذلك حفظاً لذكريات. وكذلك موقع tributes والذي يعد فريداً من نوعه فهو شبكة اجتماعية خاصة بالموات حيث أن الموقع هو عبارة عن جريدة تعني كبيرة يتمكن من خلالها المستخدمون من كتابة تعني للأحبائهم وأقاربهم المتوفين.

❖ الشبكات الثقافية:

شبكات الاجتماعية الثقافية تعد ثورة معلوماتية حيث تستقطب مستخدمين مثقفين من كل أنحاء العالم ومثال على ذلك imedix وهو خاص بكل شخص يريد الحدث عن الصفحة.

❖ الشبكات الاجتماعية المهنية:

وهو نوع من الشبكات الاجتماعية الأكثر أهمية فهي ترتبط أصدقاء العمل وأصحاب العمال والشركات كما تتضمن أيضاً ملفات شخصية للمستخدمين تحتوي على سيرتهم الذاتية وما قاموا به في السنوات دراستهم وعملهم ومن قام بالعمل معهم ومن أشهرها موقع linkedln الذي يعد مقر للعديد من الشركات التوظيف.

شبكات التواصل العربية:

من أشهر الشبكات الاجتماعية العربية هي الشبكة الاجتماعية العربية ( عربيز ) وكانت مخصصة للعرب في ألمانيا ومن أشهرها.

✓ شبكة و ت و ت : وهو شبكة اجتماعية لتدوين وهو موقع عربي أردني. شبكة مكتوب من أشهر الشبكات الاجتماعية العربية موقع أصحابها مكتوب دوت كوم ashab-maktoob.com وهي خدمة التشبيك الاجتماعي المقدمة من المواقع العربي الشهيرة " مكتوب " وموقع أصحاب مكتوب هو موقع اجتماعي يعمل على خدمات مثل :البحث عن أصحاب وتكوين صداقات ورفع ملفات الفيديو والصور ومشاركتها مع الأصدقاء.

✓ شبكة مكة دوت كوم وشبكة جيران وشبكة فيرينداوي شبكة عرب كرنش ت.

<sup>1</sup> نفس المرجع ، ص 72.

✓ اليوتيوب النقي وهو موقع يعمل على نشر ومشاركة مقاطع الفيديو الخالية من المحاذير الشرعية بين أعضائها مكونا شبكة اجتماعية عربية - مجتمع نقاء- بمشاهدة الفيديوهات المحلية من قبل الأعضاء وهو يقوم ب جلب مقاطع الفيديو من موقع يوتيوب نفسه<sup>1</sup>.

## 5- أشهر شبكات التواصل الاجتماعي :

### 5-1- الفيس بوك:

تعريف الفيس بوك: يعتبر موقع الفيس بوك واحد من أهم مواقع التشبيك الاجتماعي وهو لا يمثل منتدى اجتماعيا فقط وإنما أصبح قاعدة تكنولوجية سهلة بإمكان أي شخص أن يفعل بواسطتها ما يشاء أنشئ هذا الموقع عام 2004 على يد مارك زوكر برغ الذي كان طالبا في جامعة هارد فارد في حينه وسمي الفيس بوك على غرار ما كان يسمى بـ " كتب الوجوه" التي كانت تطبع وتوزع على الطلاب بهدف الإتاحة فرصة الفرصة لهم للتعرف والتواصل مع بعضهم البعض - خاصة بعد الانتهاء من الدراسة والتخرج حيث يتفرق الطلاب في شتى أنحاء العالم<sup>2</sup>.

ويعرف بأنه شبكة اجتماعية استأثرت بقبول وتجاوب كبير من الناس خصوصا من الشباب في جميع أنحاء العالم ، وهي لا تتعدى حدود مدونة شخصية في بداية نشأتها وكانت محصورة في بدايتها على طلبة ثم تحطت شهرتها حدود الجامعة<sup>3</sup>.

والفيس بوك بالإنجليزية: موقع ويب للتواصل الاجتماعي يمكن الدخول إليه مجانا وتدير شركة فيس بوك محدودة المسؤولية كملكية خاص بها، فالمستخدمون بإمكانهم الانضمام إلى الشبكات التي تنظمها المدينة أو الجهة العمل أو المدرسة أو الإقليم وذلك من أجل الاتصال بالآخرين والتفاعل معهم ، كذلك يمكن للمستخدمين إضافة أصدقاء إلى قائمة أصدقائهم وإرسال الرسائل إليهم وأيضا تحديث ملفاتهم الشخصية وتعريف الأصدقاء بأنفسهم<sup>4</sup>.

الفيس بوك يعني كتاب الوجه أو ألبوم الصور فيه مميزات وضع الصور والفيديوهات وإنشاء تكتلات اجتماعية وهدفه بالدرجة الأولى هو تسهيل عملية الاتصال بين الناس ومن بين أشهر المواقع الاجتماعية في العالم في

<sup>1</sup> داودي شايحة ، المرجع السابق، ص74.

<sup>2</sup> شقرة على خليل ، المرجع السابق، ص 64.

<sup>3</sup> بلبال مصطفى تأثير شبكات التواصل الاجتماعي كوسيط نشر المحتوى الضمن على ممارسة الصحافة /دراسة وصفية على عينة من الصحافيين

الجزائريين مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر تخصص اتصال المسيلة ، 2013 ص 32.

<sup>4</sup> داودي شايحة ، المرجع السابق، ص75.

مواصفات تجعله أكثر المواقع استخداما للتسجيل للحصول على مدونة خاصة بك شكل موقع خاص بك وهو الذي سيتعامل به في إجراء الاتصالات ببساطة ويجعل الأصدقاء يتفاعلون مع جميع نشاطك<sup>1</sup>.

### نشأة وتطوير الفيس بوك:

يرجع تأسيس الفيس بوك لكل من "داستين موسكو فيتر" و"كرسي هيوز" عند ما كان طالبا في هر فرد كانت عضوية مختصرة كما ذكر آنفا في البداية على طلبة جامعة هارد فارد ولكنها امتدت بعد ذلك ليشمل كليات الأخرى لمدينة يوستن جامعة ايفريج وجامعة ستانفورد ثم اتسعت دائرة الموقع لتشمل أي طالب جامعي ثم طلبة مدارس الثانوية وأخيرا أي شخص يبلغ من العمر 13 عام فأكثر .

أما عن تاريخ انطلاق الموقع "الفيس بوك" كنتاج غير متوقع فايس ماشن بالانجليزية match face " التابع لجامعة هارفارد، وهذا موقع ثم نوع hotornot يعتمد على نشر الصورة بمجموعة من الأشخاص.

ثم اختار رواد الموقع لشخص أكثر جاذبية وقد قام "مارك زوكربيرج" الفيس ماتش في 28 أكتوبر من سنة 2003، عندما يرتاد جامعة "هارفرد" كطالب في السنة الثانية في هذه الأثناء كان زوكربيرج يقوم بإنشاء مدونة حول إحدى الفتيات ويحاول في التفكير في القيام بأمر ما يثنيه عن التفكير وفقا لما نشرته جريدة " هارفرد كريسسون" فإن موقع فايس ماتش استخدام صوراً مجمعة من دليل الصورة المتاح على الانترنت والخاص بطلبة المدينة الجامعية مع وضع صورتين بجانب بعضهما البعض وطلب من المستخدمين إلى اختيار الشخص الأكثر جاذبية<sup>2</sup>.

وكي يتمكن زوكربيرج من تأسيس الموقع فإنه لجأ إلى اختراق مناطق محمية في شبكة الحاسوب الخاصة بجامعة هارفارد وقام بنسخ صورة خاصة بالطلبة في السكن الجامعي أن مبادرة جامعة هار فرد باتخاذ إجراءات مضاد لذلك ربما يرجع للأسباب القانونية دون إدراك القيمة الحقيقية لذلك الانتهاك الذي ربما يحدث للعديد من الكليات الأخرى.

وورد ذلك على لسان مؤسس الموقع في مدونته الشخصية يستطرد قائلاً وكان هناك أمر واحد مؤكد هو أن ارتكبت حماقة عند ما أقدمت على إنشاء ذلك الموقع على كل حال أن أي شخص آخر كان سيقوم بذلك في

<sup>1</sup> مريم نزيان نومار : استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير، باتنة، جامعة الحاج لخضر 2011/2012، ص 55.

<sup>2</sup> بلبالي مصطفى، المرجع السابق، ص 32.

نهاية المر وسرعان ما تم توجيه الموقع إلى العديد من الوحدات الخاصة بالحرم الجامعي ولكن تم إغلاقه بعد بضعة أيام من قبل إدارة الجامعة بإتمام " زوكريج " حرق قانون الحماية وانتهاك حقوق التأليف والنشر<sup>1</sup>. وفي النصف الثاني من العام الدراسي نفسه قام زوكريج بتأسيس موقع على نطاق theface book وتحديدًا في 4 نوفمبر وقد أدى زوكريج بتصريح لجريدة هارفارد كريسون" قائلاً لقد كان الجميع يتحدثون عن دليل الصور العالمي المأخوذ من جامعة هارفرد أعتقد أنه من السخف أن تستغرق الجامعة عامين للقيام بمثل هذا العمل يمكنني أن تقوم بالأمر على نحو أفضل منهم بكثير وفي غضون أسبوع واحد فقط كانت عضوية الموقع قاصرة في بداية الأمر على الطلبة " زوكريج " أقدم كليات جامعة هارفرد وخلال الشهر الأول من إتاحة الموقع للاستخدام قام أكثر من نصف الطلبة الذين لم يتخرجوا بعد من الجامعة بالتسجيل في هذه الخدمة بعد فترة وجيزة انظم كل من إدوارد وسافرين " المدير التنفيذي للشركة وداستين موسكو فيتز " مبرمج " وأندر وماكولا " رسام جرافيك " وكريس إلى زوكريج مساعدته في تطوير الموقع وفي شهر مارس سنة 2004 فتح الفايسبوك أمام الجامعات ستانفورد وكوومبيا وبيل وبعد ذلك اتسع الموقع أكثر وفتح أبوابه أمام جميع كليات بوسطن وجامعة إيفي ليرج وشيئا فشيئا أصبح متاحا للعديد من الجامعات في كندا والولايات المتحدة الأمريكية وفي شهر يونيو من سنة 2004 تم نقل الفيس بوك إلى مدينة بالوالتو في ولاية كاليفورنيا وقد قامت الشركة بإسقاط كلمة the من اسمها بعد شراء اسم النطاق face book.com سنة 200 ألف دولار أمريكي<sup>2</sup>.

كما قام الفايسبوك بإصدار نسخة للمدارس الثانوية في سبتمبر في سنة 2005 وهو ما أشار إليه زوكريج بالخطوة المنطقية التالية فخلال هذه الفترة كانت شبكات المدارس الثانوية بحاجة إلى دعوة الانضمام إلى الموقع بعد ذلك أتاح الموقع الاشتراك الموظفين من العديد من الشركات ومن بينها شركة أبل المندمجة وشركة مايكرو سوفت وفي 26 سبتمبر 2006 فتح الموقع أبوابه أمام جميع الأفراد البالغين 13 سنة فأكثر والذين لديهم عنوان البريد الإلكتروني الصحيح وفي أكثر سنة 2008 ، أعلن القائمون على إدارة الفايسبوك أن اتخاذ مدينة دبلين عاصمة إيرلندا مقر دولتها<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> داودي شايحة، المرجع السابق، ص 77.

<sup>2</sup> بميجة زغدودي ، فاروق فطوم، نصر الدين حمادين، المرجع السابق، ص 48-49

<sup>3</sup> مريم نزيهان نومار، المرجع السابق، ص 59.

## 5-2- موقع التوتير.

وهو موقع من مواقع الشبكات الاجتماعية يقدم خدمة تدوين مصغرة ومر تدوين بعدد محدود من المدخلات بحد أقصى مائة وأربعين حرفاً فقط لرسالة الواحدة ويمكن إرسال هذه التحديثات مباشرة من توتيرا وعلى شكل رسائل SMS وهي رسائل نصية مختصرة ترسل عن طريق الهاتف النقال وظهر موقع توتير عام 2006 كمشروع بحثي قامت شركة obvious الأمريكية ثم أطلق رسمياً للمستخدمين في نفس العام<sup>1</sup>.

اسمه من مصطلح الذي يعني التغريد واتخذ من العصفور توتير رمزاً له وهو خدمة مصغرة تسمح للمغردين رسائل نصية قصيرة ويمكن لمن لديه حساب في موقع توتيران تبادل مع الأصدقاء تلك التغريدات من خلال ظهور من خلال ظهور على صفاتهم الشخصية أو في حالة دخولهم على صفحة المستخدم صاحب الرسالة. وتتيح شبكة توتير خدمة التدوين المصغر إمكانية الردود والتحديات عبر البريد الإلكتروني كذلك أهم الأحداث من خلال خدمة (RSS) عبر الرسائل النصية (SMS)<sup>2</sup>.

أو برامج محادثة الفورية أو التطبيقات التي يقدمها المطورون مثل: الفيس بوك وتظهر تلك التحديثات في صفحة المستخدم ويمكن للأصدقاء وقراءها مباشرة من صفحاتهم الرئيسية أو زيادة ملف المستخدم الشخصي وكذلك باستخدام أربعة أرقام خدمة تعمل في الولايات المتحدة الأمريكية وكندا والهند إضافة إلى الضغط الدولي والذي يمكن للجميع المستخدمين حول العالم والإرسال إليه في المملكة المتحدة يمكن للمستخدمين الاشتراك في توتير بشكل مباشر عن طريق الصفحة الرئيسية للموقع وبذلك يتكون لديهم ملف شخصي باسم الحساب حيث تظهر آخر التحديات حول السؤال ماذا تفعل الآن؟ والذي لا تتجاوز 140 حرفاً وبعد أن يقوم المستخدم بتحديث حالته ترسل التحديات إلى الأصدقاء<sup>3</sup>.

لم يتوقف الموقع عند اللغة الإنجليزية فقط ولكن في أبريل 2008 قام الموقع بإطلاق نسخته اليابانية وذلك لكثرة عدد المستخدمين في اليابان.

ونشاطهم البارز على الموقع ولقيت النسخة اليابانية استحساناً في اليابان وتفوقت بشكل أكبر على النسخة الإنجليزية حيث أصبح في الإمكان وضع إعلانات في النسخة اليابانية على عكس النسخة الإنجليزية التي لا تدعم

<sup>1</sup> شقرة على خليل، المرجع السابق، ص 75.

<sup>2</sup> داودي شابعة، المرجع السابق، ص 90

<sup>3</sup> بن صغير سميحة ، بوغرة إيمان ، دور مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على الرأي العام ، مذكرة مكملة لنيل شهادة لسانس المسيلة، 2013، ص 34.

نظام الإعلانات حتى الآن كما لا في تويتر استحسان الملايين من المستخدمين والعديد من الشركات العاملة في المجال والإعلام والانترنت وبالرغم من تكوين خدمات أخرى منافسة لتويتر إلا أن المستخدمين قد ارتبطوا بعلاقة وثيقة مع تويتر ترغمهم على استخدامه<sup>1</sup>.

### نشأة وتطوير التويتر:

يعود الظهور الأول لتويتر في 21 مارس 2006 وذلك تغريدة من مؤسس الموقع جاك دورزي والتي كانت بعبارة بسيطة بتنصيب تويتر " setting up twitter والتغريدة تعني ما كتب من وسائل في تويتر كموضوع وتسمى tweet وقام بإنشاء التويتر رفقة زميلي له هما بيزستون birstone وإيفان ويليامز .

تويتر هو موقع عنوانه twitter. Com تحت تصنيف شبكة اجتماعية مفهوم التدوين micra blog يستخدم الرسائل القصيرة وتخطي عدد مستخدمين التويتر أكثر من 200 مليون مشترك عن 1250 تغريدة في الثانية<sup>2</sup>.

سجلت أعلى ثالث رقم لها في منتصف العام 2011 بعدد 5106 تغريدة بالثانية بالحدث عن مقتل أسامة بن لادن تونامي اليابان ويبلغ عدد مستخدمي العرب 6 ملايين مستخدم الناشط منهم أقل من مليون ونصف مستخدم فقدر تغريد اتهم أكثر من 7 ملايين تغريدة شهريا من مصر فقط و أكثر من 5 ملايين شهريا من دولة الإمارات و 14 مليون شهريا من السعودية.

وقد أتيح هذا الموقع على بداية عام 2006 بصفته مشروعا تطويريا تابعا لشركة ( obirous ) الأمريكية في مدينة سان فرانسيسكو، وأتيح للعموم في تشرين الأول / أكتوبر من العام نفسه قبل أن تقوم الشركة بفصله عنها ليكون نشاطا خاص بشركة تابعة لها تحمل اسم (تويتر) في أبريل من عام 2007.

ومن الأمور اللافتة للنظر أن اللغة الإنجليزية التي كانت الوحيدة المستخدمة في خدمة التويتر قد تطورت ، حيث انه في عام 2008 ظهر الموقع باللغة اليابانية وتزايد بشكل بلغت عدد المستخدمين من المواطنين اليابانيين ، بحيث تفوق التويتر الياباني على التويتر الإنجليزية واستطاع اليابانيون تطوير نسختهم، وذلك من خلال إضافة الإعلانات إليها وهذا ما لم يكن متوفرة باللغة الإنجليزية ومن ثم تعدد لغات التويتر حتى وصلت في نهاية العام 2010 إلى سبع لغات هي : ( الإنجليزية ، الفرنسية ، الألمانية، الإيطالية، اليابانية ، الكورية) وحتى نهاية العام 2010 وصل عدد المغردين إلى أكثر من 200 مليون مغرد<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> بهيجة زغدودي ، فاروق قيطوم ، نصر الدين حمادي ، المرجع السابق ، ص 51.

<sup>2</sup> بهيجة زغدودي ، فاروق قيطوم ، نصر الدين حمادي ، المرجع السابق ، ص 51.

<sup>3</sup> مريم نزيهان نومار ، المرجع السابق، ص 60.

## 3-5- تعريف موقع اليوتيوب:

هو ظاهرة ثقافة عالمية اتصالية انطلقت منه عشرات الأفكار باستخدام كلمة tube مقترنة بالعديد من المسميات لمواقع فيديو دينية وسياسية.

تأسس هذا الموقع في بداية عام 2005 على يد ثلاثة موظفين سابقين في شركة باي بال وهؤلاء الموظفين هم تشاد هيرلي وشيق تشين وجاود كريم في مدينة سان برونوي ولاية كاليفورنيا في الولايات المتحدة الأمريكية حيث كان هيرلي وتسيف تشين بقومان بالنقاط صورة فيديو في أحد الاحتفالات في سان فرانسيسكو وبسبب صعوبة نشر هذه الصورة التفكير في إنشاء هذا الموقع ( يوتيوب) حيث أنشئ في موقع مؤقت.

## النشأة والتطور:

وقد تم إطلاق نسخة تجريبية منه في شهر أيام من عام 2005 وفي شهر تشرين ثاني من نفس العام تم إطلاق النسخة الرسمية منه .

وفي عام 2006 اشترت شركة جوجل هذا الموقع بحوالي مليار وستمائة وخمسون مليون دولار ويعتمد الموقع تقنية الأدي فلش لغرض مقاطع الفيديو المطلوبة والتي تضم أفلاماً مختلفة ثم التقاطها من قبل هواة أو محترفين إضافة إلى قطع موسيقية وقد انتشر استخدام هذا الموقع youtube انتشار مدخلا في شن بقاع العالم بسبب ميزة قصيرة مدة الفيديو على هذا الموقع مقابل المادة التلفزيونية الطويلة نسبياً والتي قد لا تتناسب مع السرعة التي هي سمة هذا العصر ، تأسيس اليوتيوب من قبل ثلاث موظفين كانوا يعملون في شركة (باي بال) عام 2005 في ولاية كاليفورنيا في الولايات المتحدة الأمريكية<sup>1</sup>.

يوتيوب هو حالياً ثالث أكثر المواقع شعبية بعديا هو جوجل في يونيو 2006 صرح المسئولون عن الموقع بأن عدد مشاهدة الأفلام من قبل الزوار ككل يصل إلى 100 مليون يومياً.

في شهر يناير 2008 فقط 79 مليون مستخدم شاهد أكثر من ثلاثة مليارات فلم ثم يتم رفع 13 ساعة تقريباً في كل دقيقة في مارس 2008 قدرت تكلفة الموقع بحوالي مليون دولار أمريكي يومياً ومن بين شروط الخدمة انه لا يسمح في يوتيوب وضع أفلام لها حقوق نشر المحفوظة من دون إذن صاحب العمل كما لا يسمح بوضع أفلام إباحية.

إلا أن الموقع تعرض للكثير من الصعوبات في نصف الأول من عام 2008 كما منع من بعض الدول من بينها نجد البرازيل منحت محكمة البرازيل موقع يوتيوب في 06 يناير 2007 لمدة ثلاثة أيام إثر نشر الموقع فلم فاضح

<sup>1</sup> بلبالي مصطفى ، المرجع السابق، ص34.

للمديعة البرازيلية المعروفة دانيلا سكاريللي ومنع الموقع يوتيوب في 3 ديسمبر 2006 بعد أن أعتبر الموقع لا أخلاقي وفي تركيا منع موقع اليوتيوب 06 مارس 2007 بسبب السماح بوضع أفلام تشتم الأتراك ومصطفى أتاتورك بتصعيد ما يسمى بالحرب بين اليونانيين والأرمن والأكراد على موقع اليوتيوب<sup>1</sup>.

#### 4-5- ماي سبيس:

وهو موقع يقدم خدمات الشبكات الاجتماعية ويتبع التفاعل بين الأصدقاء إضافة إلى تقديم خدمات تفاعلية أخرى كمدونات ونشر الصور والموسيقى وأفلام الفيديو.

ويعتبر ماي سبيس 6 أكبر موقع على ويب بالإنجليزية شعبية في العالم وثالث موقع شعبية في الولايات المتحدة الأمريكية.

وكان موقع ماي سبيس أقوى مواقع الشبكات الاجتماعية قد حاز على اهتمام الكثيرين عام 2006 ولكن شعبية الموقع بدأت بالتراجع بعد أن قامت شركة نيوز كويب والتي يملكها إمبراطور الإعلام روبرت مردوخ بشراؤه بمبلغ 580 مليون دولار<sup>2</sup>.

#### نشأة وتطوره:

ماي سبيس هو أكبر في شبكة الانترنت لتثبيت الاجتماعي للأصدقاء وهو يقدم لهم أركان خاصة بتقديم لمحات في حياتهم الخاصة ومدوناتهم ومجموعاتهم وصورهم وموسيقاهم ومقاطع الفيديو التي يعرضونها في الموقع يحتوي ماي سبيس على محرك بحث خاص يعرض

ونظام بريد إلكتروني داخلي وقد تأسست خدمة ماي سبيس في يونيو 2003 بواسطة توم أندرسون وكريس دي وفريق صغير من المبرمجين على خلفية تجارية سابقة تأسست في 1998 كانت اقرب لياهو<sup>3</sup>.

وقد أصبح الموقع مؤخراً من أشهر المداخل الاجتماعية على الشبكة الالكترونية ويقدم من السمات المختلفة التي تسمح للمستخدمين بتعديل ملفاتهم.

#### 5-5- فليكر:

وهو موقع لمشاركة الصور وحفضها وتنظيمها كما هو موقع لهواة التصوير على الانترنت ويتبع هذا الموقع لمستخدميه خدمة التشارك في الصور كما يتبع خدمة التعامل لزائرين عن طريق تخصيص مساحة لتعليق.

<sup>1</sup> صورية وهمة ، صهيب عيسى: تأثير استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على الممارسة المهنية على الممارسة المهنية للصحفي الجزائري ، مذكرة تخرج ليسانس تخصص اتصال المسيلة ، 2011-2012، ص108.

<sup>2</sup> على خليل شقرة ، المرجع السابق، ص 80.

<sup>3</sup> صورية وهمة ، صهيب عيس ، المرجع السابق، ص 114.

تم تطوير الموقع عام 2002 من قبل شركة ( لودي كورب ) في كندا وقامت الشركة بإطلاقه في الموقع لأول مرة 2004.

وفي عام 2005 تم بيع شركة لودي كورب إلى شركة يا هو وتم نقل جميع محتوياتها الموقع للولايات المتحدة الأمريكية وتم حفظ الصور لزايرين بحيث يستطيع أي متصفح للموقع مشاهدتها ويمكن لمن يقوم بتحميل الصور أن يجعلها خاصة بحيث لا تتاح الفرص الاطلاع عليها إلا لصاحب الحساب أو لمن يسمح له بذلك<sup>1</sup>. وحسب إحصائيات 2010 يضم الموقع ما يقارب الخمسة مليارات صور، ويحظى الموقع بأكثر من 300 صورة يتم رفعها في دقيقة مما يجعله المخزن الأول لصور في شبكة الانترنت وفق العديد من المواقع التقنية.

### 5-6-سكايب:

سكايب هو برنامج تجاري تم ابتكاره من قبل كل من المستثمرين السويدي يكلولاس زنشروم والدنماركي يانوس فريس مع مجموعة من مطوري البرمجيات ويمكن هذا البرنامج مستخدمه من الاتصالات الصوتية (الهاتفية) عبر الانترنت بشكل مجاني بنسبه لمستخدمي هذا البرنامج لكنه مع تكلفة بسيطة في حال اتصال بخطوط هاتفية الثابت أو الجوال وقد اشترت شركة مايكرو سوفت هذا البرنامج بمبلغ 805 مليار دولار في مايو عام 2008. وقد قامت شركة مايكرو سوفت بتطوير برنامج سكايب واستحدثت خدمة جديدة تدعي سكايب في مساحة وهي خدمة خاصة بالرجال العمال والشركات الصغيرة الحجم ، حيث تتيح هذه الخدمة لهم الإعلان عن منتجاتهم والترويج لها كما، تتيح لهؤلاء خدمة الاتصال والتفاعل مع العملاء شركاتهم وزبائنهم إضافة إلى الكثيرين ممن يتوقع تعاملهم مع الشركة ومنتجاتها وخدماتها<sup>2</sup>.

### 5-7- انستغرام :

برنامج انستغرام هو وسيلة سريعة ومجانية لمشاركة حياتك مع الأصدقاء والعائلة من خلال الصور والفيديو ، وقد ازدادت شعبية هذا البرنامج مع الشباب ،تقوم أولاً بالتسجيل في هذا البرنامج ثم تلتقط صورة أو فيديو، وتستخدم فلتر لتحويل مظهر أي منهما ، ومن ثم توظيفهما الى انستغرام حتي يمكنك مشاركتها على الفيس بوك وتويتر، وأكثر من ذلك كما لدى هذا التطبيق ميزة تسمى انستغرام ديراكت تتيح للمستخدمين ارسال الصور ومقاطع الفيديو مباشرة الى صديق معين أو مجموعة من الاصدقاء بدلا من أن تكون معروضة للجميع<sup>3</sup>.

بعض المصطلحات الأساسية المستخدمة في شبكات التواصل الاجتماعي :

<sup>1</sup> علي خليل شقرة ، المرجع السابق ، ص 81.

<sup>2</sup> علي خليل شقرة، المرجع السابق، ص 78.

<sup>3</sup> منشور الكتروني اعد من قبل مركز معلومات جوار الأوربي مشروع ممول من اتحاد الأوربي ط 2014 ص 9 .

يتزافق التطور السريع في وسائل التواصل الاجتماعي مع تطوير مجموعة من المفردات تتصل بها حيث نقدم لكم شرح بعض المصطلحات الأساسية :

الاختصارات: عندما نقوم بكتابة التغريدات ترى فعليا كم تبقى لك من عدد الأحرف لذلك يجب لك ان تحاول على الدوام الاختصار، تماما كما في الرسائل النصية .  
الاختصارات الشائعة :

السنة Yr< بدلا من Year

المفوضية الأوروبية < EC

لكن صريحين < TBH بدلا من To be honest

في رايي < IMO بدلا من In my opinion

صورة رمزية (( Avatr): من الأفضل اعتماد صورة رمزية شخصية واحدة لجميع رسائل ، اذا كنت مشتركاً في منصات اجتماعية متعددة ، فمن الأفضل دائما الاشتراك مع نفس اسم المستخدم حتى يتمكن الناس الذين يعرفونك في الفيس بوك من إيجادك أيضا بسهولة عبر توتير على سبيل المثال من خلال كتابة نفس الاسم في حقل البحث.

DM أو رسالة مباشرة (direct message): وهذه هي الطريقة التي تشير بها الى رسالة خاصة قمت بإرسالها أو بتلقيها على توتير شريطة ان يتبع الطرفان بعضهما البعض، عادة ما يتم استخدامها عندما تريد الاتصال بشخص ما مباشرة.

مفضل (favourite): زر تحت كل تغريدة يمكن من خلاله إظهار تقديرك للتغريدة وحفضها .

# "متابعة الجمعة" (follow Friday): وهو هاشتاغ واسم المربع مستخدم على توتير يوم الجمعة لتسليط الضوء على المتابعين اخرين في توتير، حيث تضمن انهم مشيرين الاهتمام ، ويستخدم ايضا لشكر متابعيك الذين ساعدوك عبر توتير خلال الاسبوع السابق .

# هاشتاغ hachtag: هو الوسم المستخدم قبل كلمة رئيسية في رسالة ، وهي ممارسة تم انشائها في البداية من قبل المستخدمين انفسهم لضرورة تصنيف المحتوى ، ولكنها تستخدم الان ايضا خارج توتير ، يتم استخدام الهاشتاغ للبحث عن ما يقوله الناس على الشيء وما هو مهم بشكل خاص لتنظيم حدث تغريدي الذي عادة ما يكون مباشر وتريد متابعته .

احصائيات قام مصدر brain البيانات statstic بإصدار اخر الاحصائيات لأواخر 2014 لمستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي :

- الفيس بوك 1.3 مليار مستخدم
  - 680 مليون مستخدم علي الهاتف النقال .
  - يوتيوب 900 مليون زيارة كل شهر
  - 4.2 مليار مشاهدة للفيديوهات يوميا
  - تويتر 645 مليون مستخدم
  - 145 مليون مستخدم نشط شهريا
  - لنكدان 277 مليون مستخدم ، انضموا عضوين جديدين في كل ثانية .
- مزايا وعيوب مواقع التواصل الاجتماعي
- اجتاحت مواقع التواصل الاجتماعي على "الانترنت" كالفيس بوك و التويتر... العالم بأسره و بات الجميع من مختلف الأجيال ليستخدموها كبارا و صغارا و ذلك لما تتميز به .
- مزايا مواقع التواصل الاجتماعي:
  - مشاركة الأنشطة و الاهتمامات من تكوين صداقات و البحث عن اهتمامات و أنشطة لدى أشخاص
  - تلبية اهتمامات و حاجات الأفراد من الناحية العلمية و الترفيهية ، و سهولة الاطلاع على الأخبار المحلية و العالمية من خلال الاشتراك المجاني في الصفحات الخاصة التي تنشر تلقائيا المعلومات لدى المشترك بمواقع التواصل الاجتماعي.
  - سرعة تمرير الاحداث بين الاصدقاء ماساهم في انجاح الثورات العربية واسقاط الانظمة في بعض البلدان من خلال الاتفاق والتنسيق المسبق .
  - احدثت مواقع التواصل الاجتماعي ثورة كبرى في مجال الطب والصحة ،فهناك التداوي عن بعد او الطب الالكتروني من خلال الصفحات الخاصة بالأطباء المشهورين عالميا، او صفحات بعض الحصص التلفزيونية والاستفادة من الارشادات التي تقدمها هذه الصفحات .
  - نشأة العديد من الجماعات الالكترونية الافتراضية ،التي تربطها مصالح معينة عن طريق اقامة الندوات الالكترونية او انشاء فرق ومجموعات للنقاش الالكتروني.
  - تعزيز الديمقراطية حيث اصبح بإمكان الجمهور ان يرى ويسمع ويصدر رأيا على زعمائه في وقت واحد وفورا، كما مكنت القادة السياسيين من معرفة ما يريده الشعب من اجل اخذه بعين الاعتبار عند اتخاذ القرارات
  - إنشاء علاقات اجتماعية جديدة فهي تساعد على التخلص من نظرة النمط المقلوب للآخر التي تمارسها الدول العربية بفعل سيطرتها على البرامج الاعلامية المختلفة خاصة الافلام والاشهار.

عيوب مواقع التواصل الاجتماعي:

أخذت مواقع التواصل الاجتماعية حيزا كبيرا من حياة الشباب و بات الفرد لا يستطيع الاستغناء عنها ، فأصبح الدخول لمواقع التواصل الاجتماعي عادة و ممارسة يومية لدى الأفراد و هذا لما تقدمه لهم من خدمات لكن و في ظل المزايا الموجودة في هذه المواقع فإنها أيضا لها جوانب سلبية و عيوب قد تعود بالضرر على مستخدميها نلخص ما يلي:

- إضعاف مهارات الاتصال الشخصي عند المراهقين و الشباب من خلال عزلهم عن واقعهم الأسري و الاجتماعي إذ عادة ما يكون الشخص مستعد بشكل أقل للسلوك الذي ينوي عمله و ممارسة ضمن مجموعته على الانترنت لكنه في عالم الواقع يحتاج إلى مهارات ملائمة لتعسفه في مجالات التواصل الإنساني.

- إساءة استغلال المعلومات الشخصية من قبل المحتالين و المنحرفين الذين ينخرطون في هذه المواقع و يستغلون المعلومات الشخصية للأعضاء في الجريمة .

- إضاعة الوقت فبمجرد دخول المستخدم لمواقع التواصل الاجتماعي حتى يبدأ بالتنقل من صفحات لأخرى و من ملف لآخر و لا يدرك الساعات دون أن يزيد أي منفعة له أو لغيره من خلال التعليق على الصور على الفيس بوك فالكثير من الشباب بهدر الوقت دون فائدة تجني فيجد نفسه تجاوز الفترات التي حددها لنفسه أو الحدود المعقولة عموما .

- ظهور لغة جديدة بين فئة الشباب يستخدمونها في تواصلهم عبر هذه المواقع و انتشارها بشكل كبير ، وهي لغة ليست بالعربية لا يفهمها سوي طائفة الشباب و من يعاشرهم بصفة مستمرة . فالاستمرار في تداول هذه اللغة يؤدي إلى تهديد لغتنا العربية و إلى ضياعها مع مرور الأيام .

- انعدام الخصوصية بمواقع التواصل الاجتماعي ما قد يتسبب في الكثير من الأضرار المعنوية و النفسية على الشباب و حق المادية في بعض الأحيان .

- عزل الأفراد عن واقعهم و دخولهم في عالم و هي بديل تقدمه هذه المواقع مما يسبب آثار نفسية هائلة ، حيث يختلط الوهم بالواقع و التأثير في الهوية الثقافية و العادات و التقاليد و القيم الاجتماعية .

- كثرة المعلومات و المعارف الموجودة في هذه المواقع تؤدي إلى اللامبالاة و قلة الاهتمام بالمعلومة و الملل .

- استخدام الأسماء المستعارة و تقمص الأفراد شخصيات غير شخصياتهم و ما يتبعه مع ذلك من اعتياد ارتكاب الأخطاء و استخدام الألفاظ البذيئة .

- الحياة في الخيال و قصص الحب الوهمية ، والصدقة الخيالية مع شخصيات مجهولة وهمة أغلبها تتخفى بأقنعة و أسماء مستعارة و ما يترتب عن هذه القصص من عواقب خطيرة .
- التعب الجسدي والإرهاق و الأضرار الصحية التي يسببها الاستخدام الطويل للشبكة عامة و لهذه المواقع خاصة.
- التوتر والقلق الشديدين في حالة وجود أي عائق للاتصال بمواقع التواصل الاجتماعي قد تصل إلى حد الاكتئاب إذا ما طالت فترة الابتعاد عن الدخول و الإحساس بسعادة بالغة و راحة نفسية حين يرجع الفرد إلى استخدامه المعهود.
- اهمال الواجبات الاجتماعية و الأسرية و الوظيفية .
- استمرار استعمال هذه المواقع على الرغم من وجود بعض المشكلات مثل فقدان العلاقات الاجتماعية
- الاستيقاظ من النوم بشكل مفاجئ و الرغبة بفتح مواقع التواصل الاجتماعي أو رؤية قائمة المتصلين.
- تعرض بعض المشتركين في هذه المواقع لقرصنة حساباتهم من طرق الهاكرز الذين أصبحوا متخصصين في هذا المجال و ما ينجم عنه من آثار من نشر معلومات و صور شمسية و التحدث بإسم المشترك الحقيقي و تشويه سمعته (صورته).

## تمهيد:

اهتم الباحثون والعلماء الغربيون بدراسة ظاهرة الإشاعة وذلك لأهميتها الكبرى في تحديد آراء وسلوك المجتمع باتجاه القضايا الهامة، إذا لا يخلو مجتمع من المجتمعات من الإشاعة التي لعبت أدوار منذ فجر التاريخ في التأثير على التماسك الداخلي للمجتمع.

وقد اختلفت الرؤى في دراسة هذه الظاهرة نظراً لتعقيد موضوعها، فالبعض اهتم بدراسة المضمون الإشاعة في الرأي العام وآخرون درسوا أسباب انتشار الإشاعة وطرق مكافحتها وهناك من انصب اهتمامه حول اتجاهات الناس حول الإشاعة.

وعليه فإننا سنتناول الإشاعة من خلال استعراض تعريف الإشاعة ونشأتها وتطورها وخصائصها والأطراف المتعلقة بها وأنواعها مراحل تكوينها، عوامل انتشارها، أهدافها ، آثارها وتحليلها ومقاوماتها.

## 1- تعريف الإشاعة:

إن أكثر ما يختلف حوله العلماء هو تحديد المعنى الدقيق للمفاهيم وإيجاد مفهوم واحد جامع ومانع وشامل وهذا راجع للاختلاف الرؤى، والزوايا التي يتناولون من خلالها تعريفهم للإشاعة وعليه:

التحديد اللغوي: شاع - شاع شيعاً وشيعاً شيعاناً وشيوعاً ومشيعاً.

جاء في لسان العرب لابن منظور شاع الشيب انتشر وشاع

الخبر ذاع وشاع الأخبار المنتشرة ورجل مشيع أي لا يتكلم سترًا<sup>1</sup>.

اصطلاحاً:

محمد عبد القادر حاتم ( الإشاعة عبارة عن فكرة خاصة) يعمل رجل الدعاية على انه يؤمن بها الناس، كما يعمل على أن ينقلها كل شخص إلى آخر تذاق بين الجماهير جميعها، ويجب أن تكون قابلة للتصديق غير مبالغ فيها<sup>2</sup>.

- تشالز أندال : الإشاعة عبارة عن رواية تتناقلها الأفواه بدون أن تركز على مصدر موثق يؤكد صحتها.

- جيمس دريفر: الإشاعة عبارة عن قصص غير متحققة منها وتنتشر في المجتمع ويزعم فيها حدوث واقعه معينة.

- أنجلس الإشاعة عبارة عن رواية كلامية ليست محققة أو بدون تحقيق على حادثة<sup>3</sup>.

- أما البورت وبوستمان ( مصطلح الإشاعة معني كل قضية أو عبارة نوعية أو موضوعية مقدمة لتصديق تتناقل من شخص لشخص عادة بالكلمة المنطوقة وذلك دون أن تكون هناك معايير أكيدة لصدق.

- لقد ركزت هذه التعاريف على أن الإشاعة رواية كلامية تنتقل عن الأحاديث الشفوية دون معايير أكيدة تثبت صدقها وتنتقل عبر الأشخاص غير أنه غاب عن هذه التعاريف الوسط الذي تأثر فيه الإشاعة.

- وعرف السيد الدين حضر: الإشاعة كل خبر أو مسألة معروضة للتصديق تنتقل شفهيًا من شخص لآخر.

- محمود فريد محمود عزتك الشائعة هي معلومة لا تحقق من صحتها ولا من مصدرها تنتقل عن طريق النقل الشفوي.

- مختار حمزة : الإشاعة هي الأحاديث والأقوال والأخبار والروايات التي يتناقلها الناس دون التأكد من صحتها ودون التحقق صدقها، ويميل الكثير من الناس إلى تصديق ما يسمعونه دون محاولة التأكيد من صحته ثم يأخذونه

<sup>1</sup> ميلود سفاري ، مراد زعيبي ، حاتم الصيد ، الإشاعة والرأي العام، مخبر علم الاجتماع الاتصال ، جامعة منتوري ، قسنطينة ، الجزائر ، 2003، ص- ص 17- 18.

<sup>2</sup> محمد منير حجاب: الإشاعات وطرق مواجهتها ، دار الفجر للنشر و التوزيع ، 2007، ص 17.

<sup>3</sup> ميلود سفاري ، مراد زعيبي حاتم ، المرجع السابق، ص 19.

يرونه بدورهم إلى الغير وقد يضيفون إليه بعض التفاصيل الجديدة، وقد يتحمسون أما يرونه ويدافعون عنه بحيث لا يدعون للسامع مجالاً لتشكيك في صدق ما يقولون .

- أحمد شوقي عبد الرحمن : الإشاعة من النوادر والطرائف التي تتناقلها الأفواه دون التثبيت من صحتها وهي من أخطر أسلحة الحرب النفسية وأشدّها.

### التعريف الإجرائي:

الإشاعة هي خبر أو مجموعة من الأخبار زائفة تنتشر في المجتمع بشكل سريع وتتداول بين العامة ظناً منهم على صحتها. دائماً ما تكون هذا الأخبار..... وثيرة للفضول للمجتمع والباحثين وتفتقر هذه الإشاعة عادة إلى المصدر الموثوق الذي يحمل أدلة على صحة الأخبار.

## 2- نشأة وتطوير الإشاعة:

لا يستطيع الإنسان أن يخيل مجتمعا يخلو من الشائعات لأنها كغيرها من الأحداث ظاهرة اجتماعية لازمة وهناك أمثلة واضحة على ذلك وجدت على الأرض مع الإنسان بل وقبل أن ينزل الإنسان إلى الأرض وغالبا ما يبقى موضوع الإشاعة مدة معينة غير قابل للاستنزاف حتى يتحول إلى أسطورة وعليه نجد:

## 2-1- أول شائعة في التاريخ:

يعد إبليس أول من روج للإشاعة الكاذبة تحت مسميات براءة لتحسين القبح فقد دخل على سيدنا آدم وحواء من باب تحية النفوس وهو باب الخلد في الدنيا والملك فيها الأنبياء و فقد عانى الأنبياء جميعهم من الشائعة فنجد سيدنا نوح عليه السلام أشاعوا أنه مجنون.

>> إن هو إلا رجل به جنّة فتربصوا به حتى حين<<<sup>1</sup>.

وسيدنا هود وسيدنا يوسف تعرض إلى حملة شائعات كاذبة فهذه امرأة العزيز فيظهر الله براءة ولكنه يسجن وتعاود الشائعات لتطول امرأة العزيز فيظهر الله براءتها أمام المجتمع الذي صارت فيه الشائعة.

وشائعة حول مريم عليها السلام حينما كانت حامل فظهر الله براءتها ورد عنها وأسكت الشائعات بظهور الحقيقة.

أما عن سيدنا محمد عليه الصلاة والسلام .

فقد رموه بالشعر والسحر والجنون وذلك لزعزعت الصف الإسلامي حيث وجدوا في أسلوب الإشاعة الرخيص وسيلة للوصول حيث نشروا شائعة حول عائشة رضي الله عنها حول حادثة الإفك فرد الله براءتها.

<sup>1</sup> سورة المؤمنون : الآية 24.

>>لولا إذ سمعتموه ظن المؤمنون والمؤمنات بأنفسهم خيراً وقالوا هذا إفك مبين<<<sup>1</sup>.

ولعل هذه الحادثة كانت بمثابة تأديب وتهذيب للذين خاضوا في الحديث دون علم.

الشائعات في العصور القديمة عاني أبطرة الزمان من وباء الشائعات إلى حد أنهم عينوا حراس شائعات ومهمتهم كانت مخالطة الناس ونقل اخبارهم.

وفي القرون الوسطى قد عملت الشائعات هنا على زيادة نار الحروب الأهلية والصليبية إلى أقصى حدودها.

العصر الحديث مثلا قال نابليون أثناء احتلاله لمصر بطبع منشورات مؤيدة للسلام، إشاعة عرفه فتح مصر وهو

تأديب الممالك وحماية الإسلام . حتى في الحرب العالمية الأولى والثانية لم يقل دورها في تحقيق أهداف الحرب<sup>2</sup>.

### 3- خصائص الإشاعة والأطراف المتعلقة بها:

الإشاعة هي عملية نشر الأخبار والمعلومات ونتائج هذه العملية وهي تنطلق بسهولة وسرعة عندما تكون الظروف ملائمة لما تتضمنه من أخبار - وهناك مصدر الإشاعة هو الذي يقوم ببقائها وتشكيلها ويبدأ في نشرها أكان فرد أم جماعة، ويجب علي ناشر الإشاعة ان يلتزم شرط أساسي للانتشار الإشاعة انعدام معرفة الحقيقة. ورغبة المتلقي في المعرفة ووجود دافع وفائدة لمطلق الإشاعة لنشرها.

فالإشاعة تفرض عملية الاتصال ونقل الشفوي من خلال الكلمة المسموعة، وهي أول صورة من صور الاتصال الجماعي قبل أن توجد أساليب نقل الرسالة بطريقة الكتابة أو أجهزة الإعلام الكافي بالنسبة للواقعة موضوع التعليق وبالتالي فإن النقص الإعلامي والإخباري هو الظرف الملائم لظهور الإشاعات وانتشارها.

- أهمية الواقعة أو شخص أو الصفة أو الرأي موضوع التعليق الإشاعي، فأهمية الحديث هي التي تدعو إلى خلق الإشاعة أو تقبل على الأقل لسرياتها.

- تتصل الإشاعة بالرأي العام المكون مسبقا وتستند إليه تستطيع تعديله جزئيا ومؤقتا، وتهدف على التأثير النفسي في الرأي العام المحلي الإقليمي، العالمي ، القومي النوعي بهدف تحقيق أهداف السياسة أو اقتصادية أو عسكرية على نطاق دولة ما أو حتى عدة دول<sup>3</sup>.

الإشاعة قد تكون تعبير عن حالة كبت وهي لا تعد أن تكون من حيث سرياتها انتقالا من حالة الرأي العام الباطن الذي لا يستطيع التعبير عن نفسه تعبيرا واضحا إلى أسلوب خفي وملتو الإثبات وجوده من خلال عملية التعويض وتوفيق غير مباشر، وبهذا المعني فإن الإشاعة هي خلفية نفسية لمفهوم السلوك الجماعي باختلاف

<sup>1</sup> سورة النور: الآية 11.

<sup>2</sup> محمد منير حجاب الشائعات وطرق مواجهاتها، المرجع السابق، ص 36.

<sup>3</sup> ميلود سفاري، مراد زعيمي، حاتم الصيد، المرجع السابق، ص 22-23.

الإشاعة هو تعبير عن إحدى الصفات الطابع القومي للجسد الاجتماعي..... وهو أيضا سلوك جماعي من حيث عملية الانتشار وسرياتها، أنها تعكس خصائص الوسط الاجتماعي وأسلوب العقل الجماعي في مواجهة الأحداث<sup>1</sup>.

وكما توجد خصائص أخرى لممارسة الاختصار حيث في الغالب تكون الإشاعة مختصرة قصيرة وليست , طويلة وفي الاخير تتميز الإشاعة بصفة الانسجام المرتبة على سمة الأهمية أي انسجام موضوع الإشاعة مع الوسط الذي تنتشر فيه وهذا الانسجام لا يتوفر إلا بعد أن يكون موضوع الإشاعة مهما في الوسط<sup>2</sup>.

#### الأطراف المتعلقة بالإشاعة:

المرسل: وهو المصدر الذي تنبثق منه الإشاعة وهو غالبا ما يكون مجهولاً .  
الرسالة: هي كل قصة أو عبارة نوعية أو موضوعية مقدمة للتصديق دون وجود معايير أكيدة للصدق فيها أي من خبر متعلق بالواقعة أو رأى أو صفة مختلفة.

الوسيلة: وهي عادة نقل الشفوي ، ولكن هذا لا يمنع انتقالها عبر وسائل الاتصال الجماهيري.

المستقبل: وهم أفراد والجماعات والجماهير ولكن لا تطلق الإشاعة عادة على الرأي العام .

الهدف: وهذا من أجل تعديل تعبير الآراء والأفكار أو تحقيق وتأثير النفسي على الرأي العام<sup>3</sup>.

الاستجابة: وهذا عن ما اذا كان الهدف إيجابياً وذلك من أجل تحقيق استجابة لرأي العام تتوافق ومطامح الإشاعة والعكس بالعكس.

ومن هنا يمكن تعريف الإشاعة بأنها:

كل خبر أو قضية أو عبارة نوعية مقدمة لتصديق دون أن تكون فيها معايير أكيدة للصدق وهي غير معلومة المصدر تحمل في طياتها، أما التصميم والتمويل لواقع ما أو التقدم لها والتمويل منها تنتشر بين الأفراد المجتمع أما عن طريق الرواية الكلامية بوجه خاص، أو وسائل الاتصال الجماهيرية بوجه عام، وذلك بهدف التأثير بشكل أو آخر في الرأي العام، تحقيق أهداف محدودة سواء على المستوى الداخلي للدولة أو خارجها من أجل الحصول على استجابة معنية<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> نفس المرجع ، ص 23.

<sup>2</sup> جميلة عبد جميلة بورياح، دور الجرائد في الترويج للإشاعة ومدى تأثيرها على الرأي العام تخصص اتصال، جامعة الدكتور بن فارس المدينة، عام 2009-2010، ص 24.

<sup>3</sup> ميلود سفاري، مراد زعيمي، حاتم الصيد، المرجع السابق، ص 23.

<sup>4</sup> نفس المرجع، ص 24.

#### 4-أنواع الإشاعة:

هناك عدة تقسيمات حيث نجد:

##### الإشاعة من الناحية النفسية:

إشاعة ذكية: هي إشاعة يتم انطلاقها من طرف المحترفين وتكون ممكنة مثلا أن تصدر لإشاعة رأس المال شركة لمنح أسهم مجانية بناء على دراسة هذه الشركة من عدة نواحي، الناحية المالية حيث تكون هناك احتياطات كافية في تدعيم هذه الإشاعة وتساعد على رفع رأس المال وتكون الشركة تنمو وتخططك لتوسيع أو دراسة القطاع الذي تنتمي له الشركة من حيث النمو وهذا ممكن أو حتى في ظل عدم وجود احتياطي وتكون أسهم اكتتاب أو تصدر إشاعة اندماج بين الشركتين نشاطهم مكمل ومطابق أو هناك علاقة مشرقة بين أعضاء مجلس الإدارة.<sup>1</sup> إشاعة غيبية: وهي تقريبا عكس الإشاعة الذكية ومثلا أن تصدر إشاعة غيبية بأن شركة ستمنح أسهم مجانية وهذه الشركة أصلا ليس لها احتياطات وعليها ديون أو إصدار أسهم اكتتاب شركة مفلسة لم تتحقق أرباح في حياتها وهذا حلم المسؤولين عن الشركة ولكن لا أعتقد أن المساهمين وصلوا لهذا الغباء لحرق أموالهم.

- إشاعة مدروسة: وهي في الحقيقة كنز أو سلاح ذوي حدين وهو معلومة جوهرية مؤثرة سوف تحدث أو تأثر على المركز المالي للشركة ويتم تسريبها قبل إعلانها وكلما كان هناك بعد استراتيجي بعيد المدى كان كلما كانت الفائدة منها قوية بذات الاستثمار بعيد المدى ولكن كما أشير سلاح ذو حدين حيث أن وصولها في التعامل معها يجب أن تكون ذكية لأنها تستخدم في التخلص من الاسم أحيانا بالذات إذا أهميتها أقل بالإضافة إلى أن طريقة تسيرها مهمة حيث أنها إذا تسربت يقصد من المسؤوليتين في الشركة، فإنها تكون مصيدة للمساهمين في الشركة فإنها قد تكون فائدة منها أكبر إذا كانت إيجابية حسب نوع الإشاعة.<sup>2</sup>

##### أما الإشاعة من حيث الزمن:

إشاعة عنيفة: وهي تنتشر بسرعة هائلة وعادة ما تكون قاسية في موضوع الخبر محور الاستثنائي.

الإشاعة الزاحفة: وهي إشاعة بطيئة الانتشار وهي التي تروج ببطء.<sup>3</sup>

الإشاعة الغامضة: وهي التي تنتشر في فترة من الزمن ثم تعاود الظهور.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> جميلة عبد جميلة بوريح ، المرجع السابق ، ص25.

<sup>2</sup> جميلة عبد جميلة بوريح ، المرجع نفسه ، ص26.

<sup>3</sup> صلاح نصر الدين ، الحرب النفسية معركة الكلامية والمعتقد العجز الأول ، 117.

<sup>4</sup> نفس المرجع ، ص119

## الإشاعة من حيث الموضوع:

إشاعة سياسية: وهي التي تتناول الموضوع السياسي أو تتعلق بالقادة السياسيين.  
إشاعة اقتصادية: ويتعلق موضوعها بالعملة أو النمو الاقتصادي أو البنوك أو الأسعار.  
إشاعة عسكرية، تتمحور حول ما يختص بالجيش والقادة وأسلحتهم<sup>1</sup>.

## الإشاعة من حيث الدوافع:

الإشاعة الرغبة: وهي الإشاعة التي تعبر عن آمال الجهة المستهدفة.  
إشاعة التوقع: وتضع المجتمع في حالة الفوضى، توقعات، الترقب وكثرة التحليلات الخاطئة وخاصة أن الفن في طرح الإشاعة يعتمد عليها ما فيها من غموض وأهمية تبحث على التساؤل.  
إشاعة التأويل: أي المخصصين يضعون التفسيرات والتأويلات للإشاعات ويعملون على تصويرها لأفراد المجتمع المستهدف.

إشاعة التشكيك: أي وضع المجتمع من حالة في التشكيك بالقيادات السياسية والعسكرية لنزع عامل الثقة والمصادقة والتعاون<sup>2</sup>

وحسب التقسيم الدكتور محمد جمال الفار في المعجم الإعلامي فإنه يقسمها كما يلي:

**شائعة الأحلام والأمني:** وهي الشائعات التي تنشر بين الناس وتجد لديهم تغييراً أو إشباعاً، وهي بذلك عبارة عن تنفيس لهذه الحاجات والآمال والرغبات.

إن مثل هذا النوع من الشائعات هو إلى حد ما متاح لمجرد التوقع، كما إنها تتضمنه من تفاؤل نماذج متنوعة بالرضا تؤدي إلى السرور وليس أول على ذلك من أن الشائعات انتشار الحلفاء كان يرتبط بها انخفاض تبرعات الدم والقليل من التضحيات.

شائعة البعبع: تنتشر الشائعات بسبب قلق الخواطر واضطراب تفكير الأفراد لخوفهم من شيء ولذا فإنهم يكونون مهينين ولا يحاول الفرد أن يحقق من صحتها أنه يخاف الوقوف على الحقيقة الصريحة ويطلق على هذا النوع من الشائعات التي يوجد فيها الخوف بشائعات البعبع.

شائعة الخوف: ينتشر مثل هذا النوع من الشائعات عندما ينتاب الناس عامل الخوف والإنسان في مثل هذه الحالة من الخوف والقلق يكون مستعد نفسياً لأن يتوهم أشياء كثيرة لا تستند إلى أساس صحيح، وتضمن شائعة

<sup>1</sup> نفس المرجع ص 320.

<sup>2</sup> جميلة عبد جميلة بورياح المرجع السابق : ص 27.

الخوف إنذاراً بالخطر كما أنها تقلل من ثقة الفرد فيما يبذله من مجهود، حتى لو أثمر وكلل بالنجاح والنصر، أي أن تؤدي إلى نظرة انتهازية .

شائعة الكراهية: تهتم موضوعات هذا النوع من الشائعات بالفشل وخيانة العهد والعهد وعدم الولاء.

شائعة اندفاعية: وهي تلك الشائعة التي تنتشر بين الناس انتشار اللهب وفي وقت بالغ القصير ويكون مضمونها غي الغالب متعلقا بالكوارث والحروب وأعمال العنف ومثل هذا النوع من الشائعات ينطلق في جو مشحون وتستند إلى انفعالات قوية كالقرع والغضب والفرح<sup>1</sup>.

شائعة حساسية: تدخل مثل هذه الشائعات تحت نطاق الأساس الزمني الذي استعمله عالم الاجتماع الروسي عام 1928، ومثل هذا النوع من الشائعات ينمو وينتشر بصورة بطيئة وبطريقة غير علنية فيعرضها ويسمع بها كل فرد.

شائعة غاطسة: أو الشائعة الغامضة وهي الشائعة التي تروج وقد تغوص حتى يأتي الوقت المناسب لتطفو من جديد<sup>2</sup>

## 5-مراحل تكوين الإشاعة:

1. مرحلة تكوين الإشاعة: عن مراحل تكوين الإشاعة وصناعتها يري العالم النفسي الروسي المشهور باسيواه الإشاعة في تكوينها وصناعتها تتم بثلاث مراحل هي:

1.1. مرحلة الإدراك الانتقائي: أي إدراك الخبر أو الحدث من جانب شخص أو عدد من الأشخاص

يحملون خصائص محددة فهؤلاء وان كانوا أذكياء في انتقاء الحدث أو الموضوع فإنهم يشعرون بالاضطهاد

عدم الثقة بالنفس أو بالضعف والانتماء والولاء أو بعدم التكيف الخاطئ مع الجماعة وهؤلاء يدركون

بشكل انتقائي للموضوع الذي سيكون مادة أساسية للإشاعة<sup>3</sup>.

2.1. مرحلة التفتح: فبعد إدراك الموضوع أو الحدث تبدأ مرحلة التفتح أي الحذف بالإضافة التعديل التحول بما

يتصل بهذا الموضوع أو الحدث الملتقى الخاص بالإشاعة وفي هذه المرحلة يتم اعتماد الأفكار المسبقة المخزونة في

الذاكرة الشعبية أو المتمثلة بالكلمات أو العبارات الرمزية المفهومة بشكل شائع وواضح ومفصل لدى الوسط الذي

يراد نشر الإشاعة فيه ن وهذه الأفكار المسبقة التي يتم استخدامها مع بعض الحذف والإضافة تسمى في علم

الاجتماع السياسي ( الجمعيات السياسية)

<sup>1</sup> جمال بالفار الإعلامي، المرجع السابق، ص 201-202.

<sup>2</sup> المرجع نفسه ، نفس الصفحة.

<sup>3</sup> صلاح نصر ، المرجع السابق، ص 331.

1. 3 مرحلة الانطلاق والانتشار: أي القسم النهائي لنشر إشاعة وتبدأ هذه المرحلة عندما تصبح جاهزة وسهلة للاستيعاب ومتماشية مع الأفكار وقيم الوسط الذي تنشر فيه<sup>1</sup>.

#### أدوات الإشاعة:

##### أ/ القديمة:

- ✓ الحمام الزاجل وتوزيع المنشورات عبر الرسائل التي تمس مع الحقيقة.
- ✓ المنادين في الأزقة والمدن.
- ✓ الجواسيس.
- ✓ البيادق المجادلة ( الأعلام) كأن تكون علم النصر بدل الهزيمة.

##### ب/ الحديثة:

- ❖ أنظمة المخبرات والاستفسارات .
- ❖ أجهزة التوجيه المعنوي.
- ❖ طائرات التجسس بأنواعها وأهميتها sr-81 - awax الطائرة سواء بطيار أو بدونه.
- ❖ أعمار التجسس الصناعة ومنها.
- ❖ الإشاعات عبر الهاتف.
- ❖ عبر البريد الإلكتروني.
- ❖ عبر أجهزة الإرسال اللاسلكي والشفرة المضرة.
- ❖ أجهزة التصنت.
- ❖ الاتصالات السرية والتصويرية المايكرو فلمي.
- ❖ تكنولوجيا وكالات الأمن القومي للدول بأسمائها المختلفة.
- ❖ الصحف المجلات .الإذاعة. التلفزيون. أنشطة الفيديو ولكاسيت والفضائيات<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> جميلو عبد اللي جميلة بوريح، المرجع السابق، ص 28.

<sup>2</sup> جميلة عبد اللي، جميلة بوريح، المرجع السابق، ص 28-29.

## 6- عوامل انتشار الإشاعة:

- ❑ الأهمية: وهي من العوامل التي أكدت على قيمة الكثير من الدراسات فالشائعات تبرز لكي تفسر لنا بعض المواقف الغامضة ذات الأهمية لنا.
- ❑ الغموض: المواقف الغامضة الذي تنتشر فيه الشائعات يعني نقصان المعلومات وكذا يرتبط الغموض بوجود مشكلات خطيرة في المجتمع.
- ❑ التوترات الانفعالية: وهي تتمثل في القلق، الخوف، حب الظهور، المرض النفسي، الكراهية، والعدوانية، وهي تؤدي إلى ضغوط نفسية تؤثر على التوازن النفسي للفرد والجماعة وتجعلها بيئة صالحة للإشاعات.
- ❑ الضغوط النفسية والمشكلات: مثل القلق الذي يؤدي إلى الطلبة مشكلات اقتصادية واجتماعية كل هذا يؤدي إلى نشر الشائعات.
- ❑ القلق الشخصي: وهذا القلق يجعل الفرد غير قادر أو غير راغب في تصديق الحقيقة .
- ❑ حب الفضول: وهو دافع فطري في الإنسان يتجه إلى معرفة كل ما يدور في المجتمع وكذا نقل الأخبار.
- ❑ درجة الوعي: أدي أن درجة الوعي تنقص أو تزيد من انتشار الشائعة.
- ❑ المضمون: أي محتوى الإشاعة فإن كان مثلاً يمس أشخاص مشهورين تكون سريعة الانتشار.
- ❑ القابلة للتصديق هي التي تتوفر فيها المقومات التالية:
  - ✓ اتفاق مع المعلومات الجمهور ومعتقداته.
  - ✓ عندما تؤسس على جزء من الصدق والحقيقة.
  - ✓ عندما تيسير الحصول عليها من مصادر إعلامية مختلفة.
  - ✓ درجة التصديق.
  - ✓ عندما يكون المصدر ذا مصداقية<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> محمد منير حجاب، المرجع السابق، ص 157.

## أهداف الإشاعة:

رغم أن هدف إشاعة يمكن تلخيصها في نقاط محدودة ورغم انعكاساتها وخيمة ويمكن أن نتعرف عليها في نقاط :

1. خلق حالة من البلبلة والحيرة والتشتت والقلق.
2. تدمير معنويات الشعب والجيش بكثرة الإشاعات.
3. التشكيك بالقيادات العسكرية والسياسية ببث إشاعات تمس شرفهم ودورهم وحال عائلاتهم.
4. زعزعة العلاقات الدولية الثنائية وطرح شائعات تتعلق بإحلال الاتفاقيات والمعاهدات من أجل كسب الرأي العام العالمي<sup>1</sup>.

## 7- آثار الإشاعة وتحليلها:

## ❖ على الفرد والجماعة.

- ✓ زيادة درجة الاضطرابات الانفعالية المتمثلة في :
- ✓ الخوف.
- ✓ الاكتئاب.
- ✓ القلق.
- ✓ التوتر.
- ✓ الغضب.
- ✓ اللامبالاة.

## ❖ على المؤسسات ذات الشخصية الاعتبارية:

- إعطاء صورة غير صادقة عن هذه المؤسسات .
- إضعاف ثقة المجتمع بها.
- تحليل فعاليتها وإحراق الضرر بها<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> ميلود سفاري، مراد زعيمي، حاتم الصيد، المرجع السابق، ص 61-62.

<sup>2</sup> محمد منير حجاب، المرجع السابق، ص 136.

### ❖ آثارها على المجتمع العام.

- إخفاق الروح المعنوية.
- إشاعة روح العجز عن مواجهة الأزمات.
- تعميق الخلاف والفتن.
- إضعاف الروح القتالية.
- إشاعة الفكاهة البغضاء.
- إشاعة روح العجز عن التقدم.
- نشر روح التبعية.
- تدمير الجوانب الإيجابية كالإنسان العربي.
- إخفاق روح الانتماء.<sup>1</sup>

### تحليل الإشاعة:

أضحى الإشاعة اليوم من أكثر أنواع مظاهر التعبير عن السلوك الاجتماعي أو الجماعي أهمية في العلوم السلوكية ومن خلال الإشاعة نستطيع أن نتنبأ بخصائص الرأي العام الحقيقي ومشكلاته والإشاعة أداة من أدوات الحرب النفسية، حيث تصبح سلاحاً حاسماً في حالة التعدي للقضاء على معنويات العدو كل هذا يفسر الأهمية التي يوليها العلماء في ميادين علوم الاجتماع وعلم النفس وعلم النفس الاجتماعي وعلوم السياسية وغيرها من العلوم الاجتماعية لتحليل ظاهرة الإشاعة بحيث أن الإشاعة من الممكن أن تخضع لتحليل ظاهرة الإشاعة بحيث أن الإشاعة من الممكن أن تخضع لتحليل ظاهرة ثلاثي الأبعاد هي الأساليب الثلاثة كل منها له خصائص وكل منها يسمح بدراسة الظاهرة من أحد جوانبها وهذا يتأكد في حالة اتخاذ الإشاعة كأداة من أدوات الحركة الاجتماعية<sup>2</sup>.

### تحليل المضمون:

يقصد بذلك تحليل الإشاعة كرسالة كتعبير عن عملية الاتصال و الإشاعة في تحقيقها هي نقل فكرة أو تعليق عن واقعة تأخذ صورة الاتصال الجماعي بهذا المعنى المتضمن الإشاعة حقيقة اتصالية مزدوجة من جانب مضمون رسالتها في صورتها الأولى ومن جانب آخر ذلك الشطر اتصالية مزدوجة من جانب المضمون رسالتها في صورتها من المضمون المختلف من خلال العمليات المتلاحقة في انتقاله من شخص لآخر وطبيعة هذه الدراسة تسمح باكتشاف خصائص الرسالة من جانب آخر طبيعة الدوافع الباطنية تستر خلف عملية الاختلاف والتي تجرؤ

<sup>1</sup> محمد منير حجاب، المرجع السابق، ص 136.

<sup>2</sup> ميلود سفاري مراد زعيبي حاتم الصيد، المرجع السابق، ص 72 73.

المجتمع على أن يعلن عنها ولمن أمثلة البحث الذي قام به بنزدر الانجليزية الذي ذهب إلى أن الإشاعة من حيث انتشار مضمونها تمر بمراحل متتابعة وهو يستخدم مفهوم العدو القلية في بناء الإطار الفكري لعملية التحليل. التحليل المخبري: يهدف إلى اكتشاف العملية النفسية ( خصائصها) المرتبطة بالإشاعة كما يحدد المجتمع أو الوسط لو البيئة التي يسعى للتأثير فيها من خلال الاختلاف العملي والأسلوب المخبري ومن أمثلة البحث الذي قام به العالمان البورث وبوستمان<sup>1</sup>.

التحليل الميداني: لكي يكون التحليل متكامل لابد من:

1. تحديد أبعاد وأعماق الإشاعات: أن ذلك يعبر خطوة لا غنى عنها لمواجهة من ذلك هو الوقوف على شكل الإشاعة وموضوعها في أول استقبال لها، ثم معرفة الفئة أو الفئات التي ذاعت فيها الإشاعات من خلال المعرفة:

أ/ شكل الإشاعة ومضمونها:

فيجب الوقوف على الشكل الأول الذي اتخذته الشائعة أو الشكل رمزي ككتلة أو الرسم الكاريكاتوري أو شكل مباشر مكشوف كالرواية الكلامية مما يفيد في معرفة مصدر الإشاعة.

ب/ الإطار المكاني والجماهيري:

وهو يوصلنا إلى التعرف على أعماق الإشاعة التي تبدأ عموماً في الإطار المكاني وجمهور محدود، ويفيد تحديد الإطار المكاني والجماهيري في تحليل الشائعة والرد عليها ومنعها من الانتشار خارج الإطار<sup>2</sup>.

## 8-مقاومة الإشاعة:

ونظراً للتأثير السلبي فإننا نرى من الجوانب أن نذكر طرق مقاومتها والسبل الناجحة للعمل على تلاقي خطرها والحد من انتشاره فهناك سبل وطرق متعددة لتحقيق ذلك وهي استخدام كل ما يمكن استخدامه للتخلص من كل الشروط والظروف التي تؤدي إلى صناعة وانتشار ونجاح الإشاعات وهذا يقتضي ما يلي:

- توفير المعلومات الصحيحة ونشر الحقائق.
- إشاعة روح الحوار والمصارحة بين الحكام والمحكومين.
- توفير فرص العمل للعاطلين والنساء، فضلاً عن توفير النوادي لتسليّة المتقاعدين.
- الاهتمام بالعلم والمعرفة لمقاومة الجهل والأمية يشكّلان ظروف مناسبة لانتشار ونجاح الإشاعة.

<sup>1</sup> ميلود سفاري مراد زعيبي، حاتم الصبد، المرجع السابق، ص 73.

<sup>2</sup> نفس المرجع ص 74.

- التحين الأمي لاسيما في الموضوعات التي تتصل بالسيادة والامن وليس عن طريق الامن فقط بل عن طريق مراكز متخصصة في دراسة الإشاعات والتعامل معها والتصدي لها<sup>1</sup> .
- العوامل المؤثرة في الرأي العام :
- الرأي العام لا يبقى ثابتا بل يتغير نتيجة لتوفير المعلومات أو نتيجة شائعات أو حملات مضادة أو غير ذلك من الأسباب وهناك الكثير من الأساليب المتبعة لتخبي الرأي العام أهمها:
1. أسلوب تبني الحقائق: يقوم هذا الأسلوب على أساس مخاطبة الجماهير وتزويدهم بالمعلومات الصادقة فالصدق يولد الثقة في نفوس الجماهير.
  2. أسلوب التضخم : أو الشائعات يعتمد على تضخم الأحداث وتحويلها بهدف إتباع الجماهير بتغيير آراءهم وكثير ما تظهر الصحف و وسائل الأخرى في كثير الدول بأخبار المعلومات فيها تضخم الأحداث والأمور.
  3. أسلوب التعبير المستمر في البرنامج: وهنا لا يتم إتباع نفس البرنامج على وتيرة التغيير المستمدة في البرنامج وهنا يتم إتباع نفس البرنامج على وتيرة واحدة لفترة طويلة بل تقوم الجهة المعنية بتغيير برامجها وتنوعها بالاستمرار
  4. الأسلوب العاطفي: يستخدم هذا الأسلوب خاصة في الدول التي تكون مجتمعاتها عاطفية ويتم التركيز عنها على الآثار العاطفية استجابة جديدة من قبل الجماهير بهدف تغيير آراءهم تجاه قضية معينة.
  5. أسلوب التكرار: وفقا لأسلوب التكرار فإن الاهتمام يكون بموضوعات قليلة يتم تناولها بشكل متكرر.
  6. أسلوب الإهمال : يعتمد هذا الأسلوب على إهمال القضية مثال الجدل وعدم تذكير الجماهير بها لأجل تلك الجماهير وهذا الأسلوب يستخدم كثيراً في مقاومات الشائعات حيث أن عدم تكررها وتكذيبها يعتبر من الأساليب الجيدة المستخدمة بمقاومتها وكما نعلم فإن الشائعة عنصرين أساسيين هما: الغموض والأهمية فعندها تتقلص ويبدأ تأثيرها في الجماهير بالتراجع والاضمحلال<sup>2</sup> .

<sup>1</sup> جميلة عبد اللي، جميلة بور باح، المرجع السابق، ص 36.

<sup>2</sup> جميلة عبد اللي، جميلة بور باح، المرجع السابق، ص 37.

## الشائعات كمقاس لتحركات الرأي العام:

## 1. الشائعات الناجحة في تبعية الرأي العام:

الرأي العام شديد الحساسية للشائعات التي توصلت في ذبوعها وانتشارها الجماهيري جداً يجعل لها أثر كبير في الاهتمامات والتطلعات العامة ولهذا فإن الشائعات التي تؤثر في الرأي العام يمكن أن ترجع تأثيرها إلى واحد أو أكثر من الاسباب التالية:

أ/ تصنيف محدود الإعلام الجماهيري عن موضوع معين وفرض نطاق من السرية حوله مما يجعله مجالاً لكثير من الافتراضات والتكهنات وقد يصل استغلال هذا الغموض إلى درجة كبيرة من الخطورة ولذا فإن مواجهة الرأي العام بصورة مكشوفة بكافة الحقائق المتعلقة بالموضوعات ذات الأهمية الكبرى في المجتمع يطفئ الشائعات والتكهنات.

ب/ ارتباط موضوع الشائعات بجانب هام حياة الجماهير دون أن تستطيع هذه الأخيرة التعبير عن طريق الأساليب التواصل المألوفة وإما نتيجة لعدم سريان الاتصال من القاعدة إلى القمة وإما لعدم توافر إمكانيات التعبير عن الرأي داخل الجماعات.

ج/ أن تكون طبيعة الإشاعة من النوع الذي يفوت على أجهزة الإعلام أو وحدات الجماهيرية إدراك حقيقتها كشائعة مما يدفع بها إلى اختيار الحوافز الجماعية الضيقة ويمكنها من تشكيل رأي عام حولها أو تأثير في الرأي العام أو التأثير في الرأي العام القائم حول موضوعاتها.

أساليب الإشاعة في تغير الرأي العام: وهي عديدة نذكر منها:

أ/ الأسلوب الاستخباري والاستنكاري أو الإثباتي في نقل الشائعات:

يعتبر هذا الأسلوب من أكثر الأدوات المساعدة على اقتحام طريقها إلى الرأي العام.....

الحالة الأولى: وهي الأسلوب الأول حيث يناظر فيه ناقل الشائعة ليس إل..... المقال من عدمه فيوجه إلى

زميله فكرة جديدة حول موجة الاعتقالات وأن زبداً من الناس معتقل فيبدأ واحد من الاحتمالات.

- يبدأ متلقي الإشاعة استنكار مباشر بتنفيذها.

- يبدأ بالدهشة ثم التعاطف مع صاحب القضية أو يؤكد سماعه النبأ.

- أو تأكيدها وإضافة بعض المعلومات.

- وعلى أثرها هذا نجد أن مستقبل الإشاعة يأخذ موقف مما يلي:<sup>1</sup>

- فقد يبدي تأكيده للاستنكار ويتطوع بتفسير للقضية ويسهم بذلك في ترويج الإشاعة.

<sup>1</sup> ميلود سفاري مراد زعيبي، حاتم الصيد، المرجع السابق، ص 147-148.

- و قد يبدى دهشة الموضوع وانه يسمع ذلك أول مرة فيزيد مروج الإشاعة في تأكيدها وتثبيتها.  
الحالة الثانية:

وهو الأسلوب الثاني حيث أن خاصية الأسلوب الاستنكاري تكمن في انه قناع مؤقت يستخدم لجس النبض مستقبل الشائعة والتعرف على اتجاهاته وآرائه ودرجة استرداده لتقبلها فهو مدخل مؤقت. تنفذ منه الإشاعة بصورة غير مكتوبة إلى الرأي العام فإذا تقبل يستعمل الأسلوب الاتباتي بواسطة التفسير وتقديم المعلومات ويكون هذا سواء بتنقل شفوي أو عن طريق وسائل الإعلام ، إما إذا لم يتناقلها فإنه لا يستطيع تجاوز الأسلوب الاستنكار الذي يريد أن تمهد به لدوافع الشائعة لانتشار.

ب/ أسلوب نشر الشائعات:

قد يتخذ صورة روائية كلامية في أسلوبها القصصي المؤلف كما يستعمل الدعاية والنكتة أي أسلوب غير مباشر ومن أخطرها في نشر الإشاعة لماله من تأثير كبير على الرأي العام خاصة الرأي العام المنقاد كما قدم يستخدم الكاركاتير كما يعرف أن هذا النوع له قوة جاذبية بعيدة وفي جميع المستويات الثقافية قد يتعدى الإطار المحلي القومي<sup>1</sup>

### نطاق الإشاعات كأسلوب أو كأداة إدارية:

تلجأ إليها أجهزة الدولة ووسائل الإعلام الجماهيرية بقصد التعرف على درجة تعينه للرأي العام أو اتجاهاته إزاء موضوع معين وفي هذه الحالة الأخيرة يؤدي إطلاق الشائعة وطبقة اجتماعية وبهذا تعتبر أسلوبا وظاهرة غير مرضية من جهة ومن جهة أخرى لتغيره.

يلجأ مطلقو الشائعات إلى أسلوب الضغط والتكرار الذي أثبت نجاحا كبيرا في التأثير على الرأي العام وفي خلق اتجاهاته تنبثق نتيجة لعامل التكرار وذلك بمقاومة التذكر بها:

وكلما كان مضمون الشائعة يأخذ الأسلوب الرمزي في التعبير مستبعد عن النقد والترجيح المباشر أصبت الإشاعة هدفها بسهولة لأنها سوف تؤثر في البناء الاجتماعي .

### 3/ شبكات الإيصال وقادة الرأي:

أن تأثير الأفراد في نقل الشائعات أسرع من رد الفعل الذي تتخذه الأجهزة الإعلامية ويلاحظ أن المؤثرين ذوي النفوذ يكونون مقربين من هؤلاء الذين يقعون تحت تأثيرهم ولهذا وكانوا من النفس الطبقة الاجتماعية كان تأثيرهم قوي وأكثر فاعلية وكما نجد شخصا من الطبقة أعلى يؤثر من شخص من طبقة أدنى أو العكس ومن هنا كانت

<sup>1</sup> ميلود سفاري مراد زعيبي، حاتم الصيد، مرجع السابق، ص 147-148.

أهمية التعرف على قادة الرأي وذوي النفوذ وكل مجتمع محلي وقيادة الرأي هم الذين يشكلون رأيا عاما مهيمنة لأن هؤلاء يكونون أكثر تأثير بالأسلوب الإعلامي فهم بحكم وعيهم أقدر على تذوق المعلومات المدعمة بالأرقام والإحصاءات الدقيقة كما أنهم بحكم استنارتهم يستطيعون التمييز بين الشائعات وبين الإعلام الصادق .... وبهذا يتحقق عن طريق قادة الرأي العام المستنير والرأي شبكيا ثمن الاتصال الشخص عبر مجتمعهم المحلي، أنا إذا وقع أن تقبل قادة الرأي العام المنقاد ومن ثمة تكمن خطورة وقوع القادة ذلك ولكن من ثمة تكمن خطورة وقوع القادة في ذلك ولكن من النادر أن يحدث هذا<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> ميلود سفاري مراد زعيمي، حاتم الصيد، مرجع السابق، ص، 152.

## تمهيد:

تحتل المرحلة الميدانية أهمية خاصة في البحوث، فالقيمة الحقيقية للبحث لا تتمثل فقط في جمع التراث النظري و الاطلاع على البحوث و الدراسات التي تناولت المشكلة موضوع الدراسة، و إنما تتمثل في اعتمادها على العمل الميداني، فالمرحلة الميدانية من أهم مراحل الدراسة.

تعتبر مرحلة تفرغ البيانات والتعليق عليها وتحليلها من أهم مراحل البحث الميداني إذ على أساسها يبين الباحث النتائج إذا أراد الموضوعية والمصدقية لبحثه، وتأتي هذه المرحلة بعد النزول إلى الميدان وإتمام الدراسة الميدانية بتطبيق الاستمارة على عينة البحث، هذه الأخيرة التي يجب أن تكون ممثلة لمجتمع البحث، وبالتالي تكون البيانات والمعطيات التي تتضمنها معبرة على الواقع وتدل بصدق على المجتمع .

وبعد تحديد الإجراءات المنهجية يعتبر هذا الفصل خاتمة الدراسة، حيث سنستعرض فيه أهم وآخر جزء من الدراسة . فسنطرق فيه إلى ترجمة النتائج في شكل جداول ودوائر نسبية وعرض وتحليل هذه النتائج مع مناقشتها والخروج بنتيجة عامة... الخ.

1- عرض وتحليل ومناقشة البيانات

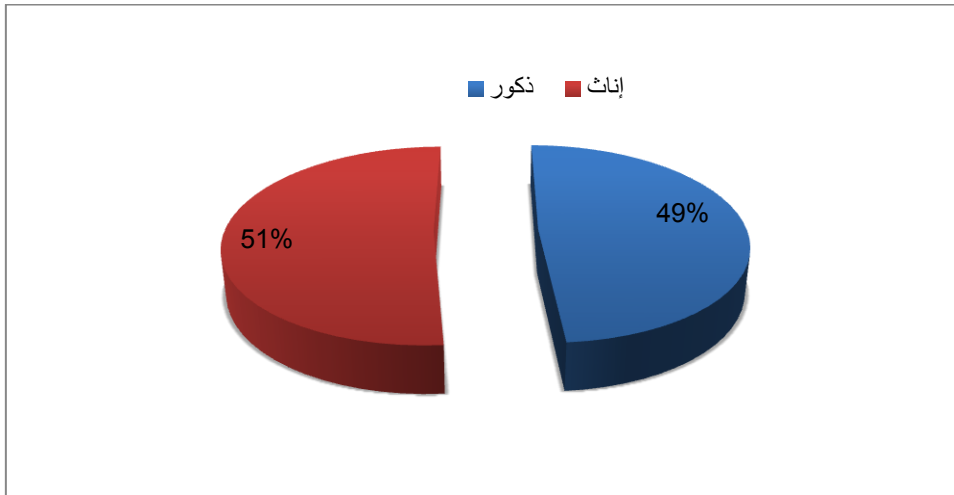
1-1- المحور الأول: البيانات الشخصية

الجدول رقم(1) :توزيع العينة حسب متغير الجنس

النسبة	التكرار	العينة الاجابة
%48.75	39	ذكر
%51.25	41	أنثى
% 100	80	المجموع

تشير نتائج الجدول أعلاه أن نسبة الاناث 61%، في المقابل بلغت نسبة الذكور 39%، وتفسر ذلك أن معظم أفراد العينة القصدية التي تجاوبت مع دراستنا كانت من فئة الاناث أكثر منها عند فئة الذكور خاصة وان الآونة الاخيرة شهدت ارتفاع نسبة الاناث المتمدرسات في الجامعة على غرار الطلبة من الذكور وهذا لانهم يعزفون على ارتياد الجامعة على اعتبار أن توجهاتهم واهتماماتهم مهنية بالدرجة الاولى ويفضلون العمل وجمع المال على الدراسة وهذا اما أكدته احصائيات وزارة التعليم العالي والبحث العلمي.

الشكل رقم (01) : الدائرة النسبية الخاصة بالجدول: الجنس

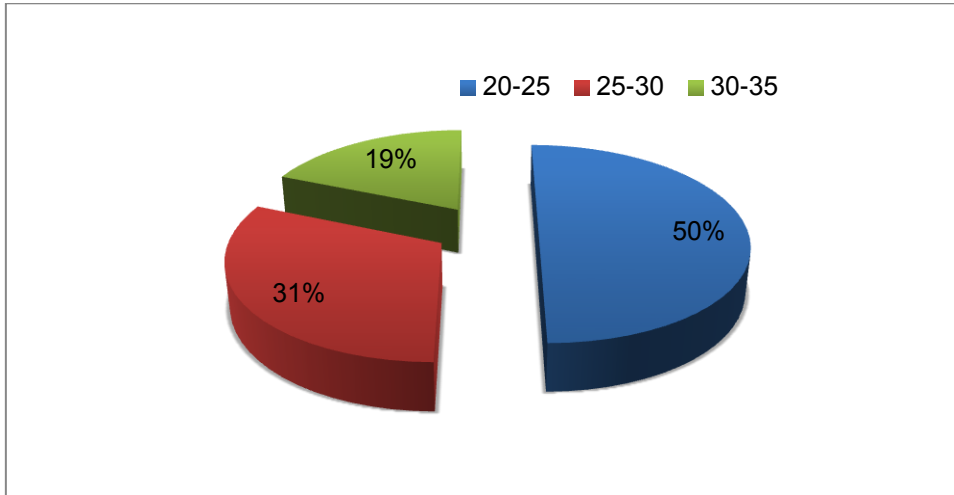


الجدول رقم (02) : توزيع العينة حسب متغير السن.

النسبة	التكرار	العينة الاجابة
%50	40	25-20
%31.25	25	30-25
%18.75	15	35-30
% 100	80	المجموع

تبين نتائج الجدول أعلاه الاكبر من عينة الدراسة تقع في الفئة العمرية 20-25 نسبة 50% ويعود ذلك ان عمر الطالب الجامعي الذي يزاول دراسته محدد ب هذا السن في الجزائر. وتليه فئة 30-25 ، نسبة 31.25% وهذا راجع الى ان افراد هذه الفئة غالبا ما تكمل دراستها العليا أو تلتحق بالجامعة ويعتبر المجتمع الجزائري من المجتمعات الشبابية في حين أن فئة 30-35 سنة تمثلت بالنسبة 18.75% وهذا راجع الى الالتحاق المتأخر بالجامعة لظروف اجتماعية أو تأخر دراسي .

الشكل رقم (02) : الدائرة النسبية الخاصة بالجدول : يمثل توزيع العينة حسب متغير السن .

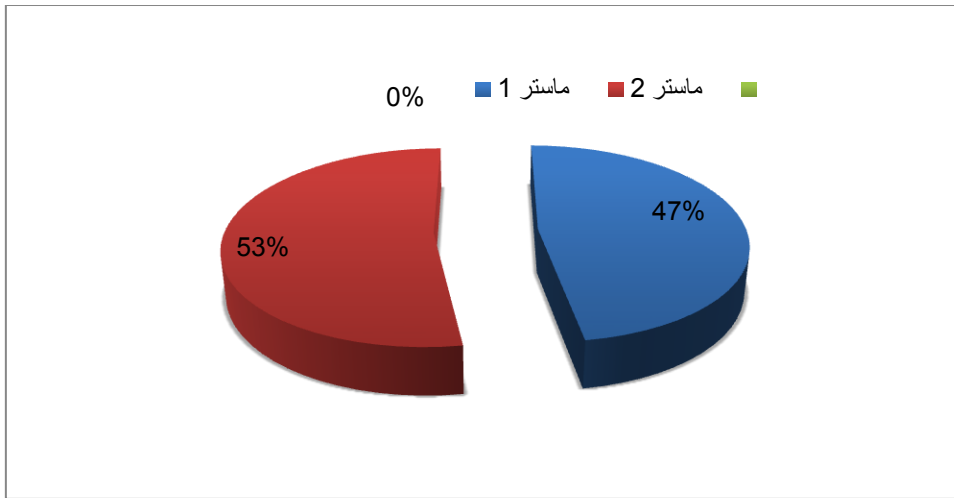


الجدول رقم(03) : توزيع العينة حسب متغير المستوى التعليمي

النسبة	التكرار	العينة الاجابة
%47.50	38	ماستر 1
%52.50	42	ماستر 2
%100	80	المجموع

يظهر الجدول أعلاه أن نسبة طلبة ماستر 2 تحتل الصدارة بنسبة %52.50 في حين أن نسبة طلبة ماستر 1 كانت بنسبة %47.50 وتفسير ذلك أن طلبة جامعة المسيلة انفتحت على الدراسات العليا، حيث قامت بفتح مناصب جديدة خاصة في قسم العلوم والاتصال.

الشكل رقم (03) : الدائرة النسبية الخاصة بالجدول : المستوى التعليمي

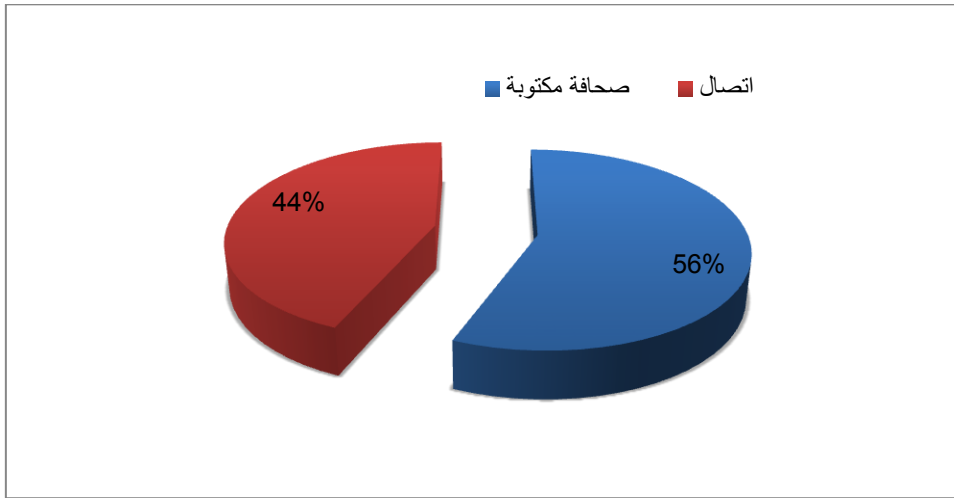


الجدول رقم(04) : توزيع العينة حسب متغير التخصص.

النسبة	التكرار	العينة الاجابة
56.25%	45	صحافة مكتوبة
43.75%	35	اتصال
100 %	80	المجموع

يظهر الجدول أعلاه أن نسبة طلبة تخصص الصحافة المكتوبة يحتل الصدارة بنسبة 56.25% على غرار طلبة الاتصال الذين يحتلون 43.75% وهذا يعبر عن توجه الطلبة الى التخصص الجديد الذي اتاحه قسم علوم الاعلام والاتصال الا وهو الصحافة المكتوبة كفضاء جديد يتيح للطلبة اطلاق العنان لإبداعاتهم في هذا المجال بطرق منهجية صحيحة على يد اساتذة متمكنين في هذا المجال.

الشكل رقم (04) : الدائرة النسبية الخاصة بالجدول: حسب التخصص.



## 2.1. المحور الثاني : مواقع التواصل الاجتماعي والإشاعات التي تحققها ؟

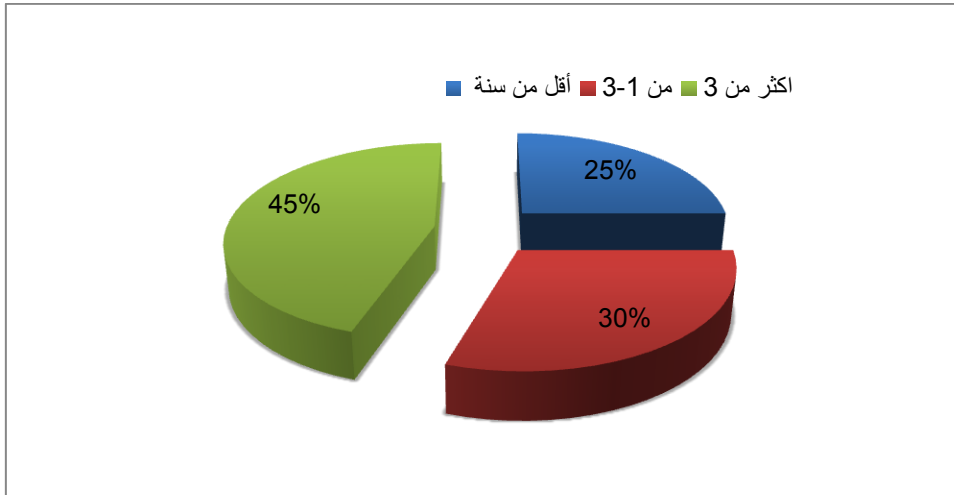
الجدول رقم (05) : يمثل استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي؟

النسبة	التكرار	العينة الاجابة
25.00%	20	أقل من سنة
30.00%	24	من سنة إلى 3 سنوات
45.00%	36	أكثر من ثلاث سنوات
100 %	80	المجموع

يمثل الجدول أعلاه مدة استخدام افراد العينة لموقع التواصل الاجتماعي وتشير النتائج الى أن حوالي نصف العينة بدؤه يستخدمون الموقع منذ أكثر من ثلاث سنوات بنسبة 45% يليهم 30% من سنة الى 3 سنوات في حين يستخدمه 25% أقل من سنة.

وهذا راجع الى الثورة التي أحدثتها مواقع التواصل الاجتماعي وما أتاحتها من تطبيقات سهلة جذبت اليها شريحة الطلبة وذلك لوعيمهم الكبير لتكنولوجيات الحديثة ومحاولة اكتساحها والتمكن منها. في حين هناك من طلبة من تعرفوا عليه " أقل من سنة" هم في الغالب شباب تعرفوا على هاته المواقع انطلاقا من زملاء الجامعة أو الإقامة .

الشكل رقم (05) : الدائرة النسبية الخاصة بالجدول : يمثل استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي؟



الجدول رقم (06) : يمثل المواعيد التي تزيد فيها المشاركة في مواقع التواصل الاجتماعي ؟

النسبة	التكرار	العينة الاجابة
%15.00	12	المواعيد السياسية
%47.50	38	المواعيد الرياضية
%25.00	20	مواعيد التوظيف
%12.50	10	أحداث أخرى أذكرها
% 100	80	المجموع

يبين الجدول اعلاه أن أعلاه أن الحصيلة الاعلى للمواعيد الرياضية بنسبة %47.50 ويليهها مواعيد التوظيف

بنسبة %25 ثم المواعيد السياسية بنسبة %15 مع ذكر أحداث أخرى وكانت بالنسبة %12.50.

وهذا ان على شيء فإنما يدل على ان معظم الشباب يهتمون بالرياضة فهي تأخذ حيزا كبيرا لأنها تدخل ضمن

اهتماماتهم وكل ما يتعلق بأخبار نواديهم والنتائج الرياضية في مختلف المناسبات وكذا ينصب اهتمامهم على

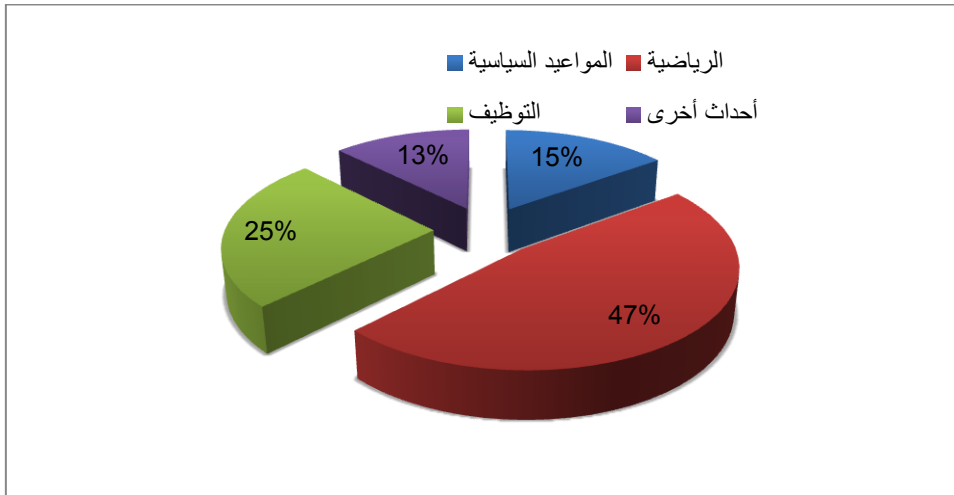
مواعيد التوظيف وذلك يدل على الاهتمام المطلق بمستقبلهم .

كما أنهم يعزفون على كل ما يتعلق بالأخبار السياسية والمشاركة في المواعيد الانتخابية وعدم اكتراثهم بما يحدث

داخليا وخارجيا والاهتمام الا بما يهم ويرضي ميولاتهم ومصالحهم الخاصة.

الشكل رقم (06) : الدائرة النسبية الخاصة بالجدول : تمثل المواعيد التي تزيد فيها المشاركة في مواقع

التواصل الاجتماعي ؟



الجدول رقم (07) : يمثل أكثر خدمة يستخدمها أفراد العينة وقت تصفحهم للمواقع التواصل

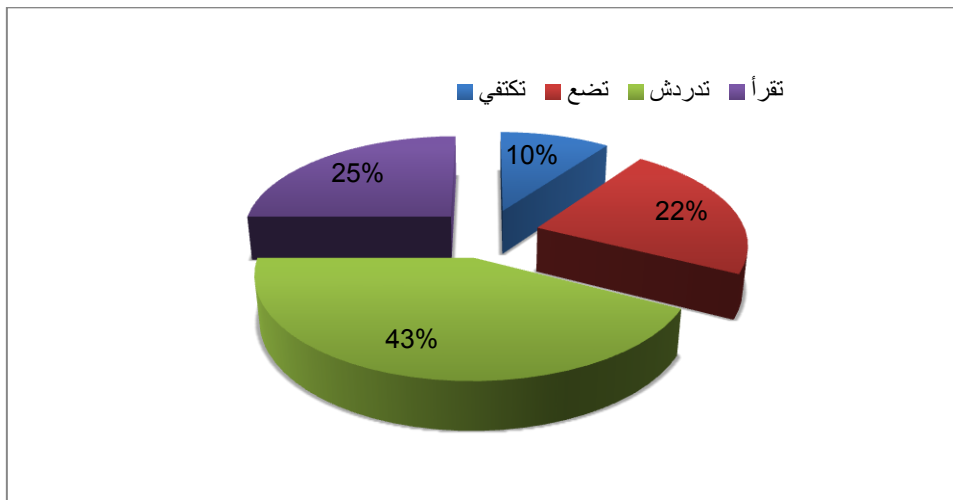
الاجتماعي؟

النسبة	التكرار	العينة الاجابة
10%	08	تكتفي بقراءة مشاركات أصدقائك
22.50%	18	تضع مشاركات على حائطك
42.50%	34	تدردش مع أصدقائك
25.00%	20	تقرأ وتعلق على مشاركات أصدقائك
100%	80	المجموع

يبين الجدول التالي أعلاه خدمة يستخدمها المبحوثين وقت تصفحهم وقد أجاب جلهم يدرشون مع أصدقائهم بنسبة 42.50% يليهم 20 مبحوث بنسبة 25% يقرؤون ويعلقون على مشاركة الاصدقاء، ويضع بعضهم بنسبة 22.50 مشاركات على حائطهم الافتراضي في حين يكتفي 10% بقراءة المشاركات الاصدقاء. وتفسير هذه النتائج ان عينتنا من الطلبة تكتفي بالدرشة فقط دون البحث على اتقان تطبيقات اخرى لأنها الأسرع والأسهل وكذا راجع الى مجانية التواصل مقارنة مع الوسائل الاتصال الاخرى.

الشكل رقم ( ) : الدائرة النسبية الخاصة بالجدول : تمثل أكثر خدمة يستخدمها أفراد العينة وقت

تصفحهم للمواقع التواصل الاجتماعي؟



الجدول رقم (08) : يمثل معيار اختيار افراد العينة لأصدقائهم في مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة	التكرار	العينة الاجابة
%26.25	21	المستوى المعرفي والثقافي
%41.25	33	علاقة القرابة و الأصدقاء
%32.50	26	الاهتمام المشترك
% 100	80	المجموع

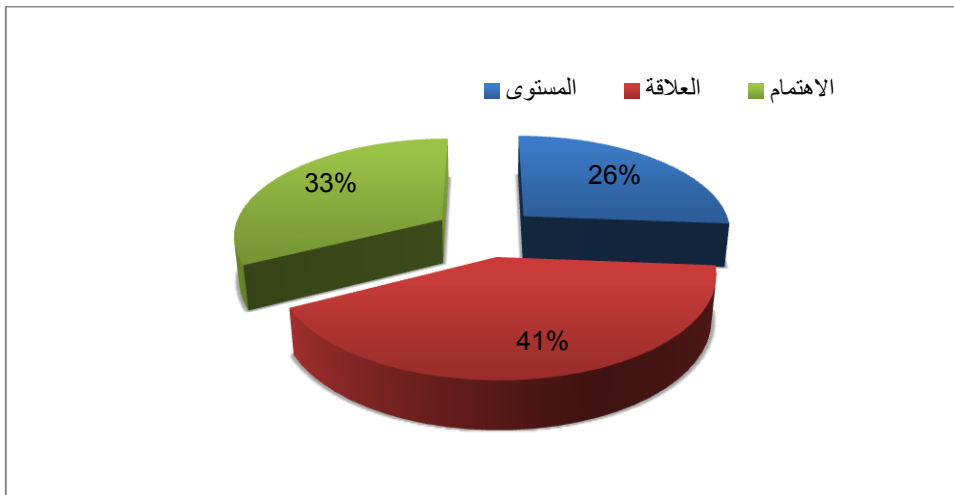
من خلال الجدول أعلاه تبين أن النسبة الاعلى عم الذين يختارون أصدقائهم بناء علاقة القرابة والصدافة بنسبة %41.25 في حين الذين يختارون أصدقائهم حسب الاهتمام المشترك بنسبة %32.50 مقابل %26.25 يختارون حسب المستوى المعرفي والثقافي.

وتبين النتائج أن نسبة الياس بها من مستخدمين افراد العينة يستخدمونها للتواصل مع اصدقائهم، على اساس القرابة والمعرفة القبلية وهذا راجع الى أن الاهتمامات المشتركة لهذا النوع من الصداقات تفرض طبيعتها. حيث أفراد العينة يخشون المغامرة في معرفة أصدقاء جدد غير معروفين الهوية وذلك من أجل حوار جدي وصريح والحفاظ على بعض الخصوصيات.

في حين يسعى البعض لأصحاب ذوي الاهتمامات المشتركة لتوسيع مجال الحوار والوصول لتفاصيل أدق فحين يذهب الآخرون لرفع المستوى الثقافي والوصول الى اقصى الدرجات.

الشكل رقم (08) : الدائرة النسبية الخاصة بالجدول : يمثل معيار اختيار افراد العينة لأصدقائهم في

مواقع التواصل الاجتماعي

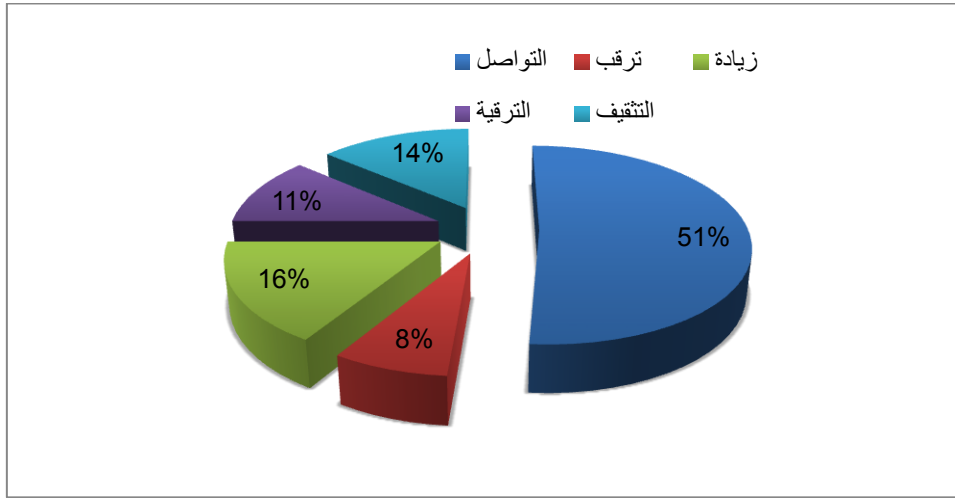


الجدول رقم(09) :يمثل دوافع استخدام افراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي؟

النسبة	التكرار	العينة الاجابة
51.25%	41	التواصل مع الأصدقاء
7.50%	06	ترقب الأحداث والسعي للبحث عن فرص عمل
16.25%	13	زيادة المعلومات والمعارف
11.25%	09	الترقية والتسلية
13.75%	11	التثقيف
100 %	80	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول ان اكبر نسبة هم الذين يتواصلون مع الاصدقاء بنسبة 51.25% فأصبحت هاته المواقع الوجهة الحقيقية للطلبة، من خلال طرح القضايا والنقاش المفتوح دون حدود أو رقابة في عالم افتراضي يفتح لهم أبوابا أوسع للتعبير بكل حرية ودون خوف من أي رقيب يليها زيادة المعلومات والمعارف بنسبة 16.25% وهذا ما أتاحتها هاته المواقع في نشر كل ما هو جديد مستنكر ويليئه التثقيف بنسبة 13.75% وهو الانفتاح على ثقافات العالم من باب أوسع، وابعاد في فضاءات أرحب، وكسب أكبر قدر من المعلومات ويليئه الترفيه والتسلية بنسبة 11.25% وذلك لتعدد الألعاب وتطورها وطرق الحصول عليها، واحداث التطبيقات والبرمجيات ويليئه ترقب الاحداث بنسبة 7% حيث تنشر أبرز الاحداث الحصرية خاصة في السنوات الاخيرة، وتأتي هذه النتائج لتبين لنا أن أغلبية افراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي مع الاهل والاصدقاء وهو ما يميلنا الى الحيز الكبير الذي يشغله الاتصال في حياة الافراد، ونلاحظ ايضا بأن النتائج هذه تؤكد بأن من أهم الدوافع للاستخدام هاته المواقع هو التثقيف وكذا التعرف على الاخبار ومواكبة الاحداث الجارية، ومن جهة اخرى نجد أن يبحثون عن طرق جديدة لتعويض الفراغ الذي غالبا ما يكون عن طريق بناء علاقات اجتماعية افتراضية حيث يأتي دافع التعرف على أشخاص جدد والتواصل مع الاهل والاصدقاء لتبين لنا حاجة مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي الى التواصل هو الدافع الحقيقي الذي يدفعهم للاستخدام هاته المواقع، وهذا ما وضعه الجدول.

الشكل رقم (09) : الدائرة النسبية الخاصة بالجدول : يمثل دوافع استخدام افراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي؟



الجدول رقم (10) : يمثل معيار الحاجات التي تلبىها شبكات التواصل الاجتماعي

النسبة	التكرار	العينة الاجابة
16.25%	13	معرفة الواقع
30.00%	24	اشباع الفضول
15.00%	36	التعبير بكل حرية
8.75%	07	أخرى تذكر
100%	80	المجموع

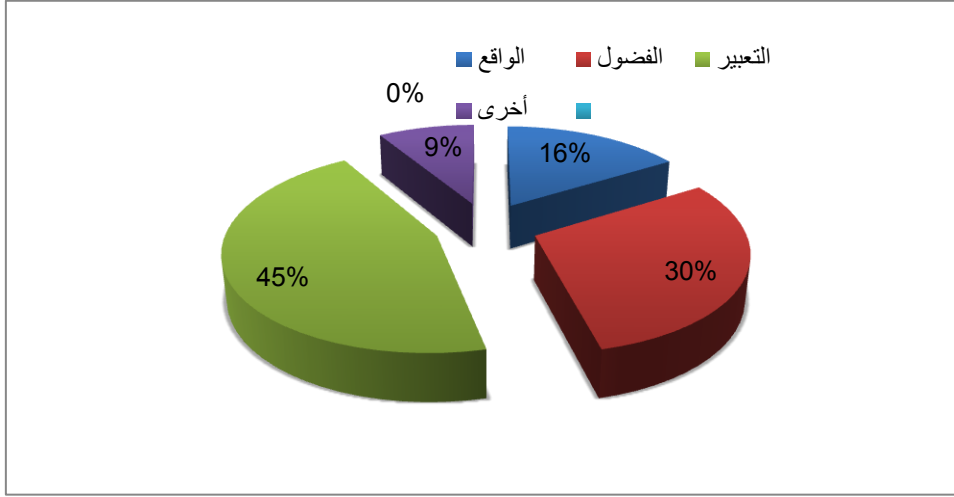
يوضح الجدول الحاجات التي تلبىها مواقع التواصل الاجتماعي للأفراد العينة القصديية بنسبة الاكبر كانت حاجة اشباع الفضول بنسبة 30% وفي المرتبة الثانية معرفة الواقع بنسبة 16.25% وفي المرتبة الثالثة التعبير بكل حرية بنسبة 15% وفي المرتبة الرابعة اخرى تذكر بنسبة 8.75%.

وتؤكد نتائج الجدول أن مواقع التواصل الاجتماعي نجحت في اشباع فضول الطلبة من خلال التواصل مع الاصدقاء ويعتقد افراد العينة أن أهم حاجة لتتم المواقع عبر التواصل مع الآخرين كما ساعدهم في تعرف على واقعهم وحقائق لم تكن معلومة كما ساعد على الحرية وذكروا أن تعد فرصة الاكثر تحمرا وأقل رقابة وملاذ لهم

لتعبر عن مواقفهم ونفس عنهم يطرح انشغالاتهم وحتى وان استلزم الامر الانتقاء وراء اسماء مستعارة او رموز وغيرها ...

الشكل رقم (10) : الدائرة النسبية الخاصة بالجدول : تمثل معيار الحاجات التي تليها شبكات التواصل

الاجتماعي



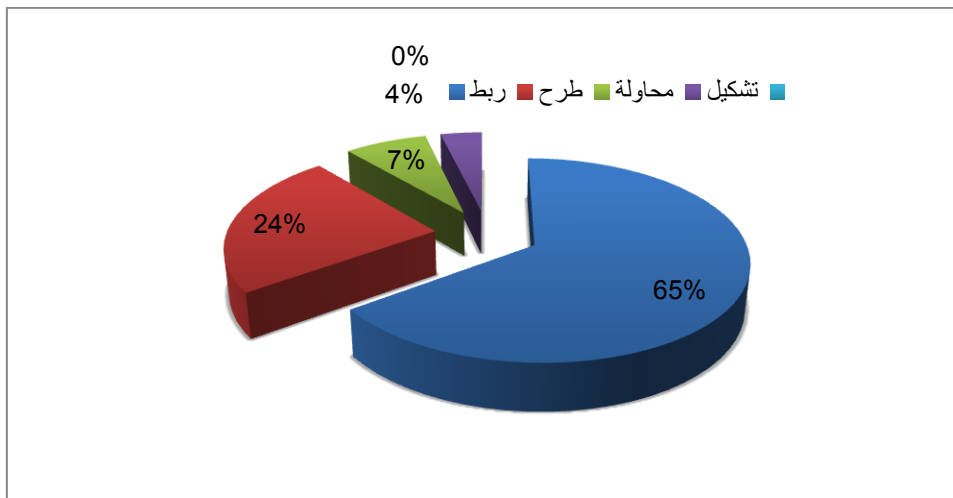
الجدول رقم(11) :يمثل الإشاعات التي تحققها هاته مواقع لأفراد العينة

النسبة	التكرار	العينة الاجابة
65.00	52	ربط علاقات الصداقة
23.75	19	طرح مشكلات تخص حياتك الاجتماعية
07.50	06	محاولة ايجاد الحلول
03.75	03	تشكيل لخدمة قضايا معينة
% 100	80	المجموع

ان هاته المواقع تقوم بإشباع العديد من الحاجات لدى المستخدمين ولقد لبسنا حاجة ربط الصداقة بنسبة 65% وتليها طرح المشكلات تخص الحياة الاجتماعية بنسبة 23.75% وتليها مباشرة محاولة ايجاده حلول لمشاكلك بنسبة 7.50% ثم تشكيل لخدمة قضايا معينة 3.75%.

وتتعدد عوامل استخدام الموقع والإشباع المتحققة منه غير ربط الصداقة حيث يبحث افراد العينة لطرح لمشاكلهم والبحث عن حلول حقيقية لهاته المشاكل ومناقشتها مع اصدقائهم ومحاولة تغير احوالهم.

الشكل رقم (11) : الدائرة النسبية الخاصة بالجدول رقم (11): يمثل دور وأهمية النشاط الرياضي في رفع المعنويات للتلاميذ الممارسين.



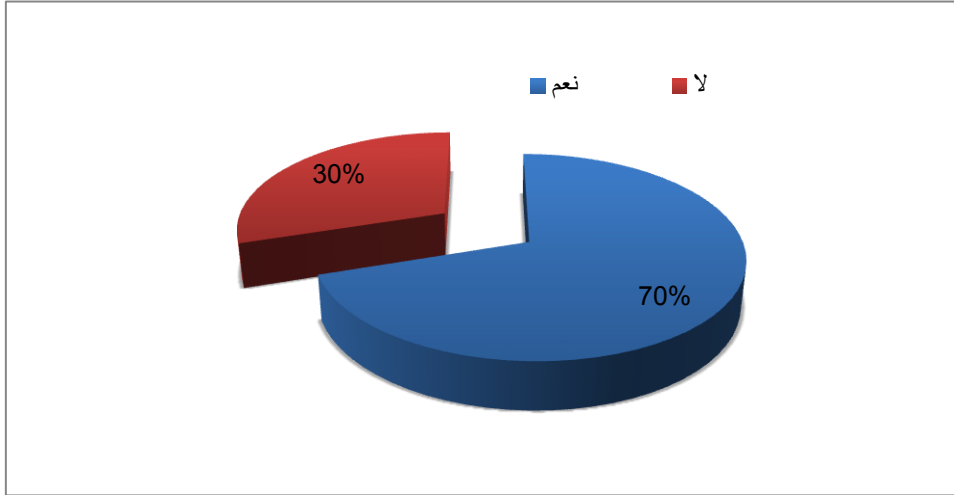
من خلال الشكل البياني يظهر لنا أن معظم المربين يقلون أن النشاط الرياضي المطبق من طرفهم يساهم في رفع معنويات الأطفال.

الجدول رقم(12) : يمثل معيار العضوية في مجموعات معينة على شبكات التواصل الاجتماعي.

النسبة	التكرار	الاجابة
%70.00	56	نعم
%30.00	24	لا
% 100	80	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول الاعلى ان اكثر من نصف افراد العينة ينتمون الى مجموعات بنسبة %70 مقابل %30 منهم لا ينتمون الى أي مجموعة على مواقع التواصل الاجتماعي ذلك انما تتيح للفرد الافتراضي ان يجتمع بأخرين من مختلف أرجاء العالم يشاركونه الاهتمام سواء كان سياسيا او ثقافيا او اقتصاديا وغيرها.

الشكل رقم (12) : الدائرة النسبية الخاصة بالجدول : يمثل معيار العضوية في مجموعات معينة على شبكات التواصل الاجتماعي.



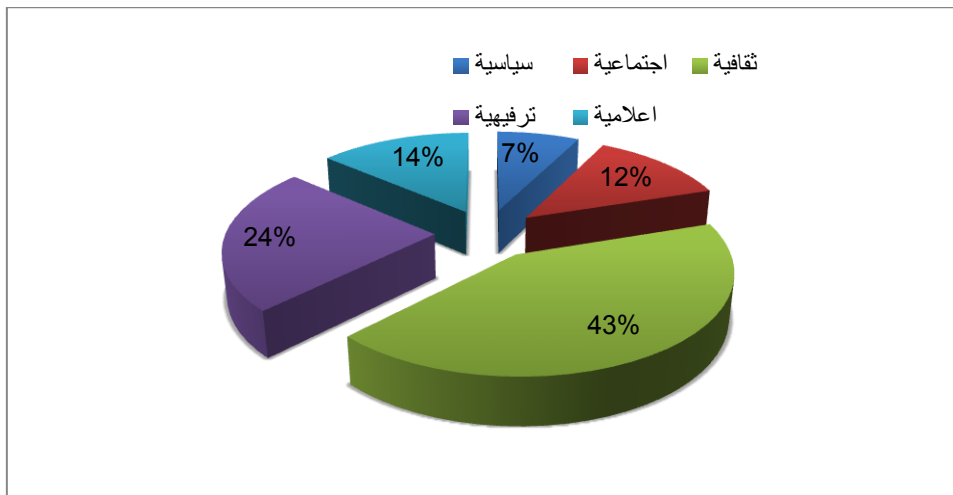
## الجدول رقم (13): يمثل معيار المجموعات وما نوعها ؟

النسبة	التكرار	العينة
07.50	06	الاجابة سياسية
12.50	10	اجتماعية
42.50	34	ثقافية
23.75	19	ترفيهية
13.75	11	اعلامية
% 100	80	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أن أكثر نسبة ذهبت الى المجموعات الثقافية بنسبة 42.50%، ثانيا الترفيهية بنسبة 23% والاعلامية بنسبة 13.75% والاجتماعية 12.50% وفي الاخير السياسية 7.50%. وهذا يدل على ان المجموعات الثقافية تأخذ حيزا كبيرا لأنها تخدمهم وتلبها الترفيهية والاجتماعية كالاشتراك في الاعمال الخيرية كمساعدة المرضى والفقراء جمع التبرعات وهو ما يعبر عن الروح التضامنية التي يتميزون بها افراد العينة.

ان هاته المجموعات تواصل الاجتماعي متخصصة في مجالات معينة التوظيف، البيئة، الصحة والسكن، وتخصصها هو الذي فتح المجال في الاشتراك والانخراط فيها والانطواء تحت هاته المجموعات لما لها من خصائص ومميزات واهتمامات خاصة .

## الشكل رقم (13) : الدائرة النسبية الخاصة بالجدول : تمثل معيار المجموعات وما نوعها



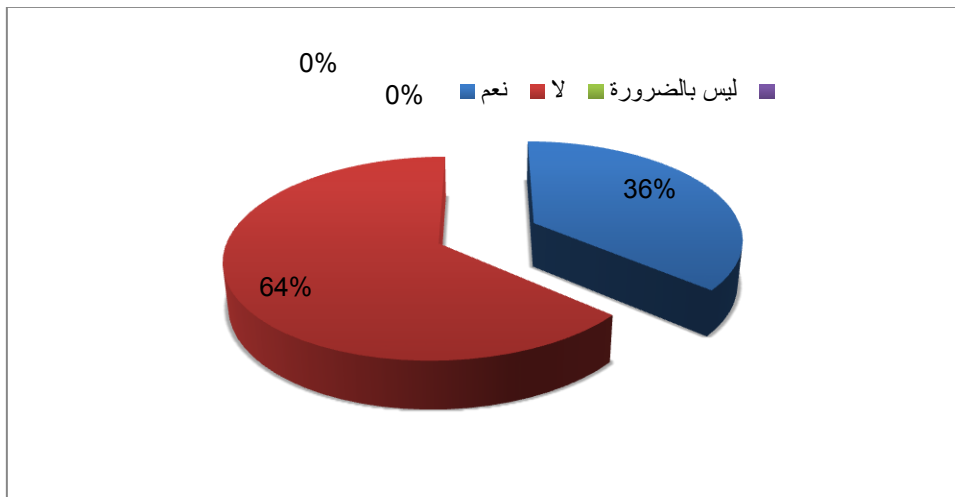
المحور الثالث: الاستخدام اليومي لشبكات التواصل الاجتماعي ومدى مساهمتها في الترويج للإشاعة.

الجدول رقم(14): هل تصدق الخبر لمجرد سماعه للوهلة الأولى ؟

النسبة	التكرار	العينة
		الاجابة
36.25%	29	نعم
63.75%	51	لا
00.00%	00	ليس بالضرورة
100 %	80	المجموع

ان ما هو ملاحظ في الجدول الاجابة ب لا بنسبة 63.75% والاجابة نعم بنسبة 36.25% وليس بالضرورة بنسبة 00.00% دليل على ان افراد العينة لديهم احترازا وشكوك من الاخبار المنشورة في هذا الفضاء الافتراضي على الرغم من استعمالهم الدائم لهم لانهم يبحثون عن الحقيقة ولا يصدقون الخبر لمجرد سماعه للوهلة الأولى .

الشكل رقم (14) : الدائرة النسبية الخاصة بالجدول: هل تصدق الخبر لمجرد سماعه للوهلة الأولى ؟

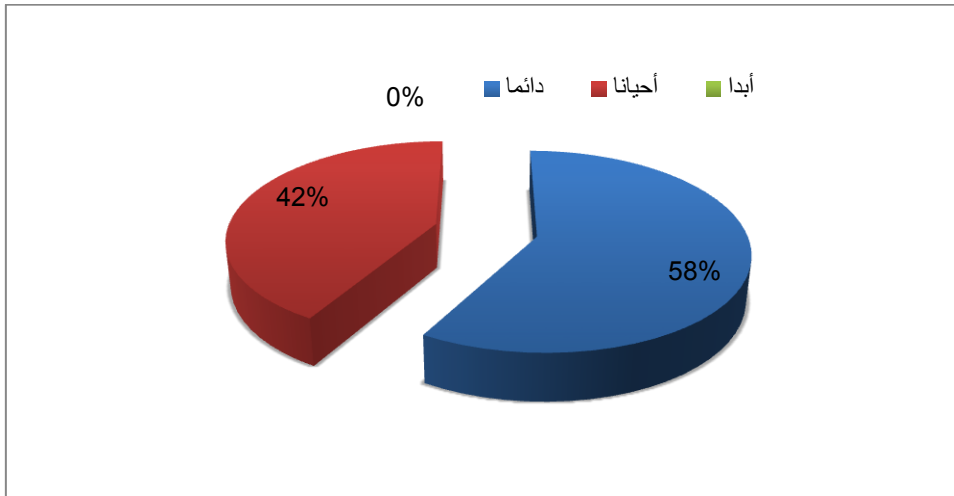


الجدول رقم(15) : كيف تفرق بين الخبر الكاذب وحقيقته ؟

النسبة	التكرار	العينة الاجابة
%23.75	19	عن طريق تكرار المعلومة
%76.25	61	التأكد من المعلومة
% 100	80	المجموع

من خلال النسب الموجودة في الجدول فان النسبة الأكبر نسبة التأكد من المعلومة بـ %76.25 وقدرة عن طريق تكرار المعلومة بـ %23.75 لأن الفضاء يتيح امكانية التوصل مع أكثر من شخص وبالتالي ما يساعد افراد العينة على التأكد من نوعية الأخبار من جهات متعددة بالإضافة الى سرعة التي تضيفها هذه المواقع في التأكد من صحة الخبر .

الشكل رقم (15) : الدائرة النسبية الخاصة بالجدول كيف تفرق بين الخبر الكاذب وحقيقته؟



الجدول رقم(16) : خاص في حالة عدم التأكد من عدم صحة الخبر كيف تتعامل مع هاته المواقع؟

النسبة	التكرار	العينة الاجابة
%12.50	10	ترك الموقع
%27.50	22	المداومة عليه
%60.00	48	التصفح مع التحفظ
% 100	80	المجموع

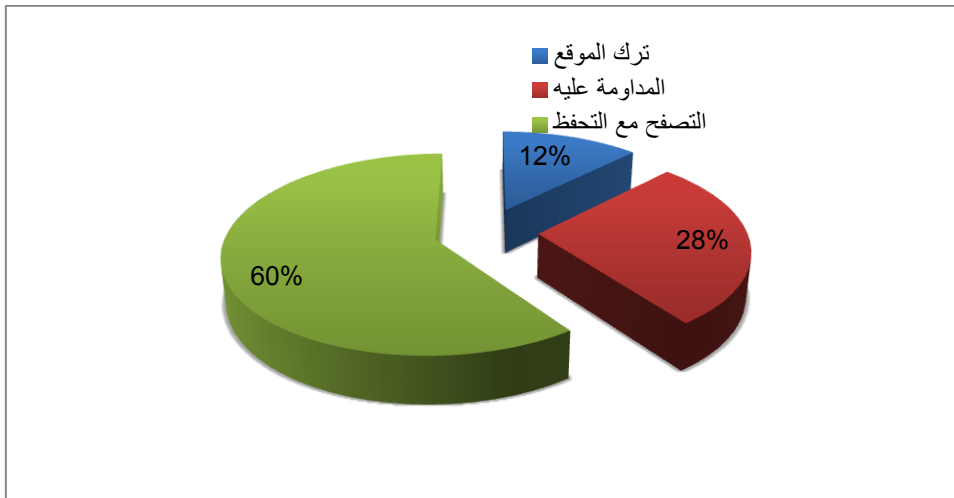
جاءت نسبة 60% لفائدة التصفح مع التحفظ يليها المداومة عليه بنسبة 27.50% ثم ترك الموقع بنسبة 12.50%. وهذا يدل على ان الطلبة لا يستطيعون الاستغناء عن هاته المواقع وان كانت تحمل الاخبار الكاذبة، وكانت حل ترك الموقع هو الاخير .

بل هناك من أصر على المداومة لتصفح هاته المواقع والمشاركة فيها ويعتبر حل التحفظ هو الحل الانسب بسبه افراد العينة .

فمواقع التواصل الاجتماعي تعتبر المخرج الوحيد لهم والمتنفس الوحيد لتعبير عن آرائهم مما ادى بهم الى التحري واستقصاء الحقيقة بدل ترك الموقع مباشرة

الشكل رقم (16) : الدائرة النسبية الخاصة بالجدول : خاص في حالة عدم التأكد من عدم صحة الخبر

كيف تتعامل مع هاته المواقع؟



الجدول رقم(17) :خاص بأن صادف وأن أعلن مسابقة عبر هذه المواقع .

النسبة	التكرار	العينة الاجابة
%15.00	12	تشارك مباشرة
%62.50	50	تسأل مرة أخرى
%22.50	18	لا تشارك
% 100	80	المجموع

من خلال الجدول اعلاه يلاحظ ان نسبة " تسأل مرة اخرى" هي المرتبة الاولى بنسبة %62.50 وتليها لا تشارك بنسبة %22.50 ثم " تشارك مباشرة" %15.

اعادة طرح السؤال يؤكد فرضية عدم التصديق كل ما يشير في هاته المواقع.

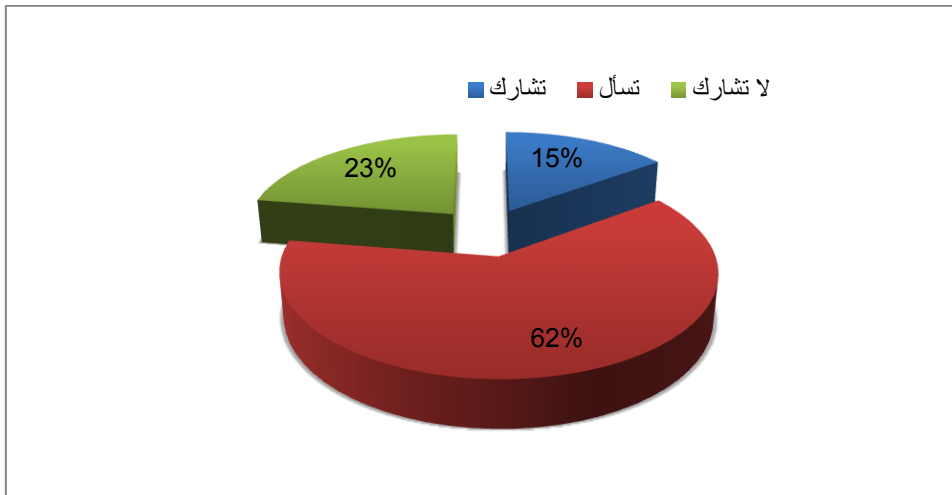
عدم التسرع في المشاركة بصفة مباشرة يمكن اعادة تداول اكبر مع الاصدقاء وسواء بالاتصال مباشرة او غير مباشرة.

السؤال مرة اخرى يعطي عدم ثقة افراد العينة واعادة السؤال ما يصدر من اخبار في هذا الفضاء.

ان مواقع التواصل الاجتماعي تعبر وسيلة مهمة من وسائل الاتصال.

الشكل رقم (17) : الدائرة النسبية الخاصة بالجدول :خاص بأن صادف وأن أعلن مسابقة عبر هذه

المواقع .



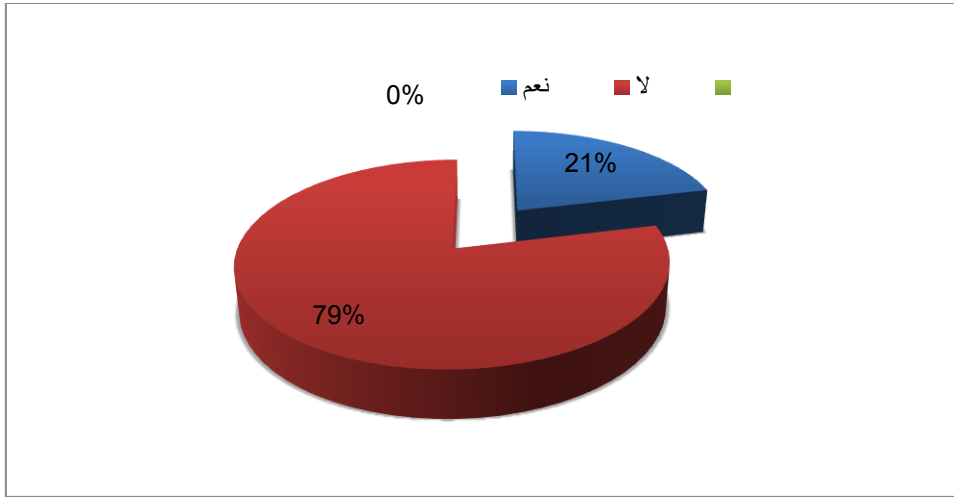
الجدول رقم(18) :هل تعتبر هذه المواقع مصادر موثوقة؟

النسبة	التكرار	العينة الاجابة
%21.50	17	نعم
%78.75	63	لا
% 100	80	المجموع

نلاحظ في الجدول اعلاه ان اجابة مبعوثين العينة اجابوا ب لا بنسبة %78.75 ونسبة الذين اجابوا بنعم قدرت نسبتهم ب %21.50.

معظم الطلبة يعتبرونها مصادر موثوقة والسبب راجع الى كثرة الاخبار الغير حقيقية والاشاعات في هذا الفضاء. وهناك ملايين الاخبار في نفس اليوم من مصادر متعددة من ما هو معروف مصدره ومنه من يحمل مصدره وهذا ما يجعلهم لا يصدقون كل ما يشر على هاته المواقع.

الشكل رقم (18) : الدائرة النسبية الخاصة بالجدول :هل تعتبر هذه المواقع مصادر موثوقة؟

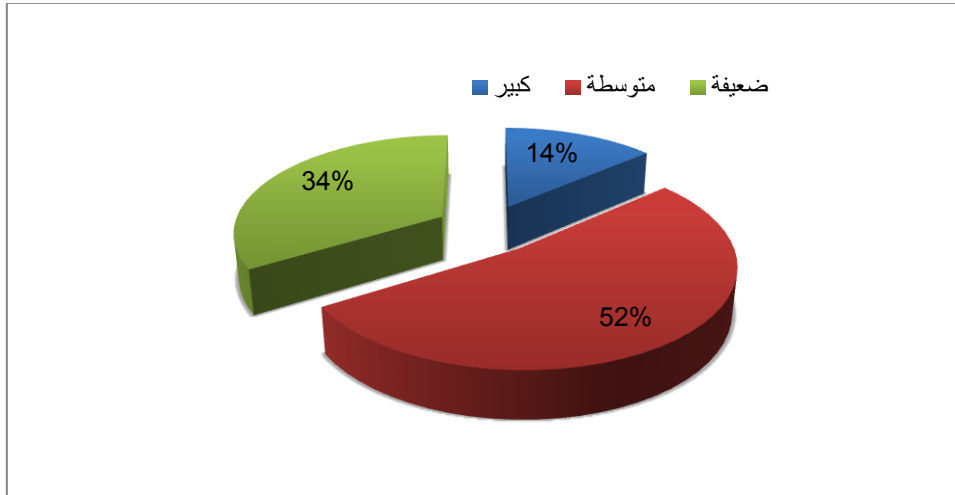


الجدول رقم(19) : ماهي أهم القضايا التي تستهويك وتهمك في هذه المواقع؟

النسبة	التكرار	العينة الاجابة
13.75	11	كبيرة
52.50	42	متوسطة
33.75	27	ضعيفة
% 100	80	المجموع

من خلال نتائج الجدول نلاحظ أن (52.50%) من آراء الطلبة يستهون القضايا المتوسطة، ونسبة (13.75%) يستهون القضايا الكبيرة وفي الأخير نسبة (33.75%) يستهون القضايا الضعيفة .

الشكل رقم (19) : الدائرة النسبية الخاصة بالجدول : ماهي أهم القضايا التي تستهويك وتهمك في هذه المواقع؟



من خلال الشكل البياني يظهر لنا أن جل نسبة الطلبة يستهون القضايا المتوسطة .

## المحور الرابع: أثر الاشاعة في طلبه المستخدمين لهاته المواقع؟

الجدول رقم(20) :ماهي انشغالات الطلبة على هاته المواقع ؟

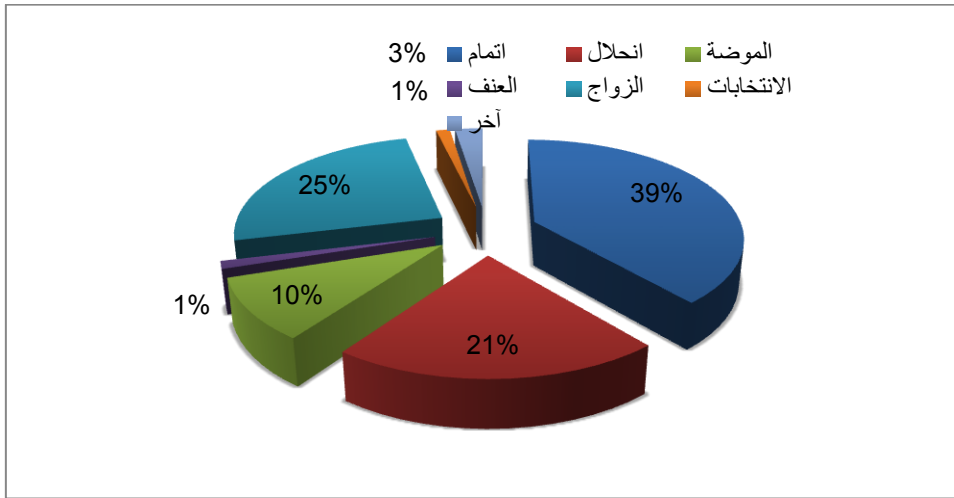
النسبة	التكرار	العينة الاجابة
38.75	31	اتمام الدراسة
21.25	17	انحلال أخلاقي
10.00	08	الموضة
01.25	01	العنف ضد المرأة
25.00	20	الزواج
01.25	01	الانتخابات
02.50	02	آخر تذكر
% 100	80	المجموع

يلاحظ الجدول التالي اعلاه ان نسبة اتمام الدراسة كانت 38.75% ثم الزواج بنسبة 25% وانحلال الاخلاقي بنسبة 21.25% ثم الموضة بنسبة 10% و ثم ذكر عدة انشغالات قدرت بـ 2.50% وجاءت الانتخابات 1.25% و 1.25% العنف ضد المرأة.

ان اهتمام طلبة الجامعة تتعدد اهتماماتهم ونلاحظ النسب التي عرضت في الجدول كان اهتمامهم الاول بإتمام الدراسة وذلك دليل على اهتمامهم ووعيهم بمستقبلهم وجاء الزواج وذلك بما أنهم شباب يطمحون الى زواج والحصول على فرص ناجحة في الدراسة والزواج وهناك من يرى هذه الشبكات تتيح له مشاهدة في مواقع اباحية ترضي فضولهم.

وشباب كعادتهم يعزفون عن المواعيد السياسية وكذا لا تستهويهم مواضيع العنف ضد المرأة فهم بطبعهم يميلون الى كل ما هو ثقافي ترفيهي وكل ما هو مسيء ببعدهم عن حقيقة مسالكهم كالبطالة والفقر وغيرها من المشاكل الاجتماعية.

الشكل رقم (20) : الدائرة النسبية الخاصة بالجدول : ماهي انشغالات الطلبة على هاته المواقع ؟



الجدول رقم(21) : خاص بمعيار كيفية التعامل مع الخبر عند الشعور بالمبالغة فيه؟

النسبة	التكرار	العينة
%41.25	33	الاجابة المتابعة
%23.75	19	الاهمال
%27.50	22	الاطلاع على مصادر أخرى
%07.50	06	أخرى تذكر
% 100	80	المجموع

نلاحظ في الجدول ان نسبة المتابعة بنسبة %41.25 والاطلاع من مصادر اخرى %27.50 والاهمال بنسبة %23.75 اخرى تذكر بنسبة %7.50.

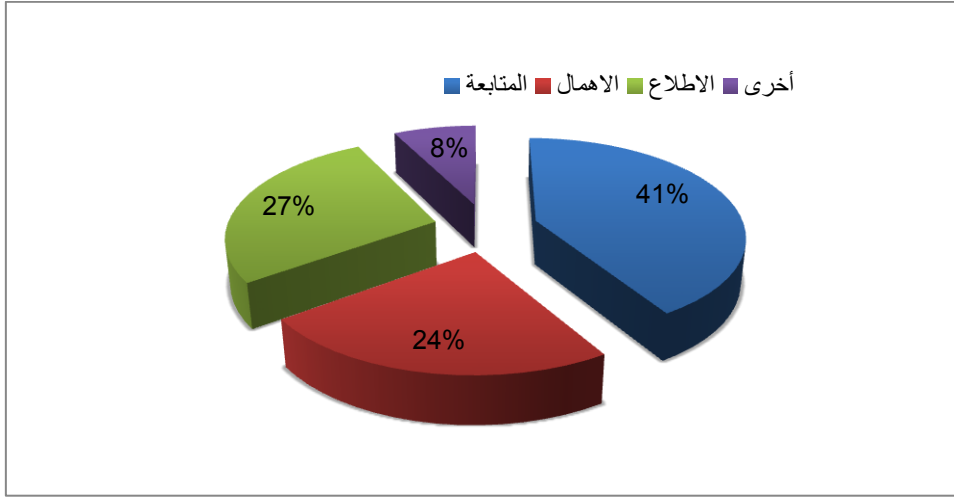
كانت نسبة المتابعة هي الاعلى وذلك ان الطلبة يرون انه يجب متابعة الخبر الى الاخير وذلك فضولا منهم وهناك يعرفون كيف يتعاملون معه.

وهناك من يطلع ممن مصادر اخرى الى اختصار المسافات ومعرفة الحقيقة مباشرة وهناك من يرى انه لا جدوى من مباحثته واخرى ذكرت هي من ذكر التفصي ومعرفة الحقيقة ومنهم من لا يتابع الاشاعات ولا يهتم به اساسا.

وطلبة بما انهم شباب يسعون دائما لمعرفة الجديد واحداث ما جرى في هاته الفضاءات الافتراضية.

لان الكثير من الاخبار تدعو للاستغراب خاصة عندما يكون مبالغ فيها ولذلك يضطر لتقصي في اثارها ومحاوله الوصول الى حقيقتها.

الشكل رقم (21) : الدائرة النسبية الخاصة بالجدول : خاص بمعيار كيفية التعامل مع الخبر عند الشعور بالمبالغة فيه



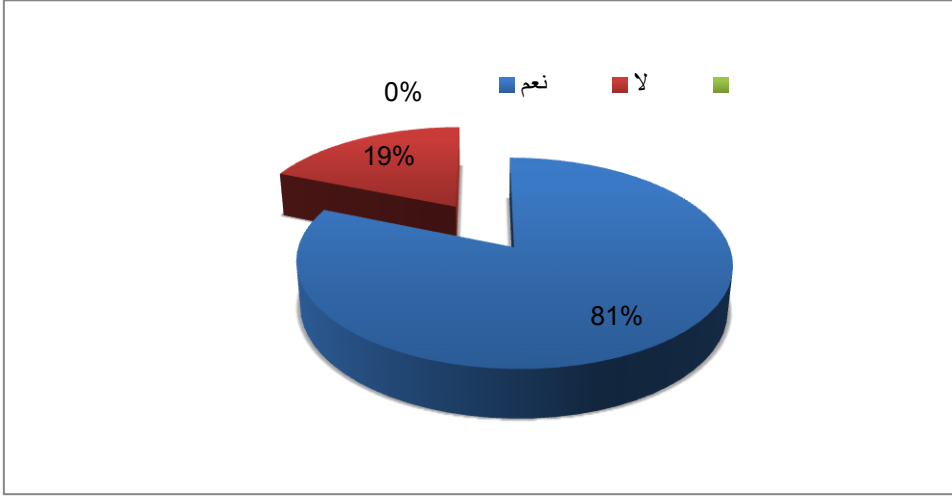
الجدول رقم (22) : خاص بمعيار قرارات وزيرة التربية الاخيرة؟

النسبة	التكرار	العينة
%81.25	65	الاجابة نعم
%18.75	15	لا
% 100	80	المجموع

نلاحظ في الجدول ان نسبة الاجابة بـ نعم قدرت بـ %81.25 والاجابة بـ لا كانت بـ %18.75.

وهذا دليل على انهم على دراية بكل القرارات الوزارية من مختلف الهيئات وخاصة وزارة التربية لإدراكهم بالمصير الذي ينتظرهم فهم يهتمون بكل ما يتعلق بالمجال الاكاديمي وانشغالهم بالتحصيل الدراسي ومحاولة معرفة طرق التوجيه.

الشكل رقم (22) : الدائرة النسبية الخاصة بالجدول : خاص بمعيار قرارات وزيرة التربية الاخيرة



الجدول رقم (23) : كيفية معالجة مواقع التواصل الاجتماعي لتفاصيل القرارات

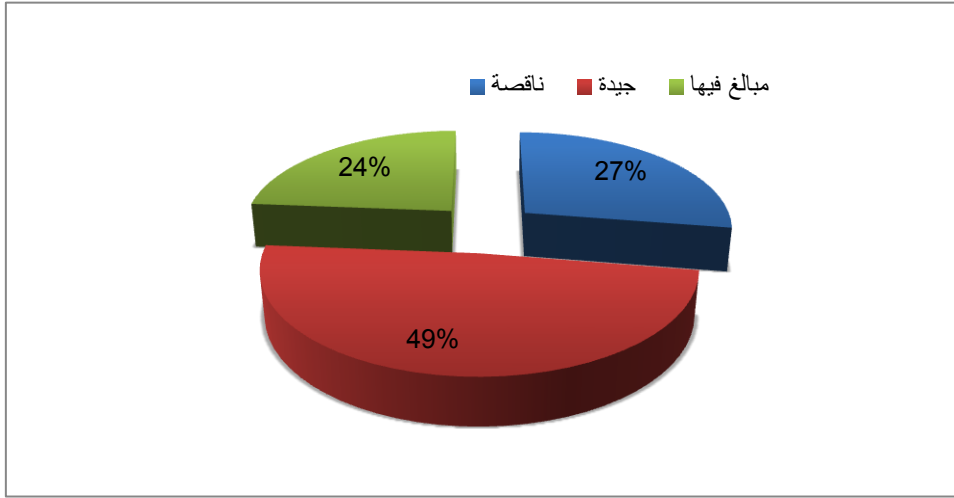
النسبة	التكرار	العينة
%27.50	22	الاجابة ناقصة
%48.75	39	جيدة
%23.75	19	مبالغ فيها
% 100	80	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول اعلاه ان نسبة التحليل كانت بالإجابة جيدة بنسبة %48.75 ثم تليه نسبة ناقصة بـ %27.50 وكانت نسبة %23.75 مبالغ فيها.

ومفادها ان افراد العينة يقولون ان تحليل مختلف المضامين كانت جيدة حيث انهم قاموا بإعطائهم معلومات كاملة فيما يتعلق بفحوى هذه القرارات وان هذه الفرضيات ساهمت في جعلهم أكثر حضوراً في فهم مختلف القرارات مهما كانت نوعيتها .

وهناك من قال انها ناقصة لم تكن تحمل جميع التفاصيل والرأي الاخر الذي تبني فكرة مبالغ فيها الى حد كبير.

الشكل رقم (23) : كيفية معالجة مواقع التواصل الاجتماعي لتفاصيل القرارات

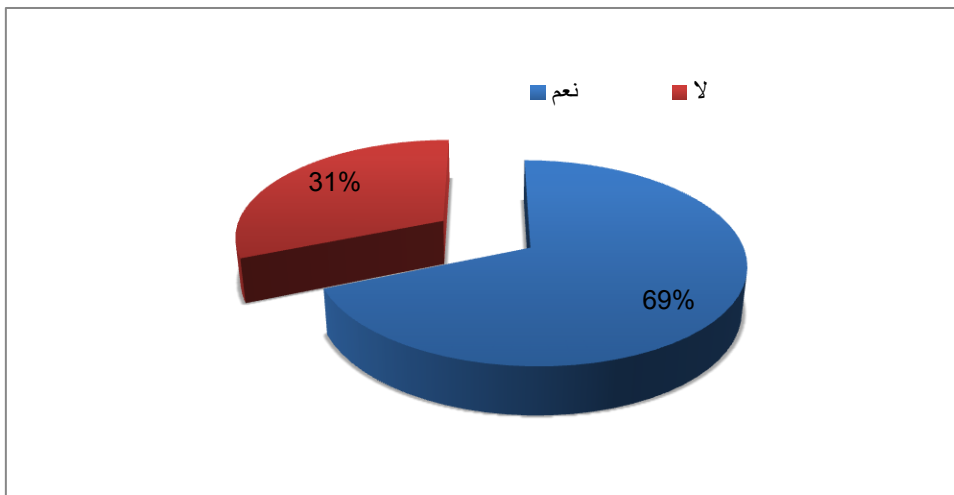


الجدول رقم (24) : احتواء القرارات على الاشاعات؟

النسبة	التكرار	العينة	الاجابة
68.75	55		نعم
31.25	25		لا
% 100	80		المجموع

نلاحظ من خلا الجدول ان نسبة الاجابة بـ نعم قدرت بـ 68.75% والاجابة بـ لا كانت بـ 31.25% من خلال هذه المضامين أكد افراد العينة ان القرارات احتوت على اشاعات متعددة من اضطرهم الى اعادة تصفح هذه القرارات وفهم محتوياتها.

الشكل رقم (24) : احتواء القرارات على الاشاعات؟



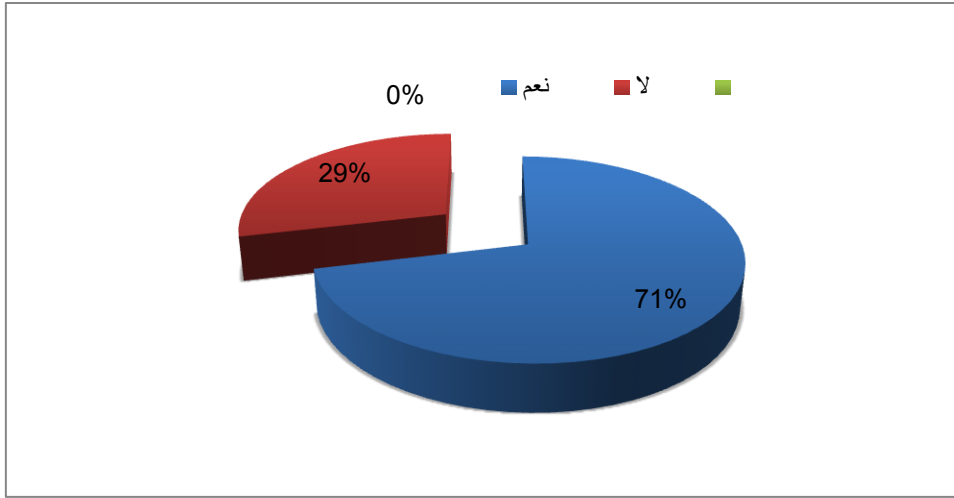
الجدول رقم(25) : هل الأخبار الغير أكيدة تزيد من تصفحك ؟

النسبة	التكرار	العينة الاجابة
%71.25	57	نعم
%28.75	23	لا
% 100	80	المجموع

نلاحظ في الجدول ان نسبة 71.25% كانت النسبة التي أخذت حيزا كبيرا حيث أجابوا ب نعم وكانت نسبة 28.75% بالنسبة القليلة واجابوا ب لا .

وهذا يدل على أن الاخبار الغير أكيدة تزيد من نسبة تصفحهم وهذا ما يوضح حرصهم على التأكد من الاخبار المتداولة.

الشكل رقم (25) : الدائرة النسبية الخاصة بالجدول:هل الأخبار الغير أكيدة تزيد من تصفحك ؟



الجدول رقم(26) :هل كانت الاشاعة سببا في زيادة الاضرابات الأخيرة ؟

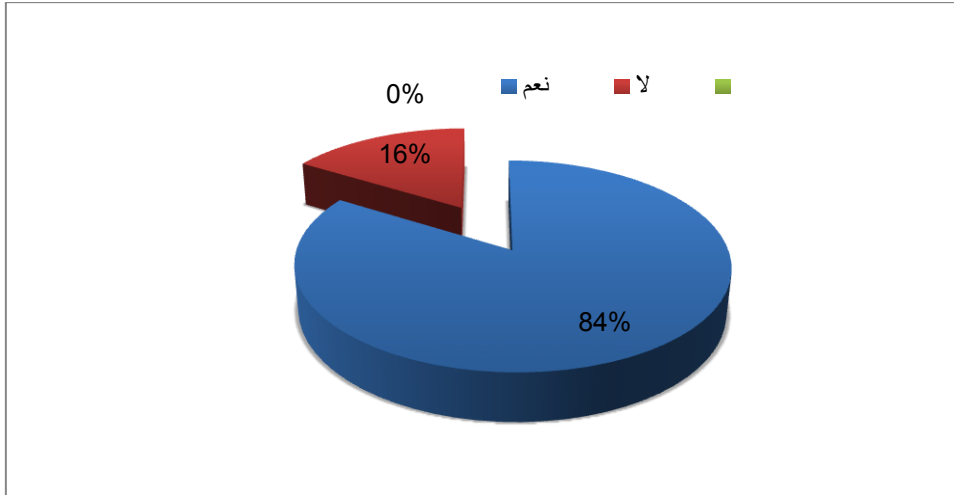
النسبة	التكرار	العينة الاجابة
%83.75	67	نعم
%16.25	13	لا
% 100	80	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول كانت الاجابة بنعم بنسبة %83.75 والاجابة بـ لا بنسبة %16.25 حيث اجمع افراد العينة ان الاضرابات الاخيرة كانت بسبب الاشاعات في أوساط الطلبة حيث تداولت عدة اخبار مختلفة منها ما هو حقيقي ومنها ما هو مجرد كذب .

وتم العمل على اساسها والقيام بإضرابات عديدة توقفت عليها الدراسة في مناسبات عديدة.

الشكل رقم (26) : الدائرة النسبية الخاصة بالجدول :هل كانت الاشاعة سببا في زيادة الاضرابات

الأخيرة ؟

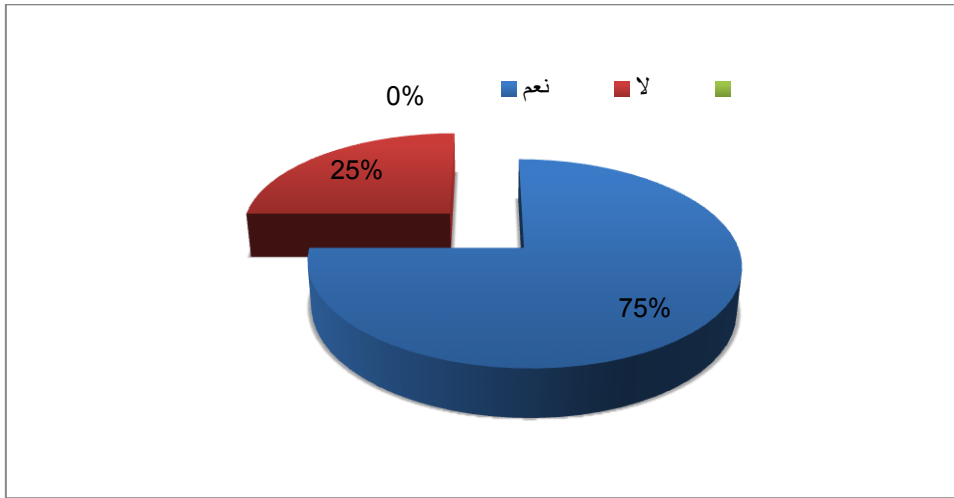


الجدول رقم(27) :هل ساهمت الإشاعة في توجيه الطلبة ؟

النسبة	التكرار	العينة الاجابة
%75.00	60	نعم
%25.00	20	لا
% 100	80	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول ان نسبة الاجابة بـ نعم 75% والاجابة بـ لا كانت 25% وهذا يعني أن: الاشاعة كان لها دور كبير في توجيه الطلبة من خلال شبكات التواصل الاجتماعي وازضافة الى أن لهاته المواقع تأثير وتوجيه رغبات الطلبة وهو ما يدعو إلى ضرورة إعادة النظر في تكليف وضبط هذه الاشاعات في مختلف الاوساط خاصة الاكاديمي.

الشكل رقم (27) : الدائرة النسبية الخاصة بالجدول :هل ساهمت الإشاعة في توجيه الطلبة ؟



## 2- مناقشة وتفسير الفرضيات:

الفرضية الأولى: لقد افترضنا فيها مواقع التواصل الاجتماعي والإشاعات التي تحققها ومن خلال نتائج الأسئلة المتعلقة بالفرضية في كل سؤال وقسمتها على عدد الأسئلة وجدنا أن الفرضية تحققت بنسبة 54.50% وكنموذج لمدى تحققها ما أكدته الطلبة في الأسئلة 1.2.3.4.5.6.7.8.9..

الفرضية الثانية: لقد افترضنا فيها الاستخدام اليومي لشبكات التواصل الاجتماعي ومدى مساهمتها في الترويج للإشاعة، ومن خلال نتائج الجداول المتعلقة بالفرضية الثانية قمنا بجمع النسب التي تحقق الفرضية وقسمتها على عدد الأسئلة فتحصلنا على نسبة % 65.33 إذن الفرضية الثانية تحققت بنسبة كبيرة وهو ما تدل عليه الإجابات الطلبة على الأسئلة 10.11.12.13.14.15

الفرضية الثالثة: لقد افترضنا أن أثر الإشاعة في طلبه المستخدمين لهاته المواقع، وبعد تحليل الإجابات وجمع نسب الأسئلة التي تحقق الفرضية تحصلنا على نسبة 63.46 ما يدل على أن الفرضية تحققت وما يدل على ذلك اجابات المرين في الأسئلة. 16.17.18.19.20.21.22.23.

الفرضية العامة: لقد افترضنا دور شبكات التواصل الاجتماعي في الترويج للإشاعة وبعد تحقق الفرضيات الجزئية بنسب كبيرة بجمع نسب تحقق الفرضيات الجزئية وقسمتها على عددها نجد ان الفرضية العامة تحققت بنسبة 61.10% وهذا ما يثبت الفرضية العامة .

قائمة المصادر والمراجع :

1- قائمة المصادر :

- القرآن الكريم

2- قائمة المراجع :

1-2- قائمة الكتب العربية :

1. أحمد مرسلبي : مناهج البحث العلمي في علم العلام والاتصال، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية ، 2005.
2. أسما حسين حافظ: تكنولوجيا الاتصال التفاعلي في عصر الفضاء الالكتروني والرقمي ، الدار العربية، 2005.
3. دلال القاضي ، محمود البياتي: منهجية وأساليب البحث ، الأردن : دار حامد لنشر والتوزيع ، ط1، 2008.
4. رشيد زرواتي : تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، ط3، 2005.
5. رشيد زرواتي : مناهج وأدوات البحث العلمي في علوم الاجتماعية ، الجزائر دار الهدى، 2007.
6. رضا عبد الواحد امين : الصحافة الإلكترونية، القاهرة، دار الفجر لنشر والتوزيع، 2007 .
7. سعاد جبر سعيد : سيكولوجية الاتصال الجماهيري، عالم الكتب الحديث لنشر والتوزيع ، ط 1 ، عمان ، 2008 .
8. صلاح نصر الدين ، الحرب النفسية معركة الكلامية والمعتقد الجرز الأول .
9. عصام نور الدين، معجم نور الدين: الوسيط، لبنان، دار الكتب العلمية، 2005.
10. على خليل شقرة: الإعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي ، الأردن ، دار أسامة، ط1، 2014.
11. فضيل ديليو : الاتصال ، مفاهيمه ونظرياته وسائله ، القاهرة ، دار الفجر للنشر والتوزيع ، ط 1 ، 2003.
12. محمد جمال الفار : المعجم الإعلامي ، الأردن ، دار أسامة المشرق الثقافي، 2006.

13. محمد عبد الحميد : البحث العلمي في الدراسات الإعلامية ، مصر ، عالم الكتاب ، 2004.
  14. محمد عبد الحميد : دراسات الجمهور في البحوث الإعلام ، القاهرة ، عالم الكتب، ط1، 1993.
  15. محمد عبد الحميد : نظريات الإعلام واتجاهات التأثير ، القاهرة ، عالم الكتب للنشر والتوزيع والطباعة ط 3 ، 2004 .
  16. محمد منير حجاب :المعجم الإعلامي ، القاهرة، الفجر للنشر والتوزيع، ط1، 2004.
  17. محمد منير حجاب: الإشاعات وطرق مواجهتها ،دار الفجر للنشر و التوزيع ،2007.
  18. مرزوق عبد الحكيم العادلي : الإعلانات الصحفية دراسة في الإستتمات والإشاعات، القاهرة ، دار الفجر لنشر والتوزيع ، ط 1 ، 2004 .
  19. منال المزاهرة : تكنولوجيا الاتصال والمعلومات ، عمان ، دار المسيرة ، ط1، 2014.
  20. منى العيد الله : نظريات الاتصال بيروت ، دار النهضة العربية، ط 1، 2006 .
  21. ميرفت الطرابيشي ، عبد العزيز السيد : نظريات الاتصال ، القاهرة ، دار العربية ، 2006 .
- 2-2- قائمة الرسائل والمذكرات :**
22. بلبالي مصطفى تأثير شبكات التواصل الاجتماعي كوسيط نشر المحتوى الضمن على ممارسة الصحافة /دراسة وصفية على عينة من الصحفيين الجزائريين مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر تخصص اتصال المسيلة، 2013.
  23. بن صغير سميحة ، بوغرارة إيمان ، دور مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على الرأي العام، مذكرة مكملة لنيل شهادة لسانس المسيلة، 2013.
  24. بحجة زغدودي ، فاروق قيطوم ، نصر الدين حمادي: دور الشبكات التواصل الاجتماعي في خدمة القضايا الاجتماعية لشباب الجزائري، مذكرة مكملة لنيل شهادة ليسانس ، تخصص إعلام واتصال، جامعة المسيلة. 2013-2014.
  25. جميلة عبد جميلة بورياح، دور الجرائد في الترويج للإشاعة ومدى تأثيرها على الرأي العام تخصص اتصال، جامعة الدكتور بن فارس المدينة، عام 2009-2010 .

26. صورية ولهة ، صهيب عيسى : تأثير استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على الممارسة المهنية على الممارسة المهنية للصحفي الجزائري ،مذكرة تخرج ليسانس تخصص اتصال المسيلة ، 2011-2012.
27. مريم نريمان نومار : استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية ،مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير ،باتنة، جامعة الحاج لخضر 2011/2012.
28. ميلود سفاري ، مراد زعيمي ، حاتم الصيد، الإشاعة والرأي العام، منخب علم الاجتماع الاتصال ،جامعة منتوري ، قسنطينة ،الجزائر، 2003.
29. منشور الكتروني اعد من قبل مركز معلومات جوار الأوربي مشروع ممول من اتحاد الأوربي ط 2014 ص9.

ملحق رقم (01) :

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي  
كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية  
قسم علوم الإعلام و الاتصال  
استمارة استبيان  
موضوع

دور شبكات التواصل الاجتماعي في الترويج للإشاعة  
دراسة ميدانية حول طلبة الماستر قسم علوم الاعلام والاتصال  
بجامعة المسيلة

في إطار إنجاز مذكرة لنيل شهادة ماستر في علوم الإعلام و الاتصال تحت عنوان  
" دور شبكات التواصل الاجتماعي في ترويج الإشاعة " يسرنا أن نتقدم لكم بهذه الاستمارة ، و  
نرجو منكم أن تجيبوا عن الأسئلة الموجودة فيها بكل صدق و موضوعية ، علما أن الإجابات التي ستدلون بها  
سرية و لا تستخدم إلا لأغراض علمية بحتة، و في الأخير تقبلوا منا أسمى عبارات الإحترام و التقدير.

إعداد الطالبة:

● بن العيطر يمينة

إشراف الأستاذ

\* بلعباس عبد الحميد

ملاحظة: يرجى وضع علامة (X) في الخانة المناسبة.

السنة الجامعية: 2015/2014

المحور الأول : البيانات الشخصية:

الجنس: ذكر  أنثى

السن: 20-25  25-30  30-35

المستوى العلمي: ماجستير 1  ماجستير 2

تخصص: صحافة مكتوبة  اتصال

المحور الثاني : مواقع التواصل الاجتماعي و الإشباع التي تحققها ؟

منذ متي وانت تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي؟

أقل من سنة  من سنة إلى 3 سنوات  أكثر من ثلاث سنوات

كم مرة تتصفح حسابك في اليوم

مرة واحدة  من مرتين الى ثلاث مرات  أكثر من ثلاث مرات

متي تزيد مواعيد تصفحك ؟

المواعيد السياسية  المواعيد الرياضية  مواعيد التوظيف

أحداث أخرى أذكرها.....

كيف تتصفح هاته المواقع؟

تكتفي بقراءة مشاركات أصدقائك  تضع مشاركات على حائطك

تدردش مع أصدقائك  تقرأ وتعلق على مشاركات أصدقائك

علي اي اساس تختار اصدقائك ؟

المستوى المعرفي والثقافي  علاقة القرابة و الأصدقاء  الاهتمام المشترك

ماهي الدوافع الحقيقية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي؟

التواصل مع الأصدقاء  ترقب الأحداث والسعي للبحث عن فرص عمل

زيادة المعلومات والمعارف  الترقية والتسلية  التثقيف

ماهي الحاجات التي تلببها شبكات التواصل الاجتماعي ؟

معرفة الواقع  اشباع الفضول  التعبير بكل حرية

أخرى تذكر .....

ماهي الإشاعات التي تحققها هاته المواقع ؟

- ربط علاقات الصداقة  طرح مشكلات تخص حياتك الاجتماعية   
 محاولة إيجاد الحلول  تشكيل لخدمة قضايا معينة

هل انت عضو في مجموعات على شبكات التواصل الاجتماعي؟

- نعم  لا

ما نوع هذه المجموعات وما نوعها ؟

- سياسية  اجتماعية  ثقافية  ترفيهية  اعلامية

المحور الثالث: الاستخدام اليومي لشبكات التواصل الاجتماعي ومدى مساهمتها في الترويج للإشاعة.

هل تصدق الخبر لمجرد سماعه للوهلة الأولى ؟

- نعم  لا  ليس بالضرورة

كيف تفرق بين الخبر الكاذب وحقيقته ؟

- عن طريق تكرار المعلومة  التأكد من المعلومة

في حالة عدم التأكد من عدم صحة الخبر كيف تتعامل مع هاته المواقع؟

- ترك الموقع  المداومة عليه  التصفح مع التحفظ

ان صادف وأن أعلن عن مسابقة عبر هذه المواقع ؟

- تشارك مباشرة  تسأل مرة أخرى  لا تشارك

هل تعتبر هذه المواقع مصادر موثوقة؟

- نعم  لا

ما مدى مصداقية هاته المواقع المواقع؟

- كبيرة  متوسطة  ضعيفة

المحور الرابع: أثر الاشاعة في طلبة المستخدمين لهاته المواقع؟

ماهي انشغالات الطلبة على هاته المواقع ؟

- اتمام الدراسة  انحلال أخلاقي  الموضة  
 العنف ضد المرأة  الزواج  الانتخابات  
آخر تذكر.....

كيف تتعامل مع الخبر عند الشعور بالمبالغة فيه؟

- المتابعة  الاهمال  الاطلاع على مصادر أخرى  
أخرى تذكر.....

هل تابعت قرارات وزيرة التربية الاخيرة بخصوص التوظيف؟

- نعم  لا

تضمنت مواقع التواصل الاجتماعي تفاصيل هذه القرارات فكيف كانت معالجتها؟

- ناقصة  جيدة  مبالغ فيها

هل احتوت هذه القرارات على اشاعات؟

- نعم  لا

هل الأخبار الغير أكيدة تزيد من تصفحك؟

- نعم  لا

هل كانت الاشاعة سببا في زيادة الاضرابات الأخيرة ؟

- نعم  لا

هل ساهمت الإشاعة في توجيه الطلبة ؟

- نعم  لا

في حسب رايبك هل ساهمت الاشاعة في توجيه الطلبة

## خاتمة

لقد ساهم التقدم الهائل في تكنولوجيات لاتصال الحديثة إلى إنتاج وسائل اتصال جديدة على ترويج الأخبار والإشاعات بين الطلبة في بيئة الكترونية تفاعلية تلغي كل حواجز المكانية والزمانية بين مختلف شرائح المجتمع مشكلة بذلك ظاهرة إعلامية جديدة تتميز بسرعة الانتشار والوصول إلى أكبر عدد من الجمهور وبأقصى وقت ممكن وبأقل تكلفة واليوم باتت تشكل نافذة مهمة جدا لنشر المعلومات والحصول عليها.

ومن خلال الأدبيات التي تم جمعها حول متغيرات الدراسة من خلال الدراسة الميدانية التي قمنا بها حول "دور شبكات التواصل الاجتماعي في الترويج للإشاعة" في وسط الطلبة اتضح جليا الدور الكبير لشبكات التواصل الاجتماعي في الترويج للإشاعة في عصر العولمة والتدفق السريع للمعلومات باعتبار العالم قرية صغيرة في ظل عالم ساخن بالأحداث والمواقف التي ترغب الطالب على أن يكون على قدر كبير من الوعي في التمييز بين الخبر الكاذب والخبر الصادق والقدرة على التحكم بفعليات التكنولوجيا الحديثة.

كما يتضح جليا من خلال دراستنا الميدانية أن شبكات التواصل الاجتماعي لها دور كبير في عملية التغيير في شتى مجالات الحياة، وخير دليل على ذلك ثورات العربي ودور الإعلام من خلال شبكات التواصل الاجتماعي في التأثير على العديد من القرارات المهمة فيها.

## ملخص الدراسة :

تهدف هذه الدراسة الى دور شبكات التواصل الاجتماعي في الترويج للإشاعة واثرها على طلبة الجامعة في اتخاذ قراراتهم من خلال دراسة عينة من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي من طلبة جامعة " المسيلة " تخصص علوم الاعلام والاتصال لطور الماجستير، وقد تم الاعتماد على أداة الاستبيان لجمع البيانات من الباحثين حيث تم تقسيم استمارة الاستبيان الى أربعة محاور وهي :

المحور الأول البيانات الشخصية، والمحور الثاني مواقع التواصل الاجتماعي و الإشاعات التي تحققها وتطرقنا فيه الى الدوافع والمبررات و الأغراض التي تستعمل فيها مواقع التواصل الاجتماعي ، و المحور الثالث الاستخدام اليومي لشبكات التواصل الاجتماعي ومدى مساهمتها في الترويج للإشاعة ، والمحور الرابع اثر الاشاعة في طلبة المستخدمين لهاته المواقع وتطرقنا فيه الى اثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي . وبعد معالجة هذه البيانات كميًا وكيفيًا توصلنا الى رزمة نتائج كصورة تعكس الدراسة بشقيها النظري والتطبيقي .

الكلمات الدالة : شبكات التواصل الاجتماعي ، الاشاعة .

### **Synthèse de l'étude:**

Cette étude vise à le rôle des réseaux sociaux dans la promotion de la propagation et l'impact sur les étudiants universitaires à prendre leurs décisions par une étude des utilisateurs de réseaux sociaux de l'Université des étudiants "de gaz" spécialisation science et médias et de la Communication échantillon développé la maîtrise, il a misé sur l'outil de sondage pour recueillir les données des répondants où Astmarhala\_an ont été divisés en quatre thèmes, à savoir:

Le premier axe de données personnelles, et le second axe de sites de réseautage social et Alachaabaat atteints et touchaient les motivations et les justifications et les fins pour lesquelles l'utilisation de sites de réseautage social, et le troisième axe utilisation quotidienne des réseaux sociaux et de l'ampleur de sa contribution à la promotion de la rumeur, le quatrième axe après la rumeur chez les étudiants de l'utilisateur à ces circonstances sites, et nous avons parlé quant à l'impact de l'utilisation des réseaux sociaux.