

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة عمار ثليجي بالاغواط

قسم علوم الاعلام والاتصال

مذكرة تخرج ماستر اعلام واتصال تخصص اتصالات وعلاقات عامة



الاشاعة السياسية عبر الفايسبوك وتأثيرها على وعي الطالب الجامعي

MOHAMMED LAMIN ALLAOUA

BEN AMRA ALI

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة عمار ثليجي بالأغواط

قسم علوم الاعلام والاتصال



الموضوع

الاشاعة السياسية عبر الفايسبوك وتأثيرها على وعي الطالب الجامعي

-درسة ميدانية بجامعة عمر ثليجي بالأغواط-

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماسز أكاديمي في علوم الاعلام والاتصال تخصص اتصال وعلاقات عامة

اشراف الأستاذ:

إعداد الطالب:

التواتي خضرون

✓ محمد الأمين علاوة

✓ علي بن عامرة

الموسم الجامعي: 2023/2022

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



الاهداء والتشكر

اهداء

الى الذي احسست بقربه يراني لا اراه، الى الذي شفيت وارتحت لكلامه الى الذي
به الدنيا فلم أجد من اشكو اليه ولا سواء الا اياه، الى الذي احتجت اليه ولم يبخل علي،
الى الذي كان الي من نفسي وأقرب الي من حبل الوريد الى الذي ناجيته سرا وعلانية،
الى الذي كان نوري الذي أبصر به ومرشدي وموقفي،
الى الذي اسميته كنزي فكنت به غنيا عن كل العباد الى نور قلبي ربي (عز وجل).

اهدي ثمرة جهدي هذا الى كل من امن برب العباد، بالله ربا

وبسيدنا محمد رسولا صلى الله عليه وسلم

والى من قال فيهما عز وجل: " وقضى ربك الا تعبدوا الا اياه وبالوالدين احسانا"

الى روح ابي رحمه الله والى اعز الناس أُمي حفظها الله

إلى كل إخوتي والى كل الاهل من قريب ومن بعيد

الى كل من شاركوني أجمل اللحظات بالكلية

الى كل من نسيه لساني وهو في قلبي

ولا يفوتني ان نشكر كل من ساعدنا في انجاز هذا العمل

علاوة محمد أمين

كلمة شكر و عرفان

الحمد لله رب العالمين حمدا يليق بمقام ربنا عز وجل

لما أنعمه علينا لإتمام هذا العمل

مردفين بعده الثناء الجزيل للأستاذ الفاضل - التواتي خضرون -

على اسهاماته وتوجيهاته وملاحظاته الجبارة في انجاح هذا العمل

وكل أساتذة قسم العلوم الانسانية والاسلامية

فلقد كانوا ولا يزالوا واسطة العقد في دروب الحياة .

إهداء

إلهي لا يطيب الليل إلا بشرك ولا يطيب النهار إلى بطاعتك ..
ولا تطيب اللحظات إلا بذكرك .. ولا تطيب الآخرة إلا بعفوك ..
"الله جل جلاله" إلى من بلغ الرسالة وأدى الأمانة .. ونصح الأمة ..
إلى نبي الرحمة ونور العالمين "سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم"
إلى من علمني العطاء بدون انتظار ..
إلى من أحمل أسمه بكل افتخار ..

أرجو من الله أن يمد في عمرك لتري ثماراً قد حان قطافها بعد طول انتظار
وستبقى كلماتك نجوم أهدي بها اليوم وفي الغد وإلى الأبد.. والذي العزيز
إلى ملاكي في الحياة ..

إلى معنى الحب وإلى معنى الحنان و التقاني ..
وحنانها بلسم جراحي إلى أغلى الحبايب أُمي الحبيبة
إلى إخوتي وأخواتي الذين تقاسموا معي عبء الحياة
و إلى كل من يؤمن بأن بذور نجاح التغيير هي في ذواتنا
و في أنفسنا قبل أن تكون في أشياء أخرى
إلى كل هؤلاء أهدي هذا العمل

بن عامرة علي

كلمة شكر

الحمد لله رب العالمين حمدا يليق بمقام ربنا عز وجل

لما أنعمه علي لإتمام هذا العمل

مردفا بعده الثناء الجزيل للأستاذ الفاضل - تواتي خضرون -

على اسهاماته وتوجيهاته وملاحظاته الجبارة في انجاح هذا العمل

وكل أساتذة قسم علوم الاعلام والاتصال

دون أن أنسى، رفقاء الدرب

فلقد كانوا ولا يزالوا واسطة العقد في دروب الحياة .

بن عامرة علي

ملخص الدراسة

ملخص الدراسة:

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور شبكات التواصل الاجتماعي ونخص بالذكر الفايسبوك في نشر الشائعات من وجهة نظر الطلبة الجامعيين (جامعة عمار ثليجي بالاغواط) قصد التعرف على درجة نشر الشائعات على الشبكات التواصل، ومعرفة شبكة الفايسبوك التي تعد أكثر شبكة يتأثر بموجبها الطلبة لهاته الظاهرة وهي الاشاعة ومعرفة أسباب انتشارها، كما تطرقت الدراسة أيضا إلى الحلول والمعالجات المقترحة لمواجهة ظاهرة انتشار الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي عبر الفايسبوك، ولتحقيق أهداف الدراسة استخدمنا المنهج الوصفي، كما كانت لنا الإستعانة بأداة الاستبيان ، ولقد تكون مجتمع الدراسة من الطلبة الجامعيين لجامعة عمار ثليجي بالاغواط حيث بلغت عينة الدراسة 40 طالبا .

وتوصلت الدراسة من خلالها إلى عدة نتائج أهمها أن درجة نشر الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي جاءت بنسبة متوسطة كما حازت شبكة الفيسبوك على المرتبة الأولى من بين أكثر الشبكات لنشر الشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي .

الكلمات المفتاحية:

الشائعات السياسية، مواقع التواصل الاجتماعي، الطلبة الجامعيين، الفايسبوك، أثر.

Summary :

L'étude visait à identifier le rôle des réseaux sociaux, notamment Facebook, dans la propagation des rumeurs du point de vue des étudiants universitaires (Université Ammar Thaliji à Laghouat), afin d'identifier le degré de propagation des rumeurs sur les réseaux sociaux, et de connaître les Le réseau Facebook, qui est le réseau le plus touché par lequel les étudiants sont touchés par ce phénomène qu'est la rumeur et connaissant les raisons de sa propagation, et l'étude a également abordé les solutions et traitements proposés pour faire face au phénomène de propagation des rumeurs sur les sites de réseaux sociaux via Facebook, et pour atteindre les objectifs de l'étude, nous avons utilisé l'approche descriptive, comme nous avons eu l'utilisation de l'outil de questionnaire, et la communauté d'étude était composée d'étudiants universitaires de l'Université Ammar Thaliji à Laghouat, où elle a atteint le échantillon d'étude est de 40 étudiants.

Et L'étude a abouti à plusieurs résultats, dont le plus important est que le degré de propagation des rumeurs sur les sites de réseaux sociaux a atteint un taux moyen, et Facebook s'est classé au premier rang des réseaux les plus populaires pour la diffusion de rumeurs sur les sites de réseaux sociaux. Mots-clés : rumeurs politiques, réseaux sociaux, étudiants universitaires, Facebook, impact.

فهرس المحتويات

المحت	ويات	رقم الصفحة
كلمة شكر	
الإهداء	
فهرس المحتويات	
فهرس الجداول	
فهرس الأشكال	
المقدمة		أ

الجانب المنهجي

المحت	ويات	رقم الصفحة
الفصل الأول: الإطار المنهجي	
أولاً: تحديد إشكالية الدراسة وتساؤلاتها وفرضياتها	
1- تحديد الإشكالية	
2- تساؤلات الفرعية للدراسة	
3- الفرضية العامة	
ثانياً: أسباب اختيار الموضوع	
1- الأسباب الذاتية	
2- الأسباب الموضوعية	
ثالثاً: أهمية الدراسة وأهدافها	
1- أهمية الدراسة	
2- أهداف الدراسة	
رابعاً: تحديد مفاهيم الدراسة	
خامساً: الدراسات السابقة وحدود الاستفادة	

الجانب النظري

المحت	ويات	رقم الصفحة
الفصل الثاني: الإشاعات السياسية عبر الفيسبوك	
المبحث الأول: ماهية الإشاعة السياسية	
المطلب الأول: نشأة وأهداف الإشاعة	
المطلب الثاني: خصائص ومراحل اطلاق الإشاعة السياسية	
المطلب الثالث: أنواع ودوافع الإشاعة السياسية	
المبحث الثاني: مواقع التواصل الاجتماعي فيسبوك	
المطلب الأول: تعريف ولمحة تاريخية عن موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك	
المطلب الثاني: خصائص مواقع التواصل الاجتماعي فيسبوك	
المطلب الثالث: الانتقادات الموجهة لمواقع التواصل فيسبوك " ايجابيات وسلبيات "	
الفصل الثالث: تأثير الإشاعة السياسية على وعي الطلبة الجامعيين	
المبحث الأول: الانترنت ونشر الإشاعة السياسية	
المطلب الأول: الإشاعة السياسية أساليبها وطرق معالجتها.	
المطلب الثاني: دور اجهزة الدولة في التصدي للشائعات عبر شبكات التواصل الاجتماعي.	
المطلب الثالث: شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالعمل السياسي.	
المبحث الثاني: الوعي السياسي عند الطلبة الجامعيين	
المطلب الأول: مفهوم وأهمية الوعي السياسي	
المطلب الثاني: خصائص وأنماط الوعي السياسي	
المطلب الثالث: نتائج ومستويات الوعي السياسي عند الطلبة الجامعيين	

الجانب التطبيقي

المحت	ويات	رقم الصفحة
الفصل الرابع: الدراسة الميدانية	
أولاً: المعاينة في الدراسة الميدانية	
ثانياً: تحليل المعطيات الكمية المتحصل عليها في الدراسة الميدانية :	
ثالثاً: التحليل الكمي والكيفي للبيانات المتحصل عليها وفق محاور ومتغيرات الدراسة	
رابعاً: القراءة في ضوء النتائج	
خامساً: النتيجة العامة	
الخاتمة	
قائمة المراجع	
الملاحق	

فهرس الجداول

الصفحة	الجدول
المحور الأول : البيانات الشخصية	
.....	الجدول رقم 01: تحديد الجنس
.....	الجدول رقم 02 يبرز معطى السن بالنسبة لفئة المبحوثين:
.....	الجدول رقم 03: مستوى الدراسة:
.....	الجدول رقم 04: الحالة العائلية
.....	الجدول رقم 05: البيئة العمرانية
المحور الثالث: مواقع التواصل الاجتماعي والاثر الذي تتركه في حياة الطالب الجامعي	
.....	الجدول رقم 06: استخدام موقع التواصل الاجتماعي فابيسوك
.....	الجدول رقم 07: عدد الساعات التي يقضيها الطالب الجامعي على الفابيسوك
.....	الجدول رقم 08: اقدمية استخدام الفابيسوك لدى الطلبة الجامعيين
.....	الجدول رقم 09: انسب الفترات لتصفح الموقع
.....	الجدول رقم 10: مكان استخدام الفابيسوك
.....	الجدول رقم 11: كيفية التصفح في الفابيسوك
المحور الثاني: معدل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ودرجة الوعي السياسي عند لطلاب لجامعيين	
.....	الجدول رقم 12: الدافع الذي يدفع الطلاب الجامعيين لاستخدام الفابيسوك
.....	الجدول رقم 13: يبين الامور الجاذبة في موقع الفابيسوك
.....	الجدول رقم 14: يبين الامور الجاذبة في موقع الفابيسوك
.....	الجدول رقم 15: درجة متابعة الامور السياسية
.....	الجدول رقم 16: درجة الاهتمام بالنشاط السياسي
.....	الجدول رقم 17: الاشباعات السياسية التي يقدمها الفابيسوك
المحور الرابع: السلوكات والقيم الاجتماعية للطلبة الجامعيين بعد تلقي المعلومات من الفابيسوك	
.....	الجدول رقم 18: مصداقية الاخبار عبر الفابيسوك
.....	الجدول رقم 19: الاخبار المزيفة عبر الفابيسوك
.....	الجدول رقم 20: الاسباب التي تساعد على نشر الاشاعة
.....	الجدول رقم 21: العلاقة بين تعرض الطالب الجامعي للمواضيع في الفابيسوك وتشكيل درجة من الوعي السياسي

مقدمة

أحدثت التطورات التقنية المتواصلة التي شهدتها العالم في العقدين الماضيين نقلة نوعية وجذرية في علم الاتصال من هذه التطورات بناء وتشغيل شبكة الانترنت التي غطت العالم، وربط أجزائه المترامية بخدمتها النوعية، وأوضحت وسيلة فعالية لتحقيق التواصل السريع والنقل بين الأفراد والجماعات ومن نتائجها الإسهام في تفعيل التواصل عبر المواقع الالكترونية والمدونات الشخصية (اليوتيوب - تويتر - الفيسبوك.... وغيرها) والتي غيرت إلى حد ما مضمون وشكل الإعلام الحديث، وخلفت نوعا من التواصل لم يكن مألوفا في العقود السابقة.

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

فقد أثرت أن أتقدم بمذكرة عنوانها " الإشاعة السياسية عبر الفيسبوك وتأثيرها على وعي الطالب الجامعي" وبناء على ما سبق جاءت هذه الدراسة لرصد دور الذي تأديه شبكات التواصل الاجتماعي وخاصة الفيسبوك على وعي الطالب الجامعي، وقد اشتملت الدراسة على ثلاث جوانب:

- الجانب المنهجي للدراسة.
- الجانب النظري للدراسة وبه فصلين (ماهية الاشاعة السياسية ومواقع التواصل الاجتماعي).

- الجانب النظري للدراسة. **تأثير الإشاعة على الطلبة**

الفصل الأول

الإطار المنهجي

الفصل الأول : الإطار المنهجي للدراسة

أولاً: أسباب إختيار الموضوع

1- أسباب ذاتية

- الرغبة في دراسة الموضوع بشكل عميق.
- اهتمامي بكل ما يتعلق بالتكنولوجيا والاتصالات والانترنت و الميل النفسي لدراسة مواضيع تعالج هذا الأمر.
- ما نشاهده من تدني القيم و عدم الالتزام في كل مناحي الحياة وخاصة في المؤسسة الجامعية الأمر الذي زاد من رغبتي في دراسة هذا الموضوع.
- كثرة اهتمام المجتمع بالفيسبوك الذي يعتبر اكبر مواقع للتواصل الاجتماعي.

2- أسباب موضوعية

- كون الفيسبوك احد مواقع التواصل الاجتماعي وظاهرة اجتماعية تعد نمط إتصالي جديد.
- التأثير الاجتماعي على المستوى الأخلاقي الذي يعرف به بسبب تطوره التكنولوجي الكامل.
- الانتشار الكبير للشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي و إقبال الطلبة عليها.
- اعتبار مواقع التواصل الاجتماعي مورد إعلامي و اتصالي أساسي للطلاب الجامعي.
- ما تحمله مواقع التواصل الاجتماعي من أنماط في تكوين الروابط الاجتماعية والسياسية.

ثانياً: أهمية الدراسة وأهدافها

1- أهمية الدراسة:

إن هذه الدراسة تستقي أهميتها من أهمية الموضوع نفسه فمواقع التواصل الاجتماعي مفتاح الطالب في تحقيق أهدافه و غاياته من الاستخدام ،وتكتسي أهمية الدراسة كونها تعالج موضوعا حديثا يتناول تأثير موقع التواصل الاجتماعي فايسبوك في حياة الفرد و الطالب الجامعي خصوصا الجانب المتعلق بالشائعات السياسية وما تقدمه له من معارف و معلومات، ضف إلى ذلك تبرز أهمية هذه الدراسة في أنها تدرس القيم الاجتماعية في أوساط الطلبة الجامعيين والتي تعتبر ظاهرة مستجدة تمكن من التفاعل عبر مواقع التواصل الاجتماعي و تحديد تأثيراتها على الطالب الجامعي في ظل

انتشار وسائل الاتصال والتواصل بمختلف أشكالها، تمهيدا لمعرفة كيفية التعامل معها، كما للحفاظ على القيم الاجتماعية المستحبة وإسقاط القيم الاجتماعية السلبية منها والوافدة.

2- أهداف الدراسة:

- معرفة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الطالب.
- معرفة كيفية مساهمة مواقع التواصل في عزل الطالب .
- تحديد الآثار الايجابية والسلبية المعرفية والوجدانية و السلوكية التي تتركها مواقع التواصل الاجتماعي في الطلبة الجامعيين.
- التعرف على أبرز مواضيع الشائعات في الفايسبوك
- توضيح أسباب انتشار الشائعات السياسية في الفايسبوك
- بيان درجة نشر الشائعات على الشائعات عبر الفايسبوك
- بيان حقيقة الشائعات السياسية.

ثالثا : إشكالية الدراسة وفرضياتها

1- طرح الإشكالية:

لقد انتشرت مواقع التواصل الاجتماعي بشكل كبير في العقد الماضي حيث يقدر مستخدموا تلك المواقع بالملايين وأحيانا يتجاوز عدد المستخدمين حاجز المليار مستخدم كما في شبكة الفيسبوك، وتتميز تلك الشبكات بسهولة ويسر الاستخدام، واستهواء قطاعات كبيرة من المستخدمين بما تمتلك من آليات تفاعلية بين الأصدقاء والأعضاء، لذا وجدت الشائعات أرضا خصبة في شبكات التواصل الافتراضية، وساعد على انتشارها عدد من الأسباب ويعد الإعلاميون هم الفئة الأقدر على تمييز الأخبار الصحيح من الكاذبة وذلك ربما يستطيعون أيضا تحديد الجهات التي تقف وراء الشائعات، وتحديد ورصد أهدافها.

وتعتبر فئة الشباب الجزائري على غرار فئات شباب العالم التي ليست بالفئة المعزولة على ما حققه هذا الموقع من انتشار كبير وواسع، حيث باتت ارقام مستخدميه تتزايد يوما بعد يوم بشكل يثير الانتباه وأضحى هذه الفئة تتسابق الى استخدام هذا الموقع واكتشاف عوالمه وخدماته مما يوفر للمستخدمين من طرق يستطيعون من خلالها الوصول لغايتهم، فقد تحول الفايسبوك لموقع يؤسسون فيه العديد من الجمعيات التي تساعد الشباب على ممارسة نشاطاتهم وحل مشاكلهم ومن هذه المجموعات الثقافية والفكرية والأدبية وغيرها، هذا ما زاد في استقطاب الموقع لفئات عريضة

للمجتمع خصوصا لدى فئة الشباب الجامعي الذين اعتبروا الموقع مدونة شخصية يقومون فيها بطرح الافكار والمقالات الخاصة التي بإمكان الاصدقاء التعليق عليها مع الحرية في نشر الفيديوهات والصور وكذلك انه يجمع بين اشياء عدة تخص معظم اهتمامات الطلبة وهواياتهم مثل ميزة المجموعات.

ومن منطلق أن الشائعات تنتشر في المؤسسات الجامعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة الفايسبوك على إختلاف طبيعة أنشطتها (إقتصادية كانت أم إجتماعية، ثقافية أم سياسية)، فهي تتواجد بكثرة بين الطلبة الجامعيين الذين هم الفئة الأكثر تعرضا لمثل هاته الظواهر، والشائعة قد تؤثر على أداء الطلبة ووعيهم السياسي في ضل تسارع المشاهد الأخيرة السياسية في الجزائر انطلاقا من الحراك الشعبي وصولا الى الانتخابات الرئاسية، لكن في بعض الأحيان تصادفهم مشاكل وعراقيل وصعوبات أو فوضى من المعلومات، منها ما هو صحيح ومنها ما هو غير صحيح، وهذا ما يؤدي إلى تقصي الحقيقة وبالتالي فالإشاعة قد تؤدي إلى اختلال في الوسيلة العلمية والعملية وستكون هناك مردودية سلبية أو إيجابية.

لذا تحاول هذه الدراسة التعرف على إتجاهات النخبة العلمية من الطلبة ووعيهم بدور مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة الفايسبوك في نشر الشائعات السياسية وتداولها وانعكاساتها على الطلبة الجزائريين، وكذلك التعرف على طبيعة الأدوار التي يمكن أن تؤديها شبكات التواصل الإجتماعي في الكشف عن الشائعات وفي محاصرتها.

ومما سبق يمكننا طرح الاشكال التالي:

كيف تؤثر الشائعات السياسية في الفايسبوك على الوعي لدى الطلبة الجامعيين؟

2- تساؤلات الدراسة:

- ما هي وسائل التواصل الاجتماعي وما هو الفايسبوك؟
- ما مدى مساهمة وسائل التواصل الاجتماعي في سرعة انتشار الإشاعة السياسية؟
- ما هي اتجاهات وسلوكات الطلبة الجامعيين اتجاه المعلومات المتلقاة من الفايسبوك؟

3- فرضيات الدراسة:

يتسنى للباحث من خلال هذه الدراسة الاستعانة بفرضيات وذلك من اجل الإحاطة بالأسئلة في مختلف جوانبها والتحقق منها ميدانيا:

ا/ الفرضية الرئيسية:

توجد علاقة إرتباطية بين الطالب الجامعي والوعي السياسي من خلال الفايسبوك.

ب/ الفرضيات الفرعية:

الفرضية الاولى:

- تترك مواقع التواصل الاجتماعي أثرا في حياة الطالب الجامعية وخاصة الفايسبوك.

الفرضية الثانية:

- توجد علاقة ما بين معدل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ودرجة الوعي السياسي عند الطلاب الجامعيين.

الفرضية الثالثة:

- هناك تغيير في السلوكات والقيم الاجتماعية للطلبة الجامعيين بعد تلقي المعلومات من الفايسبوك

رابعا: تحديد مفاهيم الدراسة

تعد مرحلة تحديد المصطلحات من أهم المراحل في أي بحث علمي باعتبارها المنطلق للباحث في عمله، لذا فتحديد المصطلحات و المفاهيم تسهل عمل الباحث وتمكنه من رسم طريق صحيح لبحثه و الوصول إلى نتائج دقيقة وواضحة في بحثه، أما المفاهيم التي سنستخدمها في دراستنا و التي تشكل لنا المفاهيم الاساسية فتتمثل في ما يلي:

1- التأثير :

لغة: لقد وردت لفظة التأثير في لغة الفقهاء على انه: "التأثير من أثر، ترك علامة في الشيء و منه تأثير العلة في الفراغ أي تخليفها الحكم فيه"¹.

- **اصطلاحاً:** التأثير "هو القدرة على إحداث التغيير في الآخرين لا يرى إلا من خلال الأثر الذي² يتسبب في إحداثه دون استخدام القوة و السلطة الرسمية".

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

كما أن التأثير يعني كذلك "إضافة حالة نفسية ناتجة عن إضافة أفكار جديدة عند المتلقي تجعله عن تحركه مدفوعاً بهذه الحالة النفسية و مجموعة الأفكار والمعلومات التي لديه و لهذه الحالة النفسية دور كبير جداً، بل أساسي في تغيير سلوك الإنسان أو مجموعة من الناس لفترة معينة في⁴ اتجاه معين".

إجراءياً: يقصد بالتأثير في دراستنا هو التغيير الحاصل على مستوى الوعي السياسي للطلبة نتيجة استخدامهم لموقع فايسبوك.

2- الشائعات :

هي رواية مصطنعة عن شخص أو جماعة أو دولة، يتم تداولها شفهيًا أو إعلاميًا، وهي مطروحة لكي يصدقها الجمهور، دون أن تتضمن مصادرها، ودون أن تقدم دلائل مؤكدة على كونها واقعية، وبعضها يشتمل على نواة من الحقيقة لكن معظمها مخلوق، ودوافعها إما أن تكون نفسية أو سياسية أو إجتماعية أو إقتصادية، وأهدافها غالباً سلبية، وتعرض أثناء تداولها لتحريف بالزيادة أو النقصان (محمد عثمان الخشت، 2014، 116).

وتعرفها الباحثة أنها أخبار أو أنباء تنتشر بين المجتمع دون التحقق من مصداقيتها أو مصدرها .

1 محمد رواس قلعة جي، حامد صادق قنيبي، معجم لغة الفقهاء، دار النفائس للنشر والتوزيع، بيروت- لبنان، 1405هـ، 1985، ص 120.

2 محمد منير سعد الدين، قراءة في الإعلام المعاصر والإسلامي، دار بيروت المحروسة، لبنان، ط2، 1998، ص 15.

3 العطري بن عزوز، "الإعلام الجديد و الشباب"، مجلة فن و ثقافة، العدد 21، 5 مارس 2017، ص 1، 3.

4 ديمة الشاعر، التأثير بالآخرين و العلاقات العامة، بحث مقدم لنيل درجة الدبلوم في العلاقات العامة، الأكاديمية السورية الدولية، 2009، ص 7.

3- الإشاعة السياسية:

تعريف الإشاعة لغة: جاء في مختار الصحاح لمحمد أبي بكر الرازي¹، " تشيع ، يشيع، " شاع الخبر " .

شيوعه، ذاع، وسهم ومشاع" وشائع" أي غير مقسوم، وأشاع الخبر أي أذاعه.

وذكر معجم لسان العرب، التعريفات الآتية 2:

- شاع الخبر "انتشر وذاع وظهر وافترق " .
- رجل مشياح مذياع لا يكتم سرا
- الشاعة الأخبار المنتشرة

وكذلك جاء في القاموس المحيط، " شاع، يشيع وشيوعا ومشاعا أي ذاع وفشا، وذعت " ، بالشيء أذعته وأظهرته، وأشاع بالإبل أهاب بها³:

أما في معجم الوسيط فقد أورد كلمة الإشاعة وعرفها على النحو التالي:

الإشاعة: خبر منتشر غير مثبت منه.

الإشاعة : خبر ينتشر ولا تثبت فيه⁴.

الإشاعة في الاصطلاح:

وردت عدة تعريفات للشائعة واختلفت هذه التعريفات باختلاف شخصيات العلماء.

نبدأ بما قدمه عالم النفس اليورت وسيمان حيث قال:

إنها كل قضية او عبارة نوعية مقدمة للتنسيق وتنطوي على اعادة موضوعية للتناقل من شخص الى آخر بالكلمة المنطوقة وذلك دون ان تكون هناك معايير لكيدة للصدق".

1 محمد ابو بكر الرازي، مختار الصحاح، القاهرة ، الهيئة العامة للكتاب، 1976، ص 55.

2 ابن منظور، الأفرقي المصري ، معجم لسان العرب، المجلد الثامن بيروت، دار صادر، بدون سنة، ص 353.

3 الفيروز أبادي، القاموس المحيط، المطبعة المصرية الحديثة، القاهرة، ج03، ط 03، 1933، ص 47.

4 مجمع اللغة العربية، معجم الوسيط، ج01، طهران، المكتبة العلمية، 1972، ص50.

تعريف الإشاعة اجرائيا:

يقصد بها الاخبار والروايات والوقائع الكاذبة المختلفة لالتي يتم نشرها بين الافراد المجتمع عبر شبكات لاتواصل الاجتماعي لزعة الامن والاستقرار واحداث ازمان مصطنعة لا اساس لها من الصحة.

4- مواقع التواصل الاجتماعي :

- اصطلاحا: "هي مواقع الكترونية تقدم لمستخدميها مجموعة من الخدمات متعددة الخيارات مثل المحادثة الفورية والالكتروني ومشاركتها مع الآخرين¹".

وفي تعريف آخر هي: "منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء حساب خاص به و من ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لهم نفس الاهتمامات و الهوايات أو جمعه مع الأصدقاء²".

كما أنها "هي كل الأجهزة و المواقع التي تسمح لمستخدميها بمشاركة المعلومات عالمي، و تستخدم المواقع في إزالة المسافات الافتراضية بين المشاركين للتجمع وطرح ومشاركة المعلومات، أما الأجهزة فهي التكنولوجيا التي تستخدم للدخول لتلك المواقع³".

و مصطلح وسائل التواصل الاجتماعي "يمكن أن يتداعى كمصطلح اجتماعي لأنك أصلا اجتماعي، و كوسائل الاتصال فذلك لأنها تنشر على الشبكة الالكترونية، فهي ببساطة منبر للحوارات على الشبكة أكثر منها طرق تقليدية للتواصل فيما بيننا، و هكذا فهي تتيح لنا الدخول على العديد من الناس في الحال حيث وفرت لها شبكة الانترنت" مجالا أوسع⁴".

1 عبد الأمير الفيصل، دراسات في الإعلام الالكتروني، دار الكتاب الجامعي للنشر والتوزيع، الإمارات، 2014، ص 65.

2 صالح خليل الصقور ، الإعلامو التنشئة الاجتماعية ، دار أسامة للنشر والتوزيع ، الأردن ، 2012 ، ص 9.

3 رافي جويتا، هوج بروكس، وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها على المجتمع، (ترجمة: عاصم سيد عبد الفتاح)، المجموعة العربية للتدريب و النشر، د ب، 2017، ص 56.

4 ليندا كولز، التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي، (ترجمة: احمد المغربي)، دار الفجر للنشر و التوزيع، القاهرة مصر، 2016، ص 13 .

- إجرائيا:

نقصد بمواقع التواصل الاجتماعي في دراستنا كل الحسابات و المساحات على شبكة الانترنت التي تتيح التواصل لمستخدميها مع مختلف الأفراد في أي وقت وأي مكان في العالم، وهي المواقع التي ساهمت في خلق فضاءات افتراضية بديلة عن الواقعية.

5- الطالب الجامعي:

- لغة: الطالب جمعه طلاب و طلبة¹ ، و طالب العلم أي الراغب في تحصيل العلم، و طالب في المعهد بمعنى من يتابع دراسته في سلك أعلى، و طالب في الجامعة².

- اصطلاحا: "هو ليس الشخص الذي يسعى فقط للحصول على الشهادة الجامعية، إنما هو الذي يمتلك العقلية الواعية المدركة لواقعه، المنفتح على العالم الآخر المطلع على تجاربه و اختراعاته، المتمتع بالمقدرة العلمية التي تساعده على مواكبة التطور العلمي و التقني و الأدبي والثقافي، في هذا العصر الذي يتميز بالتطور السريع جدا، و بامتلاكه لهذه المقدرات سيتمكن من اللحاق بركب التطور وإدراك أهميته و ضرورته³، " و يعتبر الطالب أحد العناصر الأساسية و الفعالة في العملية التربوية طيلة التكوين الجامعي إذ انه يمثل النسبة الغالبة في المؤسسة الجامعية⁴.

- إجرائيا: يقصد بالطالب في هذه الدراسة جميع الطلبة المنتمون إلى قسم علوم الإعلام و الاتصال و بالتحديد طلبة ماستر اتصال و علاقات عامة، و الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي في حياتهم الجامعية و في علاقاتهم الاجتماعية .

1 مجد الدين محمد بن يعقوب الفيروز اباي، القاموس المحيط، ط8، مؤسسة الرسالة للطباعة و النشر و التوزيع، بيروت - لبنان، 1426هـ - 2005م، ص 109.

2 عصام نور الدين، معجم نور الدين الوسيط (عربي، عربي)، دار الكتب العلمية، بيروت، 2005، ص561.

3 عاهد حسين الصفدي، دقات على الباب العتيق - مقالات إجتماعية ، دون دار نشر، عمان -الأردن، 2011، ص10.

4 محمد حسن غانم، الشباب المعاصر و أزماته (دراسة نفسية ميدانية)، مكتبة الدار العربية للكتاب، القاهرة، 2008، ص208.

خامساً: الدراسات السابقة وحدود الإستفادة**1- دراسة مريم نريمان نوما 2011/2012**

قامت من خلال هذه الدراسة بالبحث في أثر استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية على المستخدمين الجزائريين من خلال دراسة عينة منهم لمعرفة مدى تأثير الاستخدام المفرط لمواقع الشبكات الاجتماعية التي تسمح بنسج علاقات اجتماعية افتراضية، مبنية على التشارك وتقاسم مجموعة من التطبيقات والفيديوهات والصور بطريقة لافتة، تستدعي الاهتمام مما يؤدي الى نوع من العزلة الاجتماعية من الآخرين، والذي يقود الى تأثيرات سلبية وإيجابية فتم طرح الاشكالية التالية:

ما أثر استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية على العلاقات الاجتماعية؟ وطرحت التساؤلات الفرعية التالية :

- ما هي عادات وانماط استخدام التواصل الاجتماعي فيس بوك لدى الجزائريين؟
- ما هي الدوافع والحاجات التي تكمن وراء استخدام الجزائريين لموقع فايس بوك؟
- كيف يؤثر استخدام الفاييسبوك على العلاقات الاجتماعية لدى الجزائريين؟

وتدرج تحت هذه التساؤلات الارضيات التالية:

- تختلف طرق استخدام موقع التواصل الاجتماعي "فيس بوك" لدى الجزا ئريين من مستخدم إلى آخر

تبعاً لمتغيري الجنس والسن.

- يلجأ مستخدمو موقع "الفايس بوك" في الجزائر إلى بسبب فرار اجتماعي وعاطفي.

-استخدام "فايس بوك" يؤدي إلى الانسحاب الملحوظ للدوار و النشاطات الاجتماعية ويقللون من تواصل المستخدم الشخصي بعائلتم وأصدقائهم.

اختارت عينة تكون من 280 مفردة وقد تمت عملية توزيع الاستمارات في فيفري 2012 على عينة من مستخدمي "الفايس بوك" بالولايات التالية: (باتنة، مستغانم، الجزائر، ورقلة). واعتماد منهج المسح الوصفي يعود بالدرجة الأولى الى اعتباره احد الاشكال الخاصة بمجموع المعلومات عن وسلوكياتهم و مشاعرهم واتجاهاتهم.

فخلصت نتائج الدراسة الميدانية عما يلي:

- بالنسبة لعادات وأنماط استخدام "الفايس بوك" فقد تبين أن أغلب أفراد العينة يستخدمون منذ سنة ثلاث سنوات (52.07 %) ويقضوي 27.16 % منهم أكثر من ثلاث ساعات في استخدامهم للموقع، وتشير النتائج أن أغلب المبحويين يتصارعون على الموقع من مرتين إلى ثلاث مرات في اليوم ويضل (61.50 %)منهم الفترة الليلية لاستخدام، ويميل (87.92 %) منهم إلى الاستخدام الفردي للموقع. ويضل 25.18 % موون المبحويين خدمة التعليقات في "الفايس بوك" يوم الدردشة (22.17 %) تليها مشاركة الصور (15.38 %) ثم مشاركة الروابط (15.23 %) وبالنسبة للدوافع والحاجات التي تكمن وراء استخدام "الفايس بوك" فلقد تبين من إجابات أفراد العينة) أن أغلبهم يستخدمون بدافع التواصل مع الأهل والأصدقاء ، وزيادة المعلومات والمعارف بنسبة 13.84 % يليه الترفيه والتسلية.

2- دراسة زهير عابد 2012 وعنوانها" دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام نحو التغيير الاجتماعي والسياسي"

حيث حاول فيها الباحث التعرف على دور الشبكات الاجتماعية في تعبئة الرأي العام نحو التغيير الاجتماعي والسياسي ، حيث انطلق في ذلك من عدة تساؤلات أهمها التساؤل الرئيسي التالي: ما دور شبكات التواصل الاجتماعية في تشكيل الرأي العام لدى جمهور طلبة الجامعات نحو التغيير الاجتماعي والسياسي؟

وقد اعتمدت هذه الدراسة على مدخل الاستخدامات و الاشباعات حيث تنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية التحليلية ، حيث قام الباحث باختيار، عينة عشوائية طبقية من الطلبة بلغ قوامها 500 مبحوث وأوضحت نتائج الدراسة تفوق البريد الالكتروني عن باقي مواقع شبكات التواصل الاجتماعي من حيث الاستخدام في المرتبة الاولى ، وبنسبة 8.88 بالمائة و يليه في المرتبة الثانية الفايسبوك بنسبة 8.79 بالمائة أظهرت نتائج الدراسة أن طلبة الجامعات يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي في المرتبة الاولى في منازلهم وبنسبة 6.89 و تتراوح مدة استخدامهم لها ما بين الساعة إلى اقل من ثلاث ساعات ، و بنسبة 4.40 بالمائة وتوصلت الدراسة إلى أن أكثر لغات التواصل تداول لدى طلبة الجامعات أثناء استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي هي اللغة العربية بنسبة 66 بالمائة وأنهم يتقنون بها الادوار الذي تقوم به في تشكيل الرأي العام لديهم بدرجة

متوسطة بلغت نسبتها 2.58 بالمائة وفي النهاية قد أوصت هذه الدراسة على ضرورة أن تعمل الشركات القائمة على شبكات التواصل الاجتماعي على الحفاظ على القيم و العادات و الخصوصية لبعض الشعوب و عدم الإساءة إليها من خلال دراستنا التي قمنا بها وهذه الدراسة التي اعتمدنا عليها في الدراسات السابقة لاحظنا عدم وجود فرق كبير بينها .حيث أن هذه الدراسة تناولت استخدام الشبكات الاجتماعية و أثرها على الرأي العام ، و دراستنا حول اثر مواقع التواصل الاجتماعي على عزوف الطالب حضور المحاضرات . مع اختلاف في العينة والمنهج ، والاعتماد على نفس المدخل النظري.

3- دراسة بعنوان التصور الاستراتيجي لمكافحة الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي بالمملكة العربية السعودية ، رائد بن حزام الكوفان.

هدفت الدراسة الى التعرف على طبيعة الشائعات الالكترونية وكيفية مكافحتها، ومعرفة الآثار الاجتماعية والاقتصادية والنفسية لها، ووضع تصور استراتيجي لمكافحتها على مواقع التواصل الاجتماعي، بهدف حماية المجتمع السعودي وتوصلت الى ان الإشاعة على نشر الخصوصية والبغضاء بين افراد المجتمع و أن من الآثار الاجتماعية للشائعات ايصال المجتمع الى ذروة الاهتزاز.

كما توصلت الدراسة الى أن المجتمع المتمتع بالشفافية والصراحة، يستطيع مواجهة الإشاعة دون عناء، لأن الحقائق نقل الشائعات في مهدها، وان موقع تويتر الذي طبقت عليه الدراسة كنموذج لمواقع التواصل الاجتماعي ذو صلة أساسية بتوزيع الشائعات، حيث تكون الشائعات على موقع تويتر أكثر سرعة منها على مواقع تواصل أخرى.

وقدمت الدراسة العديد من الاقتراحات للحد من الشائعات عبر التويتر منها:

أنه على الأمن الوطني التدخل لا للحجز على حريات المشتركين ولكن لتتبع أولئك المروجين للشائعات التي تضر بالاقتصاد الوطني وسمعة البلاد ورموزها بالاقناع.

4- دراسة بعنوان اعتماد الصحافة الحزبية الفلسطينية على الإشاعة واثرها على الإشاعة واثرها في التنمية السياسية في الضفة الغربية وقطاع غزة ، الدكتور خلف خلف 2009.

وهدفت الى الكشف عن شكل وطبيعة العلاقة واتجاهاتها بين الإشاعة في الصحافة الحزبية الفلسطينية والاستقرار السياسية، ومن ثم التنمية السياسية ، واختبرت فرضية مؤداها أن الإشاعة في الصحافة الحزبية تساعد على تفكيك المجتمع الفلسطيني، وتخلق البلبلة بين المواطنين ، وتوصلت الدراسة الى أن الصحافة الحزبية الفلسطينية لم تعر الكثير من الاهمية لمستلزمات لتوفير بيئة حيوية لمجتمع مدني نشط قادر على التقدم، وان الصحافة الحزبية عملت على تأجيج الاوضاع الداخلية الفلسطينية ، ورسخت الفرقة بين الاطراف الحياة السياسية حول القاسم المشترك بين الاطراف الوطنية عندما كثر الاعتماد على المعلومات والمعطيات المظلة والإشاعات.

5- دراسة بنجامين دور ومحمود فوز (2010) بعنوان "انتشار الشائعات سريعاً على مواقع التواصل الاجتماعي"

تهدف الدراسة إلى معرفة أسباب إنتشار الشائعات على مواقع التواصل الإجتماعى بشكل أكبرى ومدى تأثيرها على إندلاع الثورات فى بعض الدول العربية وأعمال الشغب فى لندن، إستخدمت الدراسة المنهج التجريبي حيث قام الباحث بنشر شائعة وتتبعها بين المجموعات بشكل رياضى لوغارثمي (Logarithmic). توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: أن هذه المواقع العنكبوتية تنقل المعلومات بطريقة سريعة جداً وبين مجموعات قد تكون فى ظاهرها غير متجانسة إلا أنها تجمع بينها قواسم مشتركة من الإهتمامات، أن هناك مواقع تسرى فيها الإشاعة أكثر من غيرها من المواقع الأخرى وفقاً لقوتها ومدى تأثيرها.

6- دراسة منج شن (2013) بعنوان "قوة الهمس، نظرية عن الإشاعة كوسيلة للاتصال والثورة"

تهدف إلى دراسة الإشاعة فى المجتمعات، وكيف أن الإشاعة يمكنها حشد الجماهير، وبالرغم من الشائعات قد لا تقدم معلومات غير مفيدة إلا أنها يمكنها أن تخلق رأياً عاماً وتغير إتجاهات الأفراد هناك مؤسسات تروج لبعض الشائعات عن ضعف الأنظمة الحاكمة؛ الأمر الذى يؤدى إلى إنهيار هذا النظام، وإن الشائعات تزداد فى فترة القلاقل والأزمات، واستدلت الدراسة بما حدث فى ثورتي تونس ومصر بسبب الشائعات، مثل الإشاعة التى إنتشرت فى تونس عن أن الرئيس التونسي غادر

البلاد وإنتهت إلى تصاعد وتيرة الثورة هناك، وأيضاً ما حدث في مصر من إنتشار شائعة مغادرة الرئيس السابق مبارك وأسرته إلى لندن مما أدى إلى شعور الثوار بضعف النظام وعدم قدرته على مواجهة الأزمة. وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: أن الشائعات التي تكون ضد النظام تكون أكثر إنتشاراً وأكثر قابلية للتصديق، أنه في الأنظمة الديكتاتورية، تميل هذه الأنظمة إلى منع الشائعات التي تكون ضدها ومنع الناس من التكلم عنها، كما أن الرقابة على الأخبار وسريان المعلومات يكون من حكها ومرتبطة ببقاء هذه الأنظمة، أن قوة الإشاعة وقابليتها للتصديق يكون مرهونا بقوة الوسيلة التي يتم إستخدامها.

حدود الاستفادة من الدراسات السابقة :

ما من شك أن لدراسات السابقة دور كبير في إثراء البحث العلمي من خلال الإسهامات العلمية و النتائج المهمة التي تقدمها لذا وجب الوقوف عندها لإعطاء البحث بعده التأصيلي النظري، و من خلال استعراض الدراسات السابقة سجلنا الملاحظات التالية:

- تم الاستفادة من الدراسات السابقة من خلال صياغة موضوع الدراسة الحالية، والتحديد الدقيق لإشكالية الدراسة.

- الاستفادة من تلك الدراسات من حيث بعض النقاط التي تتقاطع و تتشابه فيها الدراسة الحالية خصوصا في جانبها المنهجي من حيث تحديد المنهج و أدوات جمع البيانات وكذا في جانبها النظري .

- تم الاستفادة من تلك الدراسات من خلال التعرف على نظريات الاتصال المناسبة و تطبيقها على الدراسة الحالية .

- ساعدتنا الدراسات السابقة أيضا في جانبها التطبيقي من خلال صياغة بعض أسئلة الاستبيان وكذلك من خلال النتائج المتوصل إليها من تلك الدراسات تم تسليط الضوء على بعض الجوانب بشكل أعمق في الدراسة الحالية.

سادسا: منهج الدراسة

و يقصد به الطريقة أو الأسلوب الذي ينتهجه **Méthode** المنهج هو ترجمة للكلمة الفرنسية يستخدمها العالم في بحثه أو دراسة مشكلته للوصول إلى حلول لها والى بعض النتائج¹.

كما يعرف بأنه "عبارة عن أسلوب من أساليب التنظيم الفعالة لمجموعة من الأفكار المتنوعة و الهادئة للكشف عن حقيقة تشكل هذه الظاهرة أو تلك"² ، والمنهج هو "مجموع الإجراءات و الخطوات الدقيقة التي يتبناها الباحث من اجل الوصول إلى نتائج معينة"³ .

كما انه هو "جملة من المبادئ والقواعد و الإرشادات التي يجب على الباحث إتباعها من اجل الكشف عن العلاقات العامة و الجوهرية و الضرورية التي تخضع لها الظواهر موضوع الدراسة"⁴.

اعتمدنا في هذه الدراسة على المنهج الوصفي وبالإستعانة بدراسة حالة والذي يعد أبرز المناهج المهمة المستخدمة في الدراسات العلمية والبحثية و رسائل الماجستير والدكتوراه ، ومناهج البحث العلمي بوجه عام تساهم في التعرف على ظاهرة الدراسة، ووضعها في إطارها الصحيح، وتفسير جميع الظروف المحيطة بها، ويعد ذلك بداية الوصول إلى النتائج الدراسية التي تتعلق بالبحث، وبلورة الحلول التي تتمثل في التوصيات والمقترحات التي يسوقها الباحث لإنهاء الجدل الذي يتضمنه متن البحث، واستخدام منهج معين في البحث يتطلب وقتًا وجهدًا كبيرين في سبيل الوصول إلى جميع المعلومات والبيانات التي تتعلق بظاهرة البحث.

¹عبد الفتاح محمد العيسوي، عبد الرحمان محمد العيسوي، مناهج البحث العلمي في الفكر الإسلامي و الفكر الحديث، دار الراتب الجامعية ، 1997- 1999، ص 13.

² محمد عبيدات وآخرون منهجية البحث العلمي "القواعد والمراحل و التطبيقات" ، ط2 ، دار وائل للنشر،الأردن- عمان، 1999 ، ص35.

³ مورييس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية -تدريبات عملية، (ترجمة : بوزيد صحراوي و آخرون)، دار القصبية للنشر، الجزائر، 2006 ،ص98.

⁴ عبد الهادي أحمد الجوهري، مدخل إلى مناهج و تصميم البحوث الإجتماعية، المكتب الجامعي، الإسكندرية ، د س ، ص 27.

سابعاً: مجتمع الدراسة وعينته

1-مجتمع الدراسة

تعد عملية اختيار مجتمع البحث من الخطوات الهامة في أي دراسة، فهو المجتمع الذي ستطبق عليه الدراسة من خلاله أدوات البحث محاولة من الباحث لإيجاد حل لإشكال الدراسة و التساؤلات التي تطرحها، فمجتمع البحث في لغة العلوم الانسانية والاسلامية والحضارة هو مجموعة منتهية من العناصر المحددة مسبقا و التي تركز عليها الملاحظات، " ضف إلى ذلك" هو المجتمع الأكبر أو مجموعة المفردات التي تستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج الدراسة و يمثل هذا المجتمع الكلي أو المجتمع الأكبر، الذي يهدف الباحث إليه في دراسته النظرة العامة لكل المجتمعات أي يتم تعميم نتائج الدراسة على كل مفرداته .

وبناء على هذا فإن مجتمع البحث الخاص بدراستنا يتمثل في الطلبة الجامعيين بكلية العلوم الانسانية والاسلامية والحضارة، ونظرا لصعوبة القيام بدراسة شاملة لجميع مفردات مجتمع البحث قمنا باختيار أسلوب العينة العشوائية المنتظمة، و نظرا لاقتصار عينتنا "حوالي 40 طالب" وبالتحديد طلبة سنة أولى ماستر اتصال وعلاقات عامة، و بناءا على ذلك اعتمدنا على العينة القصدية التي تعرف بأنها:

الأكثر انتشارا في الأبحاث التطبيقية لقلّة تكاليفها و سهولة إجرائها فضلا عن قلة الأخطاء التي تقع في اختيار مفرداتها.

2- عينة الدراسة:

طلبة الماستر اتصال وعلاقات عامة لكلية العلوم الانسانية الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة الفايسبوك في جامعة عمار ثلجي بالاغواط.

ثامناً: أداة البحث

استمارة الإستبيان

تعتبر استمارة الاستبيان أداة هامة من الأدوات المنهجية التي تستعمل في جمع المعلومات والبيانات المتعلقة بموضوع الدراسة، و هي عبارة عن مجموعة من الأسئلة المصممة بعناية ودقة بحيث

تكون متسلسلة وواضحة الصياغة، و لقد اعتمدنا في دراستنا على أداة الاستبيان التي توزع على عينة من طلبة كلية العلوم الانسانية والاجتماعية و يعتبر " الاستبيان أكثر أدوات جمع البيانات استخداما لإمكانية جمع المعلومات من خلاله عن موضوع معين من عدد كبير من الأفراد المجتمعين أو غير مجتمعين في مكان واحد¹.

"كما أنها " أداة تتضمن مجموعة من الأسئلة المكتوبة و التي تعد قصد الحصول على معلومات أو آراء المبحوثين حول ظاهرة أو موقف معين"².

و تم اعتماد هذه الأداة في دراسة تأثير الفايسبوك في نشر الاشاعة السياسية على الطلبة الجامعيين لعينة من طلبة كلية العلوم الانسانية للأسباب التالية:

- الجمهور المستهدف باعتباره الطلبة الجامعيين ، يتميز بكبر العدد واختلاف المستويات بالشكل الذي يحد من إمكانية استخدام أساليب أخرى كالمقابلة لهذا العدد الكبير، وفي المقابل يستطيع الاستبيان تغطية عدد كبير من الأفراد حسب العينة المختارة دون الزامية الحضور فضلا عن وجود إمكانية الاتصال الهاتفي أو عبر وسائل التواصل الإجتماعي، و تضمنت الاستمارة بداية بالبيانات الشخصية مايلي:

المحور الأول : البيانات الشخصية.

المحور الثالث: مواقع التواصل الاجتماعي والاثر الذي تتركه في حياة الطالب الجامعي.

المحور الثاني: معدل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ودرجة الوعي السياسي عند لطلاب لجامعيين.

المحور الرابع: السلوكات والقيم الاجتماعية للطلبة الجامعيين بعد تلقي المعلومات من الفايسبوك.

1 حمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون- الجزائر، 2003 ص 169.

2 ربحي مصطفى عليان، عثمان محمد غنيم، مناهج و أساليب البحث العلمي، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2000، ص82.

تاسعا: حدود الدراسة

- الحدود المكانية : جامعة عمار ثليجي – الأغواط.

- الحدود البشرية : جرت الدراسة على طلبة السنة الأولى ماستر تخصص اتصال وعلاقات عامة بكلية العلوم الانسانية والاسلامية والحضارة بجامعة عمار ثليجي بالاغواط .

- الحدود الزمنية: طبقت الدراسة من (15 جانفي 2023 إلى 03 فيفري 2023) في العام الدراسي 2022 / 2023 م.

الفصل الثاني

الإشاعات السياسية

عبر الفايسبوك

تمهيد

الشائعات " من الأقوال الضارة، ونقل الحوادث الكاذبة، والترويج والتمهيد للأفكار السيئة، تضر ضررا كبيرا بالمجتمع من نواح كثيرة، في دينه ودينه وعلاقاته وترايطه، وصلته بغيره من المجتمعات ، لأنها تقوم على أسس ومضامين غير تربوية، وتسعى إلى تفكيك وحدة المجتمع والنيل من مكتسبات الأمة وزعزعة الثقة .

وأصبحت الشائعات قدرا إجتماعيا وسياسا لا مفر منه، فأغلب الناس قد تعرض لشائعة أو أكثر في يوم من الايام والكثير عانى من كلام الناس بعض الوقت أو معظم الاوقات لأن الشائعات قد صارت جزءا من فن السياسة، وفن الحرب، وفن الإعلام والترويج التجاري والفني، بل وصارت فنا من فنون الصراع الاجتماعي والمهني. وللتعرف أكثر عن الموضوع استعملنا الخطة التالية:

المبحث الأول: ماهية الإشاعة

المطلب الأول تعريف و أهداف الإشاعة

المطلب الثاني: خصائص ومراحل اطلاق الإشاعة

المطلب الثالث: انواع ودوافع الإشاعة

المبحث الثاني: موقع التواصل الاجتماعي "فايسبوك"

المطلب الأول: تعريف ولمحة تاريخية عن مواقع التواصل الاجتماعي .

المطلب الثاني: التأثيرات الايجابية و السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الثاني: إعتقاد الشباب والطلبة الجامعيين على موقع التواصل الاجتماعي فايسبوك

المبحث الأول: ماهية الإشاعة

المطلب الأول تعريف و أهداف الإشاعة

الفرع الأول : تعريف الإشاعة

تعرف الشائعات لغويا إذ ورد فى لسان العرب لإبن منظور: شاع الخبر فى الناس يشيع شيعا وشيعانا ومشاعا وشيعوعة، فهو شائع: انتشر واقترق وذاع وظهر. واشاعوا واشاع ذكر الشئ : أطاره وأظهره، وقولهم: هذا خبر شائع، وقد شاع فى الناس، معناه قد اتصل بكل أحد، فاستوى علم الناس به، ولم يكن علمه عند بعضهم دون بعض والإشاعة فيها هذا المعنى وهى ترويح الكلام تبدأ بكلمة أو جملة أو خبر وتنتقل عبر الألسن وكل شخص يضيف لها كلمة حتى تصبح قصة أو رواية بما يؤذي الآخرين لإيقاع الشك فى نفوس الناس والخوف وسوء ظن بعضهم ببعض¹.

أما الإشاعة فى التعريف الإصطلاحى، فثمة اختلاف حولها، حسب طبيعة العلم الذى يدرس الإشاعة أيا كان نوعه، وربما يحدث خلاف حول تعريف الإشاعة داخل العلم الواحد باختلاف المنهج المستخدم فى الدراسة، وأشير التعريفات لمشائعة ينسب إلى عالم الإجتماع الأمريكى " تى شيبوتانى) T.Shibutani (الذى عد الشائعات أخبارا ملفقة تتولد من نقاش جماعى وعرفها الباحثان جوردون أولبورت) G.W.Allport(وليوبوستمانLeo postman².

الإشاعة عمى أنيا " كل قضية أو عبارة موضوعية نوعية مطروحة للتصديق، وهى تتداول من فرد إلى آخر بالكلمة الشفهية فى العادة، دون أن تستند إلى دلائل مؤكدة على صدقها، وتحتوى كل شائعة دائما على شئ من الحقيقة .

عرفها البعض بكونها " الترويح لخبر مختلق، لا أساس لو من الواقع، أو لخبر تعمد المبالغة والتهويل، أو التشويه فى سرد خبر فهو جانب ضئيل من الحقيقة، أو إضافة معلومة كاذبة أو مشوهة لخبر معظمه صحيح، أو تفسير خبر صحيح والتعليق عليه بأسموب مغاير لمواقع والحقيقة، وذلك

1 -د. عبد الرزاق الدليمي: الدعاية و الشائعات و الراي العام، رؤية معاصرة، ط العربية 2 ،دار اليازوري العلمية للنشر (1) و التوزيع، عمان، 2015 ص،1

2 -د. حسام الدين مصطفى: الشائعات و الرسائل المتسلسلة (بناء واستراتيجيات التصدي، مجلة دراسات إعلامية، (1) مجلة نصف سنوية علمية ثقافية محكمة، جامعة إفريقيا العالمية، العدد الثاني، 2017، ص20،

بهدف التأثير النفسى فى الرأى العام المحلى أو الإقليمى أو العالمى، تحقيقا لأهداف سياسية أو اقتصادية أو عسكرية على نطاق دولة واحدة، أو عدة دول، أو على نطاق العالم بأجمعه¹.

وأىضا "عملية نقل خبر مرتبط بواقعة أو رأى أو صفة مختلفة من خلال الكلمة المسموعة الشفهية، تعبيرا عن حالة معينة من حالات القلق، أو الكبت الجماعى "وأىضا " الحديث أو القول أو الخبر أو الرواية يتناقله الناس دون التأكد من صحته أو التحقق من صدقه، ويميل الناس إلى تصديق ما يسمعون دون محاولة التأكد من صحته، ثم يروونو للغير، وقد يضيفون إليه بعض التفاصيل الجديدة².

ويعد أكثر التعريفات رجحان ووضوحا الذى عرفها "الإشاعة عبارة عن رواية مصطنعة عن شخص أو جماعة أو دولة، يتم تداولها شفها أو إعلاميا. وهي مطروحة لكى يصدقها الجمهور ون أن تتضمن مصادرها، ودون أن تقدم دلائل مؤكدة على كونها واقعية، وأنها " كلام أو صورة أو مقطع فيديو أو مادة مسجلة مختلق كاذب بأكمله أو يحمل نسبة من الصحة، يتميز بالأهمية والغموض والجاذبية، ينتقل أو يروج له بين الناس عن طريق المشافهة أو الكتابة أو عن طريق إحدى وسائل الاتصال والإعلام التقيمية والالكترونية بما فيها مواقع التواصل الاجتماعى، بهدف التأثير على الجمهور لغرض ترديده أو المشاركة بنشره لتحقيق هدف معين سواء على المستوى الشخصى أو المؤسستى أو المحلى أو العالمى³.

من التعاريف السابقة نلاحظ وجود ترابط بين المعنى اللغوى والمعنى الإصطلاحى، بسبب وجود عامل مشترك بينهما هو الانتشار والتكاثر أهداف الشائعات لقد أصبح من المسلم هو أن الشائعات سلاح فتاك من أسلحة الحرب النفسية الخطيرة، وأنها تلعب دورا كبيرا فى التأثير على الروح المعنوية، من خلال سعى مروجيها إلى تحقيق عديد من الأهداف المتنوعة والتداخل مع بعضها البعض وهذه الأهداف نستطيع تصنيفها لمساعدة فى تحليل الإشاعة وضبطها ومواجهتها، وفقا لما تصبو إلى تحقيقه، ويمكن بلورة أهداف الشائعات بالأتى:

1 حسين دى الزوينى: الحرب الإعلامية، ط1، نبلاء ناشرون وموزعون، الأردن، 2015. ص10.

2 حسين دى الزوينى: نفس المرجع السابق، ص 15.

3 نفس المرجع، ص 18.

الفرع الثاني: أهداف الإشاعة

-أهداف معنوية: إن الأهداف المعنوية لمشائعات متعددة " فإذا كانت الحرب النفسية تعد في هذه الأيام حجر الزاوية بالنسبة لسياسة العدو العدوانية، أدركنا مدى فاعلية وخطورة الشائعات، وهى من أخطر أسلحة الحرب النفسية فى التأثير على الروح المعنوية للأفراد والجمهير فى السلم والحرب، وذلك بإيجاد جو من البلبلة والشك وزعزعة الثقة بالنفس، وبث الروح الانهزامية والتفرقة والتشكيك بكل شئى.)" منها إثارة الفتن وتعميق الخلافات القائمة، وبعض هذه الشائعات الغرض منها:

النيل من سمعة وشرف من توجو إليه بشكل مباشر أو بشكل غير مباشر لمساس بمركزه الإجتماعى أو الشخصى أو التعرض لمكانته)،¹(كما يحصل فى الانتخابات النيابية، أو تلك التى عرفها التاريخ، مثل الإشاعة التى مست السيدة عائشة بنت ابى بكر – رضى الله عنهما- زوجة الرسول صلى الله عليه وسلم- حادثة الإفك- وتلك التى مست السيدة مريم العذراء –عليها السلام¹.

-أهداف اقتصادية: يعد الإقتصاد من جوانب الحياة المهمة التى تحظى باهتمام بالغ بين كافة فئات المجتمع، والأغراض الإقتصادية التى تترتب على انتشار الإشاعة تأخذ أشكالاً متعددة، تخلف باختلاف طبيعة المجال الإقتصادى الذى يراد لها أن تؤثر فيه سلباً او إيجاباً، فيمكن أن تستهدف الإشاعة نشاطاً معيناً من أنشطة الإقتصاد الجزئى فيكون أثرها على المتعاملين فى هذا النشاط، ويمكن أن تستهدف الإشاعة أحد متغيرات الإقتصاد الكمى التى تؤثر فى الإقتصاد القومى كسعر الفائدة، والعملة المحمية فيكون أثراً على كافة افراد المجتمع².

-أهداف عسكرية: تهدف الشائعات فى هذه الحالة إلى إضعاف الروح المعنوية، والتأثير على الحالة النفسية للجنود والمواطنين)،¹(وتهدف إلى التفتيت، ويقصد بالتفتيت: تفتيت المعنويات أو الصنوف وبث الفرقة والشقاق، وتحيد القوى الأخرى واستخدامها كستاره دخان فى سبيل طمس الحقيقة أو الأخبار الصحيحة، واستخدامها كطعم لتصيد به المعلومات والأنباء التى يتكتم عليها

¹ حسام الدين مصطفى: الشائعات و الرسائل المتسلسلة، البناء و إستراتيجيات التصدي، مرجع سبق ذكره،ص5

² عبد الرزاق الدليمي: الدعاية و الشائعات و الراي العام، رؤية معاصرة، مرجع سابق ، ص 13.

العدو ومثال ذلك أن ينشروا أخبارا وشائعات عن خسائر ضخمة فى صفوف العدو، فتضطره أمام ضغط شعبه أن يعرب عن الحقيقة فيقدم معلومات مهمة لناشر الإشاعة¹.

ومن أغراض وأهداف الشائعات أيضا التى يسعى وراءها مروجوها قياس الرأى العام، وذلك لمعرفة ميوله تجاه ما قد تتخذه الدولة، ويكون ذلك بتسريب خبر ايجابى هو فى الأصل شائعة تلمح إلى ذلك القرار، ومن ثم يرصد رد الفعل تجاه هذا الخبر، أو قد يكون الهدف صرف نظر الرأى العام عن أمر من الأمور، أو قد تهدف الإشاعة إلى لفت النظر إلى أمر من الأمور مثلا حققته الدولة من إنجازات لموظفيها لكنها لم تجذب الانتباه.

وكذا تختلف الشائعات حسب الغرض الذى تسعى إلى تحقيقه وهى تعمل بكفاءة وتصل إلى هدفها إذا تم بناؤها وصياغتها بشكل متقن، واستخدمت الوسائل اللازمة لنشرها، وضمنت بأجزاء من الواقع .

-أهداف تربوية:-

وتتمثل فى التشكيك بالمبادئ والقيم التربوية وذلك من خلال نشر الأقوال والشائعات ومحاولة الإرجاف بين فئات المجتمع)، (وتعويد المجتمع على الخوض فى الكذب والغيبة والنميمة وسوء الظن ببعض فئات المجتمع وهذه بعض الأضرار التربوية للشائعات².

المطلب الثاني : خصائص و مراحل اطلاق الإشاعة السياسية

الفرع الاول : خصائص الإشاعة

إن الإشاعة تتسم ببعض الخصائص بعضها يرتبط بحالة الإشاعة وطبيعتها، وبعضها الآخر يرتبط بواقع المجتمع وحالته النفسية والاجتماعية، ومن ثم تعكس الإشاعة هذا الواقع وتعبر عنه .

ومن الخصائص المرتبطة بطبيعة الإشاعة ذاتيا:

¹ رضا عبد حمود أكحيل: الشائعات فى المواقع الإخبارية الأردنية وتأثيرها فى نشر الأخبار من وجهة نظر الصحفيين الاردنيين، قدمت هذه الرسالة إستكمالا لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير فى الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، ص 34.

² عبد الرزاق الدليمي: الدعاية و الشائعات و الراى العام، ط2، دار البازوري العلمية، للنشر و التوزيع، عمان، (1842). ص، 184.

- الإشاعة هي عملية نشر المعلومات، وبخاصة إذا ارتبطت بموضوع هام ونشرت في ظروف يتعذر معها التأكد من صحتها، أما إذا اعتبرت تعبيراً عما يجري في عقول الناس فيمكن استخدامها كمؤشر للرأي العام، أو كأسلوب وقائي كما يحدث في الحروب النفسية أو المعارك الانتخابية.

- أنها تحتمل الصدق والكذب، فقد تحتوى الإشاعة على بعض المعلومات الصادقة المتعلقة بموضوع أو موقف ما كالإشاعة حول زيادة مرتبات الموظفين، وقد تكون الإشاعة كاذبة، وقد يكون جزءاً من الإشاعة صادقا والجزء الآخر كاذبا؛ كما يحدث عند تسريب أسماء محتملة وغير محتملة لترشيح أعضاء الحكومات في بعض الدول، وإن كانت بعض الأسماء صحيحة والأخرى كاذبة لغرض جس النبض (للرأي العام) حول أسماء المقبولين وغير المقبولين¹.

- يمكن أن تنطلق الإشاعة بسهولة، ولكن ليس من السهل إيقافها، فالإشاعة إذا ما توفرت التربة الصالحة لها يصعب إيقافها، فهي تسير الآن بسرعة الصوت والضوء عن طريق الأقمار الصناعية.

- ومن الخصائص الأساسية للشائعة أنها غالبا ما تكون مشحونة بشحنة انفعالية ووجدانية قوية، فالإشاعات المحايدة لا تنتشر كثيرا، أما الإشاعات التي تكون مملوءة بالأمانى والأمال والأحلام ((الإشاعة الوردية)) تنتشر بسرعة، كإشاعة انتهاء الحرب في بحر شهر أو منح مكافأة.. كما أن الإشاعات السوداء التي تحمل مشاعر تتضمن الكراهية والعداء أو التفارقة من الشائعات الأكثر انتشارا والأكثر سرعة في انتقالها من غيرها².

- إن مضمون الإشاعة ومحتواا يتعرض دائما إلى التغيير والتسوية والتعديل أثناء ترويجهما، فقد يتم عند الرواية التركيز على بعض الجوانب والمبالغة فيها واستبدال بعضها الآخر، مما يغير من حقيقة الأمر، وتؤكد الدراسات أن الإشاعة أثناء مسيرتها الروائية تميل إلى أن تكون أيسر وأقصر أسهل فهما واستيعابا.

وهناك بعض الخصائص التي تعكس حالة المجتمع وظروفه وتعتبر الإشاعة عنه وهى:
- إن الإشاعة تظهر وتنتشر في المواقف المحرجة، وفي حالات الإضطراب وخاصة عندما يسود القلق والفوضى حياة الأفراد، والجماعات أو المجتمع، كما هى الحال في حالات الحروب والأزمات الإقتصادية والاجتماعية، وفي حالات الكوارث الطبيعية كالزلازل والبراكين والأعاصير

1 -رضا عبد حمود أكحيل: مرجع سبق ذكره، ص35.

2 -نفس المرجع، ص3.

- عادة ما تكون الإشاعة استجابة للمواقف والظروف التي يسودها الغموض وعدم الوضوح، فحيث ما تتوفر المعلومات أو الحقائق عن الحالة أو الموقف للناس، وهم فى أمس الحاجة إليها أذاك تأتي الإشاعة لتلبية تلك الحاجة فتكون بمثابة التربة الخصبة لظيورها وانتشارها¹.

- إن الإشاعة عادة ما يكون موضوعها قضايا مهمة تمس حياة الناس الاقتصادية أو السياسية أو الاجتماعية، فالإشاعة تحمل مضمونا أو رسالة لها علاقة مهمة بحياة المجتمع

الفرع الثاني: مراحل تكون وانتشار الإشاعة

أ- مراحل تكون الإشاعة:

هناك مراحل تمر بها الإشاعة لتكون جاهزة، وكما لخصها العالم النفسي " باسيو" وهي ثلاث مراحل:

المرحلة الأولى: مرحلة الإدراك الإنتقائي

اي مرحلة إنتقاء الخبر من قبل مجموعة من الناس يحملون خصائص مشتركة فيما بينهم مثل عدم الشعور بالثقة و الشعور بالإضطهاد أو ضعف الإنتماء، فهم يدركون الموضوع بشكل إنتقائي والتي تكون المادة الرئيسية للشائعة².

المرحلة الثانية : مرحلة التنقيح

فبعد إدراك الموضوع تبدأ مرحلة التنقيح اي الإضافة أو الحذف كذلك تضاف إليها بعض العبارات المتداولة في ذلك الوسط لكي تكون مقبولة ومفهومة لدى عدد اكبر من الناس الذين يعيشون في ذلك الوسط.

المرحلة الثالثة: مرحلة الإنطلاق

فبعد إدراك الموضوع و القيام بتنقيحه يتم إطلاق الإشاعة بعد ان تكون جاهزة وسهلة الإستيعاب في الوقت المناسب لكي تؤدي أغراضها³.

1 -رضا عبد حمود أكحيل: مرجع سبق ذكره، ص36.

2 محمد بن دغش سعيد القحطاني: الإشاعة و أثرها على أمن المجتمع، ط1 ،دار طويق للنشر و التوزيع ،الرياض، (361). ص، 36

3 -محمد بن دغش سعيد القحطاني: مرجع سبق ذكره، ص47.

ب- مراحل إنتشار الإشاعة:

الإنتشار وكما جاء سابقا على حسب راي " افريت روجرز " هو العملية التي تذاع بواسطتها الفكرة الجديدة المستخدمة، وتنطوي على خروج فكرة جديدة من مصدرها إلى الذين يعتقونها، و الإشاعة في إنتشارها تمر بثلاث مراحل¹ وهي:

1- مرحلة ولادة الإشاعة :

نتاجها، تسمى أيضا بمرحلة العرض و الطلب وهي مرحلة ظهور الإشاعة و حيث يقوم منتوجها بإبرازها عند توفر الوقت المناسب

2- مرحلة المغامرة و المجازفة :

وهي مرحلة ذيوغ الإشاعة وانتشارها بين الناس، وهي الطريق الدائري الذي تستمر فيه الإشاعة ولقد أثبتت عدة دراسات تجريبية بأن إنتشار الإشاعة يعتمد بشكل رئيسي على فائدتها وعلى العمل الجماعي، فالافراد و الجماعات يطلقون الإشاعة ويشتركون في توزيعها

3-مرحلة موت الإشاعة

وهي المحصلة النهائية في إنتشار الشائع².

المطلب الثالث : أنواع و دوافع الأشاعة**الفرع الاول : تصنيفات و أنواع الإشاعة**

إختلف الباحثون في تصنيف الإشاعة، فتنوعت تصنيفاتهم وفق الأسس التي إعتمدت، فصنفها البعض بموجب زمن إنتشارها وسرعتها في التداول، في حين صنفها آخرون بموجب الدوافع وراء سريانها و الآثار الإجتماعية المترتبة عليها، ومن بين تلك التصنيفات³ ما يأتي:

1 -مصطفى يوسف كافي: الرأي العام و نظريات الإتصال، ط1، دار الحامد للنشر و التوزيع، الأردن، 2015 ص108.

2 نفس المرجع السابق، ص 112.

3 -نايف بن محمد المرواني: الشائعات و آثارها السلبية في بنية المجتمع وتماسكه، الندوة العلمية مجابهة الشائعات، مركز الدراسات و البحوث، قسم الندوات و اللقاءات العلمية، جيبوتي، 2010 ، ص 08.

1- تصنيف الشائعات وفق زمن إنتشارها وسرعتها:

كما فعل العالم الروسي "بايسو" الذي حدد ثلاثة أنواع للشائعات:

- أ- **الإشاعة الحابية**: يدل هذا النوع من الشائعات كما يتضح من إسمها على أنها تنمو ببطء حتى تصل إلى مجموعة كبيرة من الناس بعد أن تخضع لتغيرات وتشويهات بمرور الزمن.
- ب- **الإشاعة الإندفاعية**: تظهر هذه الإشاعة أثناء الكوارث و الحروب و الأخطار التي تهدد الإنسان لذا تستند إلى أجواء مشحونة بالإنفعالات القوية، وكأنما يريد الناس من خلالها الإحتماء بعضهم ببعض من الخطر الذي يهددهم.
- ج- **الإشاعة الغاطسة**: وهي تظهر وتختفي ثم تظهر ثانية حيث عندما تتشابه الظروف مع ظروف نشؤها اول مرة¹.

2- تصنيف الشائعات حسب الموضوع:

- لذلك صنف الإشاعة وفق موضوعها إلى سياسية أو إجتماعية أو إقتصادية أو تعليمية، كذلك الشائعات التي تتحدث عن قرب تغيير الوزارة عبر إنتخابات قريبة وغير ذلك.
- أما الشائعات الإجتماعية فتتعلق بكافة المواضيع التي تخص حياة الناس الإجتماعية من شائعات حب، وزواج وطلاق وغيرها، لكن غالبا ما تكثر الشائعات حول السلوك الجنسي، فتنتشر الشائعات الجنسية التي ترتبط بحالة الكبت التي تفرضها طبيعة العلاقات الإجتماعية و الرغبة في التنفيس الذي يتم من خلال إطلاق مثل هذه الشائعات.
 - ولا تقل الشائعات في الجانب الإقتصادي أهمية عن غيرها، بل على العكس تماما وقد تتسبب في كساد سلعة ما، أو إفلاس شركة معينة، أو ضرب سوق معينة².

3- تصنيف الشائعات بموجب وظيفتها:

- أ- **الوظائف الإيجابية**: تعد الإشاعة متنفسا عن التوترات الإنفعالية بإفراغها لفظيا، وقد تعد تبرير للمشاعر الإنفعالية وتعطي سببا لها، كما أنها قد تكون نوعا من التنفيس عما يجري ضمن الأنساق الإجتماعية التي تؤكد قيم النهي و السيطرة فتكون الإشاعة بمثابة صمام الأمان الذي يتم من خلاله

1 -محمد بن دغش سعيد الفحطاني: مرجع سبق ذكره، ص 49.

2 نفس المرجع السابق، ص52.

التنفيس عن عدم الرضا و يخفف التراكم الذي يؤدي إلى الانفجار فالإشاعة قد تكشف عن مظاهر التوتر المتفاقمة الموجودة داخل الأنساق الإجماعية وهي إشارة تحذير لما في المجتمع من مشكلات من خلل في منظومته.

ب- الوظائف السلبية:

- تعثر العمل الجماعي بإثارة الفتنة بين الأفراد مما يخفض درجة الإنجاز و المجتمع الحديث بطبيعته تتجه العلاقات فيه نحو العزلة أكثر، وهنا تلعب الشائعات وخاصة، شائعات الحقد و الكراهية دورا كبيرا في زيادة العزلة بين الأفراد.

- كما أن الناس يسعون للعيش بطريقة عاقلة تعتمد على المعلومات الصادقة، ويستحيل إقامة الحياة على سلسلة من الأخبار الملققة، وبالتالي تهدد الإشاعة التنظيم الإجماعي، وتعمل على تفكيكه كلما زادت الثقة بناقليها.

- وقد اشارت بحوث علم النفس الإجماعي إلى أن الجماعة المفككة أقل من إنتاجيتها من الجماعة المتماسكة، ولهذا فإن الإشاعة قد تسهم في تفكيك الجماعة أحيانا، الأمر الذي يمكن أن ينعكس بدوره على الإنتاج و التقدم الإقتصادي¹.

4- الشائعات وفق الدوافع:

أ- شائعات الخوف: وتستههدف إثارة القلق و الرعب في نفوس السكان، ويعتبر هذا النوع من الإشاعات نوعا مروعا وقد تمس الإشاعات أحداثا كالكوارث و الحروب و الأسعار، وقد تمس أشخاصا.

ب- شائعات الكراهية: وهي عادة ما تظهر في أوقات الإنتخابات لتنتشر الكراهية بين الأحزاب السياسية لتحقيق أهداف خاصة².

ج- شائعة الأمل: أو الشائعات الحاملة المليئة بالخيالات التصويرية وهي تعبر عن الأمانى و الأحلام بأن تكون حقيقية، ونجد اصحابها أو مروجيها يتمنون أن تكون حقيقة واقعة، وهي تتناول قضايا مختلفة وتنتشر في حالات الازمات و الكوارث و الحروب بشكل واسع.

¹ نايف بن محمد المرواني: مرجع سبق ذكره، ص80.

² نايف بن محمد المرواني: الشائعات واثارها السلبية في بنية المجتمع وتماسكه، مرجع سبق ذكره، ص95.

د- الشائعات الوهمية: وهي التي تعبر عن الخوف وليس عن الرغبة ومن أمثلة ذلك الشائعات المغرضة عن أعداد مبالغ فيها من القتلى و الجرحى في الحروب.

وقد حاول علماء النفس استخدام معيار الوقت في تصنيف الشائعات فتم تقسيمها إلى ثلاثة أنواع:

أ- **الإشاعة الزاحفة**: وهي التي تروج ببطء ويتناقلها الناس همسا وبطريقة سرية تنتهي في آخر الأمر إلى أن يعرفها الجميع ويتضمن هذا النوع القصص الزائفة التي تروج لعرقلة اي تقدم إقتصادي أو سياسي أو إجتماعي.

ب- **شائعات العنف**: وهي التي يكثر حدوثها ووجودها اثناء الحرب و الكوارث و الأزمات و الهزيمة، إن مثل هذه الشائعات تستند عموما إلى العواطف الجياشة كالذعر و الغضب و الخوف.

ج- **الإشاعة الغائصة**: تروج في اول الامر ثم تغوص تحت السطح لتظهر مرة اخرى عندما تنهيا لها الظروف بالظهور وتطفو الإشاعة من هذا النوع من جديد حين تسمح الظروف بها.¹

كما يمكن تقسيم الشائعات من حيث مصادرها إلى اقسام عدة منها:

أ- **الشائعات القومية**: وهي الشائعات التي تدور حول القضايا القومية العامة و الازمات.

ب- **الشائعات الشخصية**: يرمي مروجوها إلى تحقيق مكاسب شخصية او الحصول على مراكز مرموقة، ولذلك فإنها تعد من الشائعات الحالمة.

ج- **الشائعات المحلية**: وتدور حول القضايا الخاصة ببلد معين.

د- **الشائعات الدولية**: وتنتشر الاوبئة او الكوارث تنتشر عند حدوث الأزمات الدولية و الطبيعية. ويمكن تقسيم الشائعات من حيث دلالتها الوظيفية إلى:

أ- **الشائعات المحايدة**: وهي التي تنتشر في ظروف القلق و الإضطراب وتنصب على حالة خاصة لاهمية لها بالنسبة للجمهور ولا تنتشر وانما تبقى في نطاق ضيق.

ب- **الشائعات العدوانية**: أو الإشاعة المغرضة وهي التي تروجها العناصر المضادة للحكم القائم بهدف إيجاد بلبلة في صفوف الشعب.

¹- نايف بن محمد المرواني، مرجع سبق ذكره، ص32.

ج- شائعات الفكاهة: تستهدف اثاره الضحك فقط للتعبير عن المشاعر الحميمية¹.

5- الشائعات من حيث الاسلوب:

- أ -الاسلوب المباشر :وياخذ صورة الرواية الكلامية، وتنتقل من شخص إلى شخص آخر.
 ب -الاسلوب غير المباشر :كأسلوب النكتة أو الرسم الكاريكاتوري و الانترنت وتكون بصورة غير مباشرة وغير مكشوفة.

الفرع الثاني: دوافع الإشاعة و عوامل انتشارها

أولاً: دوافع إطلاق الشائعات

غالبا ما تقوم الإشاعة مقام المعرفة الحقيقية وهذا يحدث في حال غياب المعرفة اصلا لمتلقي الإشاعة،

وهناك دوافع مختلفة تكمن وراء نشر الأفراد للشائعة ومن أهمها:

- 1- التباهي :حين يلقي شخص شائعة وتجد صدى عند الناس يشعر بالزهو لأنه يقول معلومة وهمية يعرفها ولا يعرفها الآخريين.
- 2- العنف السلبي :حين يقوم شخص بنشر شائعة ضد شخص لإيقاع الأذى بسمعة الشخص الذي يريد الأذى له.
- 3- تشجيع زائف لرفع الروح المعنوية :وتحدث وقت الضغوطات النفسية و الشعور بالإحباط وكل الشائعات تميل إلى النصر و الإنجازات.
- 4- مجاملة وهمية لشخص معين :تقديم المعروف ومجاملة لشخص معين فتروج شائعة بصفات مميزة يحسن من صورته.
- 5- إستعمال الإسقاط النفسي :حين يشعر الشخص بالخوف من حدث معين يحاول من خلاله تناقل شائعة بخصوص نفس الموضوع للسيطرة على مخاوفه.

¹ نايف بن محمد المرواني، مرجع سبق ذكره، ص 38.

6- إشاعة الطمأنينة بالنفس: ويهدف مروج الشائعات بترديدها بهدف إشراك غيره في حمل العبء كتساب عطف الآخرين

7- استخدامها للتصويه و التعمية: كستار من الدخان لإخفاء حقيقة ما، وللحط من شأن مصادر الأنباء بهدف إظهار الحقيقة من الجانب الآخر.

8- ترويج أنباء كاذبة واخبار مشكوك في صحتها مستعينين بكل الوسائل من سرية وعلنية لكي يتعذر التحقق من أصلها وهي بالضرورة تتعلق بموضوعات لها أهمية لدى الموجهة اليهم ويؤدي تصديقهم أو نشرهم لها إلى إضعاف روحهم المعنوية.

9- التنبؤ: تشير الإشاعة إلى احتمالات مستقبلية يعتقد مروج الإشاعة فيقرب حدوثها، وهو يهيئ الناس والظروف لإستقبالها.

10- العدوانية: تجاه شخص أو الجماعة المستهدفة بالإشاعة وذلك لتشويه السمعة، أو تغيير موقف الناس منه أو إثارة الخوف، وهذا يحدث كثيرا إتجاه الأشخاص أو الجماعات ذات الأهمية و الشهرة حين تطلق عليهم الشائعات.¹

ثانيا : أسباب وعوامل إنتشار الإشاعة

هناك اسباب وعوامل سيكولوجية لانتشار الشائعات بين الناس وأهم هذه العوامل و الاسباب مايلي:

- الرغبات النفسية و الحاجات العفوية: كالأحلام و الاماني، مثل إنتشار شائعة بين الموظفين بأن الترقيات ستصدر قريبا أو شائعة تقول بأن الحكومة ستزيد بدل تعويض عمل إضافي او إشاعة حول دفع فروقات سلسلة الرواتب.

- الخوف و القلق: السبب الذي جعل الشائعات تتوالد وتتكاثر وتنتشر و تصبح في احيان كثيرة وباءا مدمرا حينما تكون الاخبار و المعلومات متوفرة فالإنفعال الشديد ومشاعر اللأمن و القلق و الحيرة و الخوف و الرعب و الإرهاب و العنف غير المبرر كلها عوامل تهيبئ افضل الأجواء لتخيل وتصور اسوأ النتائج وبالتالي تروج الشائعات.

¹ أحمد حسن سلمان: شبكات التواصل الإجتماعي ودورها في نشر الشائعات من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في (2) جامعة ديالي، قدمت هذه الرسالة إستكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام جامعة الشرق الأوسط، 2017، ص24.

- مشاعر الكراهية: كثيرا ما تكون الشائعات تعبيراً عن مشاعر التنافس و الغيرة و الحقد والحسد وصولاً إلى الكراهية¹.

- الكشف عن مظاهر التوترات: وتكون متفاقمة وموجودة داخل التجمعات ومن ثم يمكن إعتبارها مقياساً للحالة العقلية ذات الدلالة الوظيفية من حيث أن ذلك إشارة تنبيه أو تحذير لما في هذا التجمع من إتجاهات وإذا كانت الشائعات في كثير من الأحيان تعتبر إنعكاساً لبعض مشاعر المودة فيمكن إعتبارها كذلك إنعكاساً لمختلف الانماط المرتبطة بمظاهر الكراهية و مشاعر العداء بين الافراد و الجماعات وبين الدول و الشعوب.

- تهدئة التوترات الإنفعالية: وهي بهذا الفهم تعمل على الإفراج عن دافع إنفعالي اساسي ولكنها في الوقت نفسه تبرز ما يشعر به الشخص إزاء الموقف وتفسر له أمام نفسه وأمام الغير على ما يدفعه إلى هذا الشعور.

- وهناك أسباب أخرى تؤدي إلى إنتشار الشائعات دون غيرها كما اوضحها (كابفرر) عام 1990 حيث بين أنها تؤدي دوراً اساسياً في تحديد سرعة إنتشار الشائعات وذيوعها وقد اجملها في عدة عوامل² أهمها:

- اللهفة أو الشوق: شوق الناس ولهفتهم للحديث عن الشائعات نفسها عندما تثار معلومات عن جماعة معينة حينها تتواجد الإشاعة، ومن هنا فشائعة المستقبل اسرع إنتشاراً.

- العلاقات الحميمية: سهولة انتشار الاخبار بين الأفراد ذوي العلاقات الحميمية، فمن الضروري ان يكون الافراد على علاقة وثيقة بعضهم ببعض.

- الإشاعة كسلعة يتم تبادلها: إنتشار الإشاعة نوع من انواع السلوك الخاص بتبادل العدوى، وجود المكافأة التي هي عبارة عن تعزيز المكانة الخاصة لمطلق الإشاعة، انها نتيجة للتفاعل المزدوج بين المرسل و المستقبل³.

1 أحمد حسن سلمان: شبكات التواصل الإجتماعي ودورها في نشر الشائعات، مرجع سبق ذكره ص 35.

2 أحمد حسن سلمان، مرجع سبق ذكره، ص 42.

3 نفس المرجع السابق، ص 45.

المبحث الثاني: موقع التواصل الاجتماعي فايسبوك

إن ظهور مواقع التواصل الاجتماعي وفرت "فتحاً تاريخياً" نقل الإعلام إلى آفاق غير مسبوقه وأعطى مستخدميه فرصاً كبرى للتأثير والانتقال عبر الحدود بلا رقابة إلا بشكل نسبي محدود، وبرز حراك الشباب العربي الذي تمثل بالثورات التي شهدتها بعض الدول العربية قدرة هذا النوع من الإعلام على التأثير في تغيير ملامح المجتمعات، وإعطاء قيمة مضافة في الحياة الجامعية.

استخدم الشباب والطلبة الجامعيين منهم في بداية الأمر مواقع التواصل الاجتماعي للدردشة ولتفريغ الشحن العاطفية، ولكن يبدو أن موجة من النضج سرت، وأصبح الشباب يتبادلون وجهات النظر بسهولة عبر شبكات التواصل الاجتماعي خاصة الوطن العربي والشكل السياسي و ما يحدث في البلاد من تغيرات سياسية.

المطلب الأول: تعريف ولمحة تاريخية عن مواقع التواصل الاجتماعي

لقد شهدت مواقع التواصل الاجتماعي على الانترنت انتشارا واسعا خلال السنوات الأخيرة و تعددت و تنوعت محاولة تقديم العديد من الخدمات و تحقيق مختلف الاشباعات و يأتي في مقدمتها موقع فيسبوك، تويتر ، يوتوب، وغيرها، وتعددت تعريفات مواقع التواصل الاجتماعي، و تختلف من باحث إلى آخر، حيث يعرفها "بالاس" « BALAS » 2006 على " إنها برنامج يستخدم لبناء مجتمعات على شبكة الانترنت أين يمكن للأفراد أن يتصلوا ببعض البعض لعديد من الأسباب المتنوعة¹ ."

و بالمثل يعم فيها "بريس" « preece » و مالوني كريشمار maloney krichmar (2005) مواقع التواصل الاجتماعي على أنها مكان يلتقي فيه الناس لأهداف محددة و هي موجهة من طرف سياسات تتضمن عدد من القواعد والمعايير التي يقترحها البرنامج. وتعرّف على أنها مواقع الانترنت التي يمكن للمستخدمين المشاركة و المساهمة في إنشاء أو إضافة صفحاتها و بسهولة.

¹ علي محمد بن فتح محمد ، مواقع التواصل الاجتماعي و أثارها الأخلاقية و القيمية، مذكرة تخرج ماجستير قسم الدعوة والثقافة الإسلامية. ص 25 .

و في تعريف آخر: باللغة الإنجليزية يطلق عليها « social media » لكن هذا المصطلح المتعارف عليه كما نجد مصطلح « social net-work » أي الترابط الشبكي الاجتماعي وهو أدق و من حسن الحظ أن المصطلح العربي "مواقع التواصل الاجتماعي" أدق من ناحية الوصف. ويظل السؤال ماذا نعني بمصطلح التواصل الاجتماعي؟ بشكل مبسط هي عملية التواصل مع عدد من الناس (أقارب، زملاء، أصدقاء،...) عن طريق مواقع وخدمات الكترونية توفر سرعة توصيل المعلومات على نطاق واسع فهي مواقع لا تعطيك معلومات فقط بل تتزامن وتتفاعل معك أثناء إمدادك بتلك المعلومات عن من في نطاق شبكتك و بذلك تكون أسلوب لتبادل المعلومات بشكل فوري عن طريق شبكة الانترنت¹.

مواقع التواصل الاجتماعي مثل المقهى المتواجد في قرية صغيرة حيث يجتمع الناس لتبادل المعلومات و الأخبار، الفرق أنك لا تستطيع حمل هذا المقهى بجيبك².

وتعرف على أنها المواقع الالكترونية التي توفر فيها تطبيقات الانترنت خدمات لمستخدميها تتيح لهم إنشاء صفحة شخصية معروضة للعامة ضمن موقع أو نظام معين، و توفر وسيلة اتصال مع معارف منشئ الصفحة أو مع غيره من مستخدمي النظام، و توفر خدمات لتبادل المعلومات بين مستخدمي ذلك الموقع أو النظام عبر الانترنت.

و هي المواقع التي تسمح بإنشاء صفحات خاصة بالأشخاص و التواصل مع أصدقائهم و معارفهم، مثل موقع "ماي سبيس"، "فيس بوك"³.

ويعرّفها "زايد" على أنها تجمعات اجتماعية تظهر عبر شبكة الانترنت عندما يدخل عدد كاف من الناس في مناقشات عبر فترة كافية من الزمن، يجمع بينهم شعور إنساني كاف، بحيث يشكلون مواقع للعلاقات الشخصية عبر الفضاء الالكتروني. و عرّفت أيضا على أنها تلك المجتمعات الافتراضية و تجمعات اجتماعية تظهر عبر شبكة الانترنت، تشكلت في ضوء ثورة الاتصالات الحديثة، تجمع بين ذوي الاهتمامات المشتركة بحيث يتواصلون فيما بينهم و يشعرون كأنهم في مجتمع حقيقي.

¹ خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، دار النفائس للنشر، الأردن، ط 2013، ص 24.

² علي محمد بن فتح محمد، مواقع التواصل الاجتماعي و أثارها الأخلاقية و القيمة، مرجع سبق ذكره. ص 80 .

³ خالد غسان يوسف المقدادي ، مرجع سبق ذكره، ص 24، 25.

كما تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي منظومة من الشبكات الالكترونية عبر الانترنت تتيح للمشارك فيها إنشاء موقع خاص فيه و من ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات أو جمعه مع أصدقاء الجامعة أو الثانوية أو غير ذلك . وهو أيضا مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت ظهرت مع الجيل الثاني "الويب"، الذي يتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم حسب مجموعات اهتمام أو شبكات انتماء(بلد، جامعة، شركة،...)، كل هذا يتم عن طريق خدمات التواصل المباشر من إرسال الرسائل أو الاطلاع على الملفات الشخصية للآخرين و معرفة أخبارهم و معلوماتهم التي يتيحونها للعرض¹.

تقوم الفكرة الرئيسية للشبكات الاجتماعية على جمع بيانات الأعضاء المشتركين في الموقع و يتم نشر هذه البيانات بشكل علني حتى يجتمع الأعضاء ذوي المصالح المشتركة و الذين يبحثون عن ملفات أو صور ... الخ ، أي أنها شبكة مواقع فعّالة تعمل على تسهيل الحياة الاجتماعية بين مجموعة من المعارف و الأصدقاء، كما تمكن الأصدقاء القدامى من الاتصال ببعضهم البعض و بعد طول سنوات تمكنهم أيضا من التواصل المرئي و الصوتي و تبادل الصور وغيرها من الإمكانيات التي توطد العلاقة الاجتماعية بينهم².

و تعرف مواقع التواصل الاجتماعي أيضا على أنها منظومة من الشبكات الالكترونية عبر الانترنت تتيح للمشارك فيها إنشاء موقع خاص فيه و من ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات و الهوايات نفسها³.

وتضع كلية "شريديان التكنولوجية « cheridan » تعريفا إجرائيا للإعلام الجديد بأنه: " أنواع الإعلام الرقمي الذي يقدم في شكل رقمي و تفاعلي ويعتمد على اندماج النص والصورة و الفيديو و الصوت، فضلا عن استخدام الكمبيوتر كآلية رئيسية له في عملية الإنتاج و العرض، أما التفاعلية فهي تمثل الفارق الرئيسي الذي يميزه و هي أهم سماته⁴.

¹ ليلي احمد جرار: الفايبروبوك و الشباب العربي ، مكتبة الفلاح، عمان، 2012، ص 37.

² ليلي احمد جرار: ، مرجع سبق ذكره، ص38 .

³ زاهر رامي : استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية، ع 15، جامعة عمان الأهلية، عمان، 2003، ص23.

⁴ عباس مصحفى صادق: الإعلام الجديد، البوابة العربية لعلوم الإعلام والاتصال، 2011، ص09 .

وتعرف على أنها تلك المواقع الاجتماعية التي تتيج لمتصفحها إمكانية مشاركة الملفات و الصور وتبادل مقاطع الفيديو ، وكذلك مكنتهم من إنشاء المدونات الإلكترونية، و إجراء المحادثات الفورية، وارسال الرسائل، و تصدرت الشبكات الاجتماعية هذه ثلاثة مواقع هامة و رئيسية هي : "الفيبريوك" "تويتر" ، و موقع مقاطع الفيديو "اليوتيوب". فقد أصبحت الوسيلة الأساسية لتبادل المعلومات و الأخبار الفورية في متابعة مسار و تطورات الأحداث¹.

المطلب الثاني: التأثيرات الايجابية و السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي

الفرع الأول: التأثيرات الايجابية

بلا أدنى شك أن تكنولوجيا شبكات التواصل الاجتماعي و مواقع التواصل أضفت بعدا ايجابيا جديدا على حياة الملايين من البشر من إحداثها لتغييرات ثقافية و اجتماعية و سياسية و اقتصادية في حياة مجتمعات بأكملها، و من أهم هذه الآثار الايجابية :

(1) نافذة مطة على العالم:

حيث وجد الملايين من أبناء الشعوب الأجنبية و العربية بشكل خاص في الشبكات الاجتماعية نافذة حرة لهم للاطلاع على أفكار و ثقافات العالم بأسره.

فرصة لتعزيز الذات: فمن لا يملك فرصة لخلق كيان مستقل في المجتمع يعبر به عن ذاته، فإنه عند التسجيل بمواقع التواصل الاجتماعي و تعبئة البيانات الشخصية، يصبح لك كيان مستقل و على الصعيد العالمي.

(2) أكثر انفتاحا على الآخر :

إن التواصل مع الغير، سواء أكان ذلك الغير مختلف عنك في الدين و العقيدة و الثقافة و العادات و التقاليد، و اللون ز المظهر و الميول، فإنك قد اكتسبت صديقا ذا هوية مختلفة عنك و قد يكون بالغرفة التي بجانبك أو على بعد آلاف الأميال في قارة أخرى.

¹ محمد المنصور، "تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين"، رسالة ماجستير في الإعلام و الاتصال للطالب، مجلس كلية الاداب و

التربية، الاكاديمية العربية في الدنمارك، 2012

منبر للرأي و الرأي الآخر: إن من أهم خصائص مواقع التواصل الاجتماعي سهولة التعديل على صفحاتها، و كذلك حرية إضافة المحتوى الذي يعبر عن فكرك و معتقداتك، والتي قد تتعارض مع الغير، فالمجال مفتوح أمام حرية التعبير مما جعل مواقع التواصل الاجتماعي أداة قوية للتعبير عن الميول و الاتجاهات و التوجهات الشخصية تجاه قضايا الأمة المصيرية¹.

(3) التقليل من صراع الحضارات:

فقد تعزز مواقع التواصل الاجتماعي من ظاهرة العولمة الثقافية، و لكنها في الآن ذاته تعمل على جسر الهوة الثقافية و الحضارية، وذلك من خلال ثقافة التواصل المشتركة بين مستعملي تلك المواقع و كذلك تبيان و توضيح الهموم العربية للغرب بدون زيف الإعلام و نفاق السياسة، مما يقضي في النهاية على تقارب فكري على صعيد الأشخاص فالجماعات و الدول.

(4) تزيد من تقارب العائلة الواحدة:

في اليوم و مع تطور تكنولوجيا التواصل فإنه أصبح أيسر على العائلات متابعة أخبار بعضهم البعض عبر مواقع التواصل الاجتماعي، خاصة و أنها أرخص من نظيراتها الأخرى من وسائل الاتصال المختلفة.

(5) تقدم فرصة رائعة لإعادة روابط الصداقة القديمة:

بإمكانك من خلال هذه المواقع أن تبحث عن أصدقاء الدراسة أو العمل ممن اختفت أخبارهم بسبب تباعد المسافات أو مشاغل الحياة، و قد ساعدت هذه المواقع في بعض الحالات عائلات فقدت أبناءها إما بسبب التنبني أو الاختطاف أو الهجرة السرية، فيتم العثور على الأبناء².

الفرع الثاني: التأثيرات السلبية

مثلما يوجد آثار ايجابية لمواقع التواصل الاجتماعي فإنه لها آثار سلبية أيضا فهي سلاح ذو حدين، ومن تلك الآثار السلبية:

¹ جمال معنوق و شريهان كريم: دور شبكات التواصل الاجتماعي في صقل سلوكيات و ممارسات الأفراد في المجتمع، ملتقى دولي حول شبكات التواصل الاجتماعي و التغيير الاجتماعي، بسكرة، 10/9 ديسمبر 2012.

² موسى جواد الموسوي و آخرون: الإعلام الجديد تطور الأداء و الوسيلة و الوظيفة، مكتبة الإعلام المجتمع، بغداد، ط 1، 2011، ص47.

(1) يقلل من مهارات التفاعل الشخصي:

فمع سهولة التواصل عبر هذه المواقع فإن ذلك سيققل من زمن التفاعل على الصعيد الشخصي للأفراد و الجماعات المستخدمة لهذه المواقع، و كما هو معروف فإن مهارات التواصل الشخصي تختلف عن مهارات التواصل الإلكتروني، ففي الحياة الطبيعية لا تستطيع أن تخلق محادثة شخص ما فوراً و أن تلغيه من دائرة تواصلك بكبسة زر¹.

(2) إضاعة الوقت:

حيث أنها مع خدماتها الترفيهية التي توفرها للمستخدمين، قد تكون جذابة جداً لدرجة تنسى معها الوقت.

(3) الإدمان على مواقع التواصل:

إن استخدامها خاصة من قبل ربات البيوت و المتقاعدين، يجعله بسبب الفراغ- أحد النشاطات الرئيسية في حياة الفرد اليومية، وهو ما يجعل ترك هذا النشاط أو استبداله أمراً صعباً للغاية خاصة و أنها تعد مثالية من ناحية الترفيه لملء وقت الفراغ الطويل.

قلة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لغير الترفيه من قبل مجتمعاتنا العربية.

(4) ضياع الهوية الثقافية العربية و استبدالها بالهوية العالمية لمواقع التواصل:

حيث أن العولمة الثقافية هي من الآثار السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي بنظر الكثيرين.

(5) انعدام الخصوصية:

تواجه أغلبية المواقع الاجتماعية مشكلة انعدام الخصوصية مما تتسبب بالكثير من الأضرار المعنوية و النفسية على الشباب و قد تصل في بعض الأحيان لأضرار مادية، فملف المستخدم على هذه الشبكة يحتوي على جميع معلوماته الشخصية إضافة إلى ما يبثه من هموم، ومشاكل قد تصل بسهولة إلى يد أشخاص قد يستغلونها بغرض الإساءة و التشهير.

¹ وائل مبارك خضر فضل الله: اثر الفايبريوك على المجتمع، المكتبة الوطنية للنشر، الخرطوم، ط1، 2011، ص 20.

(6) الصداقات قد تكون مبالغاً فيها أو طاغية في بعض الأحيان:

فجميع الأشخاص الذين تعرفهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي نضيفهم كأصدقاء و هو لقب غير دقيق، لأن الصداقة تتشكل مع الزمن و ليس فوراً، ففيه نوع من النفاق.

(7) انتحال الشخصيات:

تبقى مجهولة المصدر الحقيقي خلف مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي دافعا أحيانا إلى استخدامها في الابتزاز و انتحال الشخصية و نشر المعلومات المضللة و تشويه السمعة، أو في الجريمة كالدعارة أو السرقة أو الاختطاف¹.

(8) تراجع استخدام اللغة العربية الفصحى لصالح العامية:

أضحى استخدام مزيج من الحروف و الأرقام اللاتينية بدل الحروف العربية الفصحى خاصة على شبكات التعارف و المحادثة فتحوّلت حروف اللغة العربية إلى رموز و أرقام باتت الحاء "7" و العين "3" و هذا ما أكدته دراسة علي صلاح محمود بعنوان "ثقافة الشباب العربي"².

المطلب الثاني: إعتماء الشباب والطلبة الجامعيين على موقع التواصل الاجتماعي فايستوك**الفرع الأول: موقع التواصل الاجتماعي فايستوك****(1) تعريف الفايستوك:**

هو موقع الكتروني للتواصل الاجتماعي، أي أنه يتيح عبره للأشخاص العاديين والاعتباريين (كالشركات) أن يبرز نفسه وان يعزز مكانته عبر أدوات الموقع التواصل الاجتماعي

¹ محمد عجم: الانترنت و التكنولوجيا الحديثة تكشفان انعزال الشباب – عالم افتراضي يتصل بالواقع و يفصل عنه، جريدة الشرق الأوسط، العدد 11704، 10 ديسمبر 2010 الموافق لـ 8 محرم 1432 هـ، ص12.

² عادل عبد الصادق: استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بين الأمن و الحرية

مع أشخاص آخرين ضمن نطاق ذلك الموقع أو عبر التواصل مع مواقع تواصل أخرى وإنشاء روابط التواصل مع الآخرين¹.

مصطلح الفيسبوك facebook كما معروف في أوروبا يشير إلى دفتر ورقي يحمل صور أو معلومات الأفراد في جامعة معينة أو مجموعة، من هنا جاءت تسمية الموقع وتعتبر هذه الطريقة شائعة لتعريف الأشخاص خصوصا في الجامعات الأجنبية ببعضهم حيث يتصفح المنتسبون في الجامعة هذه الدفاتر لمعرفة المزيد عن الطلبة المتواجدين في نفس الكلية.²

(2) نشأة الفيس بوك:

انطلق موقع الفيس بوك كنتاج غير متوقع من موقع ماتش face match التابع لجامعة هارفارد يعتمد على نشر صور لمجموعة من الأشخاص ثم يختاره رواد الموقع الشخص الأكثر جاذبية وقد قام مارك زوكربيرج بابتكار الفيس ماتش في 28 أكتوبر 2003 عن طريق اختراق مناطق محمية في شبكة الحاسوب الخاصة بجامعة هارفارد، وقام بنسخ صور خاصة بالطلبة في السكن الجامعي وعند اكتشاف إدارة جامعة هارفارد الأمر سارعت في إغلاق الموقع واتهمت زوربيرج بخرق قانون الحماية وانتهاك خصوصية الأفراد ، مما يعرضه للطرد من الجامعة ولكن في النهاية تم إسقاط كل التهم عنه، فقام بتأسيس موقع الفيس بوك تحديدا في 04 نوفمبر 2004، كانت عضوية الموقع في البداية قاصرة على طلبة هارفارد كوليديج أقدم كليات جامعة هارفارد وخلال الشهر الأول من إتاحة الموقع للاستخدام قام أكثر من نصف طلبة الجامعة بالتسجيل في هذه الخدمة وفي شهر مارس 2004 تم نقل الفيسبوك إلى مدينة بالواتوولاية كاليفورنيا كما قام الفيس بوك بإصدار نسخة للمدارس الثانوية في سبتمبر 2005 خلال هذه الفترة كانت شبكات المدارس الثانوية بحاجة إلى دعوة الانضمام إلى الموقع بعد ذلك أتاح الموقع اشتراك الموظفين من العديد من الشركات من بينهم شركة ابر المندمجة وشركة مايكروسوفت وفي 26 سبتمبر من عام 2006 فتح الموقع أبوابه أمام جميع الأفراد من ثلاثة عشر عاما فأكثر والذين لديهم عنوان بريد الكتروني صحيح وفي أكتوبر

¹مههاب نصر "الفيسبوك"، صور المثقف وسيرته العصرية، جريدة القدس الكويتية العدد 03، 2010/11/13446، ص 10.

²وائل مبارك، خضر فضل الله، اثر موقع الفيس بوك على المجتمع، مدونة شمس النهضة ، 2010، ص 7.

<http://sunimrov-blogspot.com>.

من عام 2008 أعلن القائمون على إدارة الفاييبوك عن اتخاذ مدينة مبلين عاصمة إيرلندا مقرا دوليا له.¹

الفرع الثاني: استخدامات الفاييبوك (الوظائف)

يؤدي موقع الفاييبوك مجموعة كبيرة من الوظائف والخدمات التي جعلت منه قبلة للمستخدمين بمختلف انتماءاتهم، ويتم استخدام هذا الموقع للقيام بما يلي:

1) تكوين العلاقات الاجتماعية بين الأفراد:

الهدف الأول لشبكة الفاييبوك هو التعرف وبناء العلاقات الاجتماعية بين مستخدمي تلك الشبكة. التعرف والعمل التعاوني هو أساس تكوينها وبنيتها، فاستخدمت الشبكة مجموعة من التقنيات التي تستهل عمليات التعرف والربط بين المستخدمين ، حتى تعرض الشبكة بصورة مستمرة على كل مستخدم مجموعة من المستخدمين لترشحهم ليكونوا أصدقاء بالنسبة له، فساعدت على التقريب بين أفراد وزملاء قد يكونوا في أماكن متباعدة ولم يشاهدوا بعضهم بعضا من سنوات طويلة، وتؤكد أمينة سليمان ، وهبة خليفة (2009) على أن أكثر مستخدمي موقع الفاييبوك يسعون إلى التعاون وتكوين الصداقات والتجمعات والتفاعلات الاجتماعية.

وتؤكد دراسة روجينا حجازي (2011) على أن الهدف من إنشاء شبكة الفاييبوك هو تدعيم العلاقات الاجتماعية بين الأفراد سواء كان تواملا متزامنا في الوقت نفسه أو تواملا غير متزامن.

¹مهيب نصر، مرجع سبق ذكره ، ص 10-17.

ومن خلال ذلك يمكن القول أن شبكة الفيسبوك هي موقع مخصص للتعارف والتواصل والصدقات وتكوين العلاقات الاجتماعية عبر الانترنت عن طريق توفير مساحات مجانية للمستخدمين، يستطيع المستخدم فتح حوار مشترك مدعم بالصورة والفيديو والروابط، أي أن فكرة هذا الموقع قائمة على الشبكة الإنسانية ومشاركة المستفيدين في المحتوى.

(2) التعبير عن الرأي:

تتيح شبكة الفيسبوك مساحة كبيرة للتعبير عن الرأي بالنسبة لمستخدميها فيسمح للمستخدم بالتعبير الكتابي ونشر صور مرفقة أو معارض صور أو لقطات فيديو ونشر رابط لموقع على شبكة الانترنت، فتجعل الشبكة من صفحة كل مستخدم مكانا ليُعبر فيه عن رأيه في القضايا اليومية والأحداث المتجددة وتعتبر شبكة الفيسبوك متنفسا للشعوب ووسيلة مهمة للتعبير الحر عن الرأي حيث تمكن المستخدم من الكتابة والتدوين على صفحته الشخصية وكذلك على صفحات الأصدقاء.

(3) وسيلة إعلامية:

مع زيادة شعبية الفيسبوك اهتمت المؤسسات الإعلامية المختلفة في محاولة استقطاب ذلك الجمهور العريض إلى منتجاتها، فاستخدمت كل جريدة من الجرائد موقعا لها على شبكة الفيسبوك، كما استخدمت مختلف قنوات التلفاز والفضائيات موقعا لها على هذه الشبكة، وأيضا أصبح لكل برنامج من البرامج المعروضة من خلال تلك القنوات موقعا له على الفيسبوك.

وتؤكد كاري زونو وآخرون 2012 على أهمية استخدام الفيسبوك في مجال الإعلام نظرا لشعبيتها الكبيرة حول العالم، وبسبب التطبيقات التي توفرها للمستخدمين.

- كما يقدم موقع الفيسبوك حرية الاختيار وامكانية واسعة في تبادل المعلومات في جميع المجالات (التعليم، الثقافة، الرياضة...).

- إتاحة المجال للأفراد في الدخول إلى المواقع الاجتماعية والتعريف بأنفسهم وخلق نوع من الاتصال والتواصل الاجتماعي.

- التعرف والصدقة بجمع بين الصدقة الواقعية والصدقة الافتراضية بين الجنسين.

- تبادل المعلومات والمعارف.

- إنشاء صفحات خاصة بالأفراد والجهات.

- وسيلة اتصال بين أفراد المجتمع تقليص المسافات واختراق حاجز الزمن.

- خلق جومن الترفيه والتسلية الدعاية والإعلان.

- التسويق والبحث عن وظائف من خلال سهولة الاستخدام.¹

الفرع الثاني: احصائيات لمستخدمي الفيس بوك

1) احصائيات 2012 بالجزائر²:

بلغ عدد الجزائريين المشتركين في موقع التواصل الاجتماعي "الفيس بوك" قرابة الثلاثة ملايين ونصف المليون ناشط، وهو ما يمثل نسبة 9.93% من العدد الاجمالي للسكان 73.04% من الأشخاص المرهطين بالانترنت.

¹ ماثيور فريزر وسوميترادوت، ثورة الجيل الثاني بلغت مرحلة الانقلاب الاجتماعي ويتحمس لها الشباب في الشرق الاوسط، الشبكات الاجتماعية على الانترنت، قوة الروابط الضعيفة، موقع الاقتصادية الالكترونية، العدد 530، 2015.

² www.google.com/https://tigzal.wordpress.com 08/02/2023 16:30

وكشفت إحصائيات التي ينشرها دوريا موقع "سوشيال باكرز" فإن عدد المشتركين في موقع التواصل الاجتماعي الأكبر في العالم وصل بالجزائر ثلاثة ملايين و 433 ألف شخص منتصف السنة الجارية أي بزيادة قاربت النصف مليون مشترك منذ بداية السنة.

وحسب المواقع تحنل الجزائر المرتبة 45 عالميا من حيث عدد المشتركين بعد أن قفزت بدرجة واحدة عن الترتيب الذي كانت عليه خلال الشهرين الماضيين وجاءت بعد كل من مصر، السعودية المغرب عربيا.

وإذا ما دققنا في الشرائح الاجتماعية المستعملة لهذا النوع من شبكات التواصل الاجتماعي نجد أن الرجال يستخدمون الفايبيوك بنسبة 68% مقابل 32% من النساء ، أما فيما يخص الفئات العمرية فنجد الشباب المتزاوحة أعمارهم بين 18 إلى 24 سنة هو أول الفئات نشاطا على الشبكة بنسبة تناهز 42% تليها الفئة العمرية 25 و 34 سنة بنسبة 27%.

أما المراهقون أو القصر فيشكلون نسبة 19% وينقسمون إلى 12% ضمن فئة 16 و 17 سنة و 7% ممن تتراوح أعمارهم بين 13 و 15 سنة ، وكما سبق أن أشارت إليه الشروق اون لاين بخصوص هذا الموضوع نقلا عن خبير الانترنت ياسين مرزوقي فإن وجود ما نسبته 19% من القصر، أي ما يعادل نصف مليون مسجل ضمن مرتادي الشبكة نصفه دائمة بمثابة أمر مقلق في حال عدم وجود رقابة عليهم من قبل الأسرة، بحكم أ،الإبحار عبر الموقع بدون متابعة من الوالدين يمكن أن يشكل خطرا على الطفل، سواء من الجانب التربوي أوحتى قضية وجود أشخاص في الشبكة يمارسون الشذوذ والإجرام إلى درجة أن عمليات اختطاف القصر تتم عبر شبكات الانترنت كطريقة للحصول على المعلومات الخاصة بالعائلة وتحركاتها من أطفال.

(2) إحصائية 2015 بالجزائر¹:

يثبت الفيسبوك في كل مرة انتصاره على مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى بالرغم من أن خدمة الانترنت لا تزال ضعيفة مقارنة بمطالب الشباب اليوم، إلا أن عدد مستخدمي الانترنت بالجزائر فاق مليوني مستخدم.

كشفت دراسة أجراها موقع الفيسبوك عن إحصائيات توضح أن عدد مستخدمي الانترنت بالجزائر وصل إلى أكثر من (2مليون) مستخدم أي نسبة 6% من مجموع عد سكان الوطن العربي، كما تصنف الجزائر في الرتبة 52 عالميا و6 على المستوى العربي بعد مصر (7.2مليون) مستخدم والسعودية (3.8مليون) مستخدم والمغرب 3.4مليون مستخدم ثم تونس والإمارات بنسبة (2.2مليون) مستخدم، كما تظهر نفس الدراسة أن 90% من المستخدمين لا تقل أعمارهم عن 44 سنة لتكون نسبة الرجال مقدر بـ 68% والنساء 32%.

¹www.google.com.al.fadjr.com 08/02/2023 16:30

خلاصة الفصل:

قد تبين لنا من خلال عرض فحوى هذا الفصل والذي تناولنا فيه أهم المفاهيم المتعلقة بالدراسة أن استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي ليس من السهل التطرق إليها، كون الاستخدام واسع وليس مقتصر على نوع واحد من الاستخدام بل أنها متنوعة ومتعددة، تقدم العديد من الخدمات وتحقيق مختلف الإشاعات ومنها الفيبوك، وهذا الأخير هو محل دراستنا التي تكلمنا فيها عن كيفية استخدامه لدى الشباب الجزائري بصفة عامة وخاصة الطلبة الجامعيين والشباب الأغواطي بصفة خاصة .

الفصل الثالث

تأثير الاشاعة السياسية

على وعي الطلبة

الجامعيين

تمهيد :

ساعدت شبكات التواصل الاجتماعي المواطن العربي في التعبير عن أفكاره و آرائه التي غالباً ما كانت مخنوقة في وسائل الإعلام التقليدية أو المقيدة بخطوط حمراء بينها النظام السياسي والاجتماعي الموجود في كل دولة ، وقد وصل بالمستخدمين العرب إلى إنشاء مجموعات على شبكات التواصل الاجتماعي للتعبير عن الرغبة القوية في بناء وطن عربي تنتهي فيه الحدود . وقد انتقلت عملية التدوين على هذه الشبكات إلى مرحلة أخرى في الوطن العربي ، حيث أصبح المستخدم العربي يلجأ إلى هذه الشبكات بضم فئة كبيرة من المثقفين باستغلال الطالب الجامعي والطبقة المثقفة لفضح ممارسات بعض الأجهزة الحكومية التي تمارس عمليات القمع والتعذيب ، وكشف ملفات الفساد ، ولمعالجة الموضوع اخترنا الخطة التالية:

المبحث الأول: الانترنت و نشر الإشاعة السياسية

المطلب الأول :الإشاعة السياسية اساليبها وطرق معالجتها

المطلب الثاني دور أجهزة الدولة المختلفة في التصدي للشائعات عبر شبكات التواصل الإجتماعي

المطلب الثالث: شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالعمل السياسي

المبحث الثاني: الوعي السياسي عند الطلبة الجامعيين

المطلب الأول: مفهوم وأهمية الوعي السياسي

المطلب الثاني: خصائص وأنماط الوعي السياسي

المطلب الثالث: نتائج ومستويات الوعي السياسي عند الطلبة الجامعيين

المطلب الأول: الإشاعة السياسية اساليبها وطرق معالجتها

الإشاعة لا تخاطب في العادة عقولا واعية لديها ملكة ناقدة و فاصحة ، تملك الاستعداد الذاتي للتعامل معها بموضوعية ، بقدر ما تتجه نحو العواطف و المشاعر ، كما كما أنها تستغل الظروف و بعض الظواهر الثغرات التي تنفذ من خلالها ، و يساعدها على ذلك وجود الجو الناقل لها ، فالمناخ المتوتر و البيئة غير المشبعة ، و المجتمعات المغلقة ، و نقص العلم و المعرفة ، و غياب وسائل الاتصال الجيدة و المتطورة بالإضافة إلى الإخراج المنطقي لتفاصيل الشائعة ، و التكرار الذي يؤدي الى ترتيب الافكار في الذهن و ترسيخها ... و كل ذلك يعد مناخا مناسباً لسرعة انتشار الإشاعة و قدرتها على التأثير ، كما أن استخدا وسائل متعددة في نقل الاخبار المتعلقة بالإشاعة المصطنعة و الكاذبة قد يؤدي ايضا الى سرعة انتشار الإشاعة . و تشير الدراسات إلى أن الافراد أكثر ميلا لتقبل الشائعات التي تتفق مع معلوماتهم و معتقداتهم و قيمهم حتى إن كانت خاطئة ، هذا إضافة إلى أن الاشخاص المقربين من مصادر المعلومات الذين يمتلكون القدرة في الحصول عليها ، هم أكثر قدرة على ترويج الإشاعة بسرعة و كفاءة عالية¹ .

الفرع الأول: تعريف الإشاعة السياسية

تعد الإشاعة السياسية من أخطر أنواع الشائعات ، خصوصا أنها تتناول قادة الامة و الشخصيات البارزة فيها ، و تؤدي الى التشكيك بالمواقف الخطط و التي يضعها النظام السياسي . و تعتمد على اسلوب التهويل التضخيم و التشويش التشكيك و استحكام و زوح العداء بين الحكومة و الشعب ، و بين مختلف فئات الشعب . و اخطرها ما يطلق اثناء الازمات و الحروب حيث تلعب هذه الشائعات دورا باروا في اثارها و تأزمها و اشغال النظام السياسي بها ، لكي ينصرف عن مهامه الاساسية في الداخل و الخارج . و تعمل الشائعات السياسية على بلورة الحالة العاطفية للرأي العام تجاه مختلف القضايا ، بل ربما تؤثر على صناع القرار أنفسهم عندما تخرج السيطرة على الشائعات من تحت أيديهم² .

1 -حسام الدين مصطفى: الشائعات و الرسائل المتسلسلة ، مرجع سبق ذكره ، ص 88.

2 رضا عيد حمودة أكحيل: الشائعات في المواقع الإخبارية ، مرجع سابق ص 33.

و تهدف الشائعات على المستوى الدولي إلى التأثير على آراء و مشاعر و مواقف و تصرفات المجموعات المعادية أو المحايدة أو الصديقة ، دعماً لسياسة أو لاهداف راهنة أو لخطة عسكرية ، في ظروف المواجهات بمختلف أنواعها ¹.

مما يزيد من خطورتها على البناء الاجتماعي : فقدانها للمصداقية الواقعية ، مما يؤدي الى قرارات و إجراءات خاطئة تصيب المقدرات الفردية و الوطنية و تعطل آلية اتخاذ القرار السياسي السليم. كما أن الشائعات تكاد تكون وراء الحركات الغوغائية مظاهر العنف تنتج عن نقص المعلومات . ففي غمرة الاحداث يزداد بحث الجمهور عن الحقيقة ، و يترتب على نقص التعامل مع الشائعات كحقائق ².

و هنا ينصح بتفعيل دور الصوت الرسمي في وسائل الاتصال ، للتعبير عما يجري من احداث بسرعة و مصداقية عالية ، و الحد من تضارب الآراء و التصريحات الرسمية الصادرة عن الجهات الحكومية أو الخاصة التي تتناول موضوعات ذات صلة بمضمون الشائعات المنتشرة في المجتمع و تظهر الإشاعة بوضوح في الأنظمة الديمقراطية حيث الاحزاب الصحف الحرة ، و المنافسة المكشوفة ، و في الوقت نفسه تكون سريعة الانتشار خصوصاً في محاولات الكسب السياسي للأحزاب التي تتضح في مواسم الانتخابات ، من خلال الترشق الإعلامي و النيل من الرموز المنافسة بالهزم و اللمز، و نشر الشائعات الإيجابية عن الحزب مصدر الإشاعة ، كما يحدث في انتخابات الكونغرس و الرئاسة الأمريكية التي هي موسم للإشاعات ، على عكس البلدان غير الديمقراطية التي تنعدم فيها الحري و الشفافي بسبب التعتيم الإعلامي على الاحداث و الوقائع، و نقص المعلومات و الكبت السياسي ، فالشائعات تجد لها رواجاً واسعاً بين افراد المجتمع و لكن بعيداً عن وسائل الاعلامو بالتالي يصعب رصدها و سرعواجهتها قبل أن تحدث أثراً في المجتمع، و دور الشائعة السياسي و القائمين عليه ، إعفاء و تشكيل الحكومة أو البرلمان ، و عن أسماء المرشحة لتولي مناصب معينة، و قد تشير إلى إلى مراكز قوى داخل السلطة، و تتعدى ذلك إلى التشكيك في نزاهة المسؤولين ... الخ ³.

¹ نفس المرجع السابق، ص33.

² نفس المرجع السابق، ص35.

³ نفس المرجع السابق، ص36.

كما أن الجماعات المعارضة أضحت تستفيد من تقنيات الإتصال كوسائل سياسي ذا فعالي و قدر عل الأثير و الإقناع و ترويج الشائعات ضد النظام السياسي ، و ذلك لتحقيق أهداف لم تستطع حقيقها بقوة الاجبار و القتل¹ .

الفرع الثاني: أساليب اسخدام الشائعات

من الأساليب المستخدم في الشائعات التي تؤدي الى انتشارها هي :

- أسلوب الصدمة أو أسلوب المباغثة ، كأن يعرف عن الحكومة اتخاذها قرارات و قوانين يتم تطبيقها دون تهيئة الرأي العام لقبولها ، و بالتالي يتم تطبيقها دون تهيئة الرأي الام لقبولها . و بالتالي يم اسغلال ذلك من قبل صانعي الشائع من خلال بث الشائعات بشكل مفاجئ .

و هذا كله يساعد على سرعة صديق الجمهور لما يدور حوله من شائعات و هناك أسلوب الصدام، فعند اصطدام تحقيق مطالب الجماعات الضاغط ، بالسياسا الحكومية ، و تشعر الجماعات بالقوة المؤثرة فإنها تحاول الضغط عل الحكومة لاتخاذ قرارات تخدم مصالحها ، و هذا يؤدي إل بعض التكهينات التي تتسرب من خلالها الشائعات الحاملة أو الحاقدة .

كما أن تسابق الأحزاب السياسي في الأنظمة الليبرالي لخدمة و دفعه للتأثير عل السلط من أجل تحقيق نجاحات حزبية ، يؤدي ال نشوء شائعات حول وجود تغييرات ، و هذا ما يعرف بأسلوب المعارضة² .

- هذا بالإضافة ال (أسلوب الشخص الثالث) الذي ينتج عن انهيار الثقة بين وسيل الاعلام الوطنية و جمهورها بسبب التعقيم الاعلامي و عدم نشر نشر الحقيق أو تأخير نشرها مما يضطر الجمهور ال الإنصراف ال وسائل الاعلام الأجنبية أو المعادية لاستقاء الانباء أو التأكيد من صحتها ، و هنا تنشط الاذاعات الدولية الموجهة و السرية لبث أحقادها و نشر الشائعات ، و هي تمثل الشخص الثالث بالنسب للجمهور .

- وأسلوب (بالونات الاخبار) أو ما يسم بجس النبض الجماهيري ، و هو نوع من الاخبار قد يتسرب بين الناس أو توغز المصادر الحكومية بنشره بشكل غير رسمي ، و قد يأخذشكل

¹ المرجع السابق ذكره ، ص 37.

² على سلطاني العاتري: الشائعة من منظور الإعلام الإسلامي، ط1، دار الروافد الثقافية، ناشرون، بيروت، 2015، ص، 39-40.

تصريح لسان أحمدالمسؤولين ، أويأي مجهول المصدر و يكون الهدف منه الوقوف عل ردود الأفعال .

و يتم ذلك في بعض البلدان عندما تسع الحكومة على معرفة موقف الرأي العام من قرار معين قبل أن تعلنه بالفعل ، حت يتسن لها الرجوع عنه اذا رأت أن إعلانه ليسمن مصلحتها .و بعد رصد النتيجة يتم أما الإعلان عنه أو تكذيبه، شائعة وليس خبرا .

و قد اشتهر و زير الخارجية الأمريكي الأسبق هنري كيسنجر باتباع أسلوب مشابه أطلقت عليه الصحاف الأمريكي فيما بعد - اسلوب الخلفية العميقة - و كان يهدف منه إلى التأثير على الاخبار الصادرة رسيما عن وزارة الخارجية ، حيث كان يعتمد في ذلك على إبلاغ صحفيين أخبارا معينة و يشترط عليهم ألا تنسب إلى وزارته¹ .

كما أن أسلوب بالونات الاخبار يحدث عند الأزمات بين الدول أو الأزمات الداخلية ، أو عندما تريد دولة ما رصد ردود فعل الرأي العام ، تجاه شخص أو قرار يراد تطبيقه فإنها تطلق بالونات الأخبار ، كتسريب خبر على شكل شائعة ، و من ثم يرصد رد الفعل اتجاهه ، كما قد تستخدم الإشاعة ، من قبل بعض الدول لرفع الروح المعنوية و تبسيط الأوضاع و تبسيط الأوضاع الصعبة التي تורך المجتمع ، إلا أن ذلك يؤدي إلى نشوء مجتمع قائم على الإشاعة.

- وأسلوب اخر يسمى **الحط من مصادر الأنباء المعادية**، أو القضاء على مصداقية انباء الخصم و يهدف الى تدمير مصداقية اعلام الخصم و زرع عدم الثقة فيما يبثه من أنباء، كأن تبث إشاعة بهدف تصديق العدو لها، و عندما يتحقق ذلك و يظن العدو أن محاولته قد نجحت و يقوم ببث النبا من قنواته الإعلامية، حينئذ يبين صانع الإشاعة بما لا يدع مجالاً للشك عدم صحة الانباء مما يفقد الجهة المعادية مصداقيتها ويفقد مواطنيها الثقة بها و بإعلامها، و قد لجأ الألمان الى توظيف الإشاعة لتحقيق هذا الهدف في الحرب العالمية الثانية حينما قم الانكليز بمحاولات لنسف المحطة الرئيسية للسكك الحديدية في برلين، و باءت محاولاتهم بالفشل، و هنا استغل الالمان هذه المحاولات لتحقيق مأربهم من نزع الثقة في مصداقية أنباء هيئة الاذاعة البريطانية².

¹ على سلطاني العاتري: الشائعة من منظور الإعلام الإسلامي، مرجع سبق ذكره ص 42.

² نفس المرجع السابق، ص43.

- اما اسلوب سحابة الدخان فهو اسلوب شائع بين الدول ، لاسيما عند حدوث الازمات أو الحروب، و يعد سلاحا قويا من أسلحة الحرب النفسية ، و يستخدم كستار من الدخان لإخفاء بعض النوايا لخداع العدو ، كأن يتم إطلاق اشاعة بأن هدفا معيناً سيتم مهاجمته ، بينما يتم مهاجمة هدفاً آخر¹.

- هذا بالإضافة الى اسلوب تبين الحقيقة، وهو اسلوب شائع خصوصاً أثناء الحرب عندما تغيب المعلومات اللازم توافرها عن العدو، وتفشل الجواسيس، فقد يكون للشائعات دور إذا استخدمت بذكاء كطعم لجلب المعلومات عن طريق استثارة الخصم والضغط عليه، الأمر الذي يضطره لاعلان الحقائق لمحاولة القضاء على الشائعات، كأن تطلق شائعات مبالغ فيها عن خسائر العدو، مما يضطره الى اظهار الحقيقة كما فعل اليابانيون عند ارادوا معرفة حجم الخسائر الامريكية في المعارك البحرية أثناء الحرب العالمية الثانية، فقاموا بإصدار مجموعة من الشائعات المحبوكة التي تحتوي على مبالغت عن حجم الخسائر الامريكية، الأمر الذي ادى الى احباط الراي العام الامريكي والتأثير في معنوياته، وشكل ضغطاً على الادارة الامريكية لكي تعلن حقيقة خسائرهما رغبة في مواجهة تلك الشائعات. وهنا تحقق هدف اليابانيين في معرفة الحقائق².

عندما تتناول وسائل الاعلام قضايا المجتمع الهامة بطريقة سطحية وغير مسؤولة، أو لا تتطرق إلى المشاكل الحقيقية الناجمة عن تلك القضايا، فإن ذلك يؤدي الى ضياع الحقيقة وعدم الاستقرار وغياب الجدية وانتشار الأوهام والشائعات، وهذا ما يطلق عليه أسلوب العرض الخاطئ للقضايا العامة .

وهناك إلى أسلوب دق الاسافين أو اسلوب الاشاعة الهدامة، وهي التي تعمل بمبدأ فرق تسد مثل التفريق بين القائد وجنوده، وبين الحاكم وشعبه ، وبين الحليف وحليفه.... عن طريق أحداث جو يسوده عدم الثقة بين مختلف الأطراف وهذا النوع من الشائعات ينطلق من الشعور بالكراهية والبغض ودافع العدوان التي تحملها نفوس بعض الناس، وينتشر عادة بين الاحزاب المتعارضة، كما أشارت إحدى الدراسات التي اجريت على الف شائعة جمعت من كل الولايات المتحدة الأمريكية، وتبين من نتائجها أن ثلثي هذه الشائعات عدائية من حيث الهدف. أسلوب الشائعات

1 محمد بن دغيش سعيد القحطاني: الاشاعة و اثرها على أمن المجتمع، ط1، دار طويق للنشر و التوزيع،الرياض، (322). ص، 48.

2 نفس المرجع ، ص 49.

الوردية والحاملة أو المتفائلة، الذي يترجم رغبة الناس في تحقيق امنية، أو تحسين صورة الواقع المعيش، وهي عبارة عن تنفيس لهذه الحاجات والأمال والرغبات.

ويلعب هذا النوع دوراً رئيساً في دعم اتجاهات الجبهة الداخلية، فتلك الشائعات المتفائلة الوردية تشجع الجندي على القتال والفرد المدني على البصر والصمت والصمود. بعكس أسلوب شائعات اليأس والخوف، فالإنسان في حالة الخوف والقلق قد يتوهم أمور كثيرة لا أساس لها من الصحة، ويفسرها بشكل خاطئ يملئها عليه الخوف والوهم، بالإضافة الى انه قد يصدق كل ما يقال حول موضوع خوف وقلقه. وينتشر هذا الاسلوب في أوقات الأزمات والحروب¹.

الفرع الثالث: أساليب مواجهة الشائعات

بالرغم من أنه في ظل عصر المعلوماتية، يمكن صناعة الشائعات بصورة محكمة، الا انه ايضا عصر يمكن فيه محاربة الإشاعة بصورة قاطعة. وهناك العديد من الأساليب التي تساهم في مواجهة الشائعات، الا انها تختلف فيما بينها حسب استراتيجية المواجهة من ناحية، وحسب نوعية الإشاعة من ناحية أخرى، كما يفضل مواجهة بعض الشائعات بأكثر من أسلوب في وقت واحد، وهي كما يأتي²:

- 1- التخلص من اسلوب التلقين في التعليم، واتباع المنهج القائم على عمال العقل والمنطق، حيث يتعامل الناشئة مستقبلا بشكل عقلائي وموضوعي مع ما يستقبلونه من اخبار ومعلومات قد لا يحلو بعض من الشائعات، وتشجيعهم على القراءة، وإيجاد القنوات التي تشغل فراغهم وتقديم ما يعيدهم للقضاء على الملل والحمول اللذان يعدار العوامل ساعدة على ترويج الشائعات.
- 2- عدم التعقيم الاعلامي على الاخبار والمعلومات والحقائق، وزيادة درجة الشفافية، وبتث الوعي بالشؤون العامة، عن طريق نشر المعلومات الوافية والدقيقة، وهو ماسمى باستراتيجية خلق الشائعات بالحقائق، وقيام الدولة بشرح سياستها الداخلية والخارجية للمواطنن من أجل بنائه على أساس من المسؤولية والوعي والشعور بالولاء للتنظيم السياسي، وتحقيق التماسك الاجتماعي وتنمية شعور الثقة بالنفس وبالحكومة، بالعضافة الى منح افراد المجتمع حق التعبير، ومد جسور الحوار وتبادل الاراء والافكار حول القضايا العامة، فالشائعات تروح في غيبة

¹ المرجع السابق، ص 51.

² منال هلال المزاهرة: الدعاية اساليبها ومدارسها، دار المسيرة للنشر و التوزيع و الطباعة، عمان، (2012)، ص 154-155.

الانباء، أو حين لا تداع بوضوح، أو حين لا تداع الأنباء التي تصل الى الجمهور، أو من جراء عجز الفرد من فهم الأنباء التي يتلقاها .

3- كذلك ازالة الظروف والظواهر المهيئة لانتشار الشائعات وتداولها سواء كانت ظروفًا سياسية او اجتماعية أو اقتصادية، ومعالجة الدوافع النفسية التي قد يستفيد منها العدو، وتنتج عن معاناة بعض افراد المجتمع، كالامية والعوز المادي وغيرها والباعثة على اطلاق الاشاعة ونشر الأكاذيب والترويج لها وتوعية المجتمع وتحصينه ضد المبادئ الالزامية. ٤. ولا بد من معرفة ان خطر الاشاعة يتعدى الاشخاص او المسؤولين ليشمل المجتمع بأسره، كما أن تركيز وسائل الاتصال المبالغ فيه على الاشخاص بدلًا عن الوطن، قد يؤدي الى مواقف تفتقر الى الاقناع في كثير من الحالات، وإلى عدم الارتياح، مما يؤدي الى تسريب بعض الشائعات الساخرة، فالاهتمام بالاشخاص يأتي من خلال الادوار والنشاطات الفعالة والناجحة التي تحظى بالاهتمام بطبيعة الحال¹.

4- سرعة نشر المعلومات الدقيقة والموضوعية ذات العلاقة بالشائعات عبر الوسائل وشبكات الاتصال واسعة الانتشار ، لمواجهتها بصورة سريعة وفعالة والقضاء عليها فور ظهورها وقبل ان تترك لدى الأفراد خصوصاً ان الصمت أو تجاهل الإشاعة احياناً، قد يعني عدم وجود معلومات للدفاع ضد موضوع الإشاعة مما يؤدي الى ترسيخها، أو ما يسمى بأسلوب عيادة الشائعات. هذا بالاضافة الى تتبع مصدر الشائعات من الاسفل الى الاعلى في سلم الطبقات الاجتماعية، لمعرفة النواة الحقيقية لها ومعاينة مروجيها، مع عدم تكذيب الشائعات نفسها، خاصة ذات التأثير الضعيف، وإنما إطلاق شائعات معادية أو مضادة لها، باستخدام أناس موثوقين يملكون قوة التأثير على الرأي العام. أما إذا كانت الإشاعة خطيرة، فإن الرد عليها عند ذلك خير من الصمت، ولكن دون التطرق إلى موضوع الإشاعة الأصلي أو كشف مصدرها ؛ لأن ذلك قد يبريد من انتشارها أو يولد إشاعة جديدة².

5- هذا إلى جانب الاستثمار الإيجابي للشائعات المعادية، باعتبارها مصدرًا يمكن من خلاله استنباط معلومات عن الخصم ونواياه وتوظيف محتوى الإشاعة في الدعاية المصادرة باستخدام أساليب الإعلام الموجه ضد العدو، وتنفيذ الشائعات والتشكيك فيها وفي مصدرها فالمصادر المشكوك في صحتها لا تقبل التصديق بسرعة، على أن يتم ذلك باستخدام وسائل الاتصال وفي مقدمتها

¹ منال هلال المزاهرة: الدعاية اساليبها ومدارسها، ص 156-157.

² نفس المرجع السابق، ص 156.

التليفزيون الذي يعد أكثر الوسائل قدرة وفاعلية في الرد على الشائعات ومكافحتها، حيث تبقى الوقائع المشاهدة أكثر ثباتاً في الذهن من الاستماع أو القراءة. بالإضافة إلى الحد من نشر الشائعات في الصحف؛ لأن ذلك يؤدي إلى نوع من تقبل فكرة الإشاعة ومن ثم التعود على روايتها، مع ضرورة نوعيه المجتمع لزيادة حصة الاستعمال الإيجابي لوسائل الاتصال المتاحة، وذلك للحد من انتشار الإشاعة وتأثيرها¹.

المطلب الثاني دور أجهزة الدولة المختلفة في التصدي للشائعات عبر شبكات التواصل الإجتماعي

يتطلب التصدي للشائعات عبر مواقع التواصل الإجتماعي تضافر جهود أجهزة الدولة جميعاً، وفيما يلي دور بعض هذه الأجهزة.

الفرع الأول : دور الإعلام في التصدي للشائعات

أياً كانت الأدوار التي تقوم بها وسائل الإعلام في المجتمع ، ومهما كانت الوظائف التي تقوم بها، إلا أن الوظيفة الأهم هي الحفاظ على الأمن المجتمعي من التفتت والتبعثر سواء كان ذلك عبر الشائعات أو الدعايات المحلّة والمنافية للأمن والنظام العام ، ومن ثم فإننا نرى أن الإعلام هو من يتحمل العبء الأكبر في التصدي للشائعات أياً كان مصدرها².

إن الإعلام الحق هو من يتصدى بالكلمة الطاهرة لكل الشائعات المغرضة بالقول الفصل وباللسان البين ، ومن هنا يتبين لنا أن الإعلام الأفضل والأقوى وما يقصده من التهذيب والتقويم والتعليم هو ذاك الذي يتصل بالوقائع اليومية والطارئة ويتصدى لكل طارئ وحادث من محدثات اليوم بكل الوضوح والبيان والمنطق والحجة، فليس من واجب الإعلام أن تستفزه الأحداث فتأتي معالجة للشائعات قراءة لها حرفاً حرفاً أو الرد عليها وتنفيذها بالكلام المصنوع المدمج، وإنما مقارنة الحجة بالحجة ، وإعلان الحقيقة الناصعة والخبر اليقين الذي لا يعرف الإختلاف، ولا أيضاً بهرجة الألفاظ وكذلك يجب على الإعلام التركيز على القيم العالية والسامية في نفوس الأمة حتى يكون الإنسان على درجة كبيرة من الوعي والحصانة وتقدير الأمور ، وربط الأمة بعضها البعض وعلى أسس واضحة من الإحساس الوطني العالي والراقي المرتكز على الإقناع والثقة ، فالإعلام الذي يفقد ثقة

¹ نفس المرجع ، ص 158.

² -معتز سيد عبد الله: الحرب النفسية و الشائعات، دار غريب للطباعة و النشر، القاهرة، 1977، ص280-281

الناس فيه لا يمكن أن يكون مصدراً لإقناعهم بالحقيقة إذا كان يمارس التضليل ففاقد الشيء لا يعطيه ، وإنعدام ثقة الناس في التعامل مع الأجهزة الإعلامية أو الإقناع بما ينشره هو أحد الدوافع للمواطن كي يتلقى السم في العسل أثناء الأزمات من وسائل الإعلام المعادية أو المنافسة ، فهو لم يتعود على الحقيقة من وسائل إعلامه أيام السلم فكيف له أن يصدقها في أيام الحرب¹.

ونظراً لأن الشائعة ترجع بنسبة كبيرة إلى إنعدام الحقيقة أو نقصها - حيث أن غياب المعلومات عن الشارع وحجبها بقصد أو دون قصد يتيح للإشاعة أن تتمدد وتنتشر - لذلك لا بد لوسائل الإعلام أن تظهر الحقيقة كاملة وبكل تفصيلاتها وعدم إخفاء شيء على الناس حتى لا يكون هناك سبب أو حافز لظهور الشائعة أو إنتشارها ومن أجل زيادة قدرة وفاعلية دور الإعلام في التصدي للشائعات فلا بد من وضع إستراتيجيات وخطط إستباقية جاهزة ومعدة قادرة على التعامل مع الشائعات والقضاء عليها في مهدها، كذلك يجب تفعيل دور الصفحات والمواقع الإلكترونية للمؤسسات الإعلامية والرسمية والدوائر الوطنية المختلفة بإعتبارها شكل من أشكال الإعلام الجديد في مواجهة الشائعات وعرض الحقائق المتعلقة بمختلف القضايا على المجتمع الداخلي أو الخارجي والإعلام الرسمي أو غير الرسمي يواجه مسؤولية التصدي للشائعات ، وعلى وسائل الإعلام المختلفة من إذاعة وتلفزيون وصحافة ، ووكالات الأنباء وغيرها واجب عظيم في دحض الشائعات التي تنتشر في المجتمع ، فالصحافة تقع عليها مسؤولية التصدي للشائعات التي تتناول شؤون السياسة والإقتصاد أو المجتمع من خلال نشر التحقيقات الميدانية المصورة لنفي الشائعة التي أثارَت البلبلة، وعليها أن تتحرك إلى موقع الحدث وتعطي كل جوانب الخبر حتى لا توجد فرصة أمام نشر الشائعات، وكذلك الإذاعة والتلفزيون لها دوراً كبيراً وهاماً في القضاء على الشائعات إذا ما وضعنا في الإعتبار مساحة إنتشارهما الواسعة وديناميكية الإستفادة منهما على مدار ساعات البث².

الفرع الثاني : دور الأجهزة الأمنية في التصدي للشائعات

في ظل ظهور تكنولوجيا الحاسب الآلى وزيادة إعتقاد العالم عليه ، أصبح كل ما يحتاجه مروج الإشاعات عبر شبكات التواصل الإجتماعى وكذلك الإرهابي ذو الخبرة الإحترافية في هذا المجال

¹ معتز سيد عبد الله: الحرب النفسية و الشائعات، المرجع السابق، ص 283-284

² نفس المرجع، ص 285.

الحيوي والمعقد - هو جهاز كمبيوتر واتصال سكنة الإنترنت ، ومن ثم القيام بنشر الشائعات وهو أس في مكانه دون أن يترك أثرا.

إن نقص الخبرات الفنية في مجالات تحديد أركان الجريمة الإلكترونية وتقديمها كقصية مكتملة أمام المؤسسات العدلية بالإضافة إلى صعوبة الرصد والتحقق ورفع الأدلة الرقمية في كل زمان ومكان يضاف إلى ذلك طبيعة الحدود الفنية وعلاقات أطراف أى قضية عبر الإنترنت تتجاوز حدود الدولة الوطنية والعدد الهائل من المخالفات والمخالفين على مدار الساعة مما يصعب معه الضبط والملاحقة وذلك لإن شركات الإستضافة وتسجيل وحفظ البيانات الإلكترونية خارج الدول العربية وغالباً في الولايات المتحدة ، يضاف إلى ذلك إجماع الجمهور عن التعاون مع المؤسسات الأمنية فيما يخص المستوى الإلكتروني نتيجة ثقافة التعود على شذوذ بعض مواقع الإنترنت وفى الواقع لا يوجد فرق مختصة ومكونة من مصالح الإستعلامات العامة لمتابعة النشاط الهدام للإرهاب المعلوماتي ، لذا فإن المرحلة المقبلة أو الجيل الجديد لطريقة الإستعلامات العامة لمتابعة ومراقبة والتحرى والبحث المستمر عن المعلومات المتعلقة بنشاطات الجماعات الإرهابية يجب أن يتماشى مع التطور التكنولوجي وكذلك الطرق الحديثة المستعملة من طرف هذه الجماعات الهدامة¹.

لذلك يجب في المستقبل القريب إنشاء أجهزة شارطة خاصة بملاحقة متعمدى الإرهاب المعلوماتي، تختص فقط بمتابعة أنشطة الإرهاب المعلوماتية وكذلك مروجو الشائعات . ومحاولة تتبع آثارهم على أمل الوصول إليهم وهذا ما يمكن الإصفاء عليه بتسمية الإستعلام المعلوماتي.

وتجدر الإشارة في هذا الصدد إلى أن إجراءات الوقاية من هذه الظاهرة يجب ألا تقف عند حد الإجراءات التقليدية التي تطلع بها أجهزة الشرطة والعدالة بل إن الأمر يقتضى يستظهار لساليب أخرى مدعمة وفاعلة تسير مع إجراءات الوقاية التقليدية كما أكدت الدراسات التحليلية الحديثة أن فلسفة الوقاية من مواقع التواصل الإجتماعي تقوم على المسؤولية الشخصية والمجتمعية تجاه مكافحة الجريمة الإلكترونية ، وإن لجمهور المواطنين والمقيمين على أرض واحدة دور في غاية الأهمية في توقي الجريمة لا يقل عن إجراءات الشرطة التقليدية وأجهزة العدالة المختلفة ، ومن ثم أصبحت

1 - أحمد حسن سلمان: مرجع سبق ذكره، ص 26-27.

الدعوة شاركة كل أفراد المجتمع وهيئاته ومؤسساته فى مكافحة مواقع التواصل الإجتماعي تقتضيه طبيعة المرحلة وتفرضه متطلبات التنمية المستدامة¹.

ومن هنا الشرطة المجتمعية ليؤكد الإتجاه الراعى لتقرير المسؤولية الجماعية في ريمة والوقاية منها ، والذي يعنى إعادة التقارب والتفاهم بين أفراد المجتمع امع أجهزة إنقاذ القانون وتحقيق العدالة، إنطلاقاً من مبدأ أساسي يجعل من ذلك مسؤولية مشتركة بين كل هذه الأطراف خاصة في ظل تنامي المهددات ووجود مخططات دولية تستهدف زعزعة أمتنا الفكري وأخيراً نرى في هذا المجال أهمية وضرورة تفعيل آليات التعاون الدولي في مجال التدريب الأمنى على مكافحة الجرائم المعلوماتية وبخاصة المرتبطة بالإرهاب وتجنيد الإرهابيين عبر مواقع التواصل الإجتماعي نظرا لما تضمنه من خطورة على الأمن القومي العالمي والوطني الاقليمي لما يتطلب التكاتف من أجل مكافحته بوضع اليات تعون دولية ناجحة².

المطلب الثالث: شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالعمل السياسي

يعتقد الكثير من الشباب في العالم العربي بأن وسائل الإعلام الاجتماعي هي السبب في اندلاع الشرارة الأولى للثورات في كل من تونس و مصر واليمن وليبيا والبحرين وسوريا ، لكن يخالفهم في رأيهم معظم المختصين والأكاديميين بقولهم أن وسائل الإعلام الاجتماعي هي مجرد أدوات أو وسائل إعلام أتاحتها البيئة الافتراضية ، ويرجعون أسباب الاحتجاجات الشعبية إلى ما يطلقون عليه "بطالة الشباب وعدم رضاهم عن العائلات و الرمز الحاكمة وارتفاع أسعار المعيشة وغيرها من العوامل"³.

لكنهم يجمعون أن لشبكات التواصل الاجتماعي دور مهم في كونها آلية إعلامية جديدة أتاحت للملايين فرصة التعبير عن آرائهم و أفكارهم التي همشتها وسائل الإعلام التقليدية بسبب مركزية التسيير وملكيته لجماعات المصالح والنفوذ

وقد لخص المختصون و الأكاديميون دور هذه الشبكات في العمل السياسي فيما يلي :

1 -أحمد حسن سلمان: مرجع سبق ذكره، ص 30-33.

2 نفس المرجع، ص 34.

3 نفس المرجع ص 35.

- سرعت التكنولوجيا التغيير السياسي من خلال جمع الأشخاص أصحاب التفكير المماثل في شبكة واحدة وسمحت بتنسيق مباشر للحركات، و سرعت التحركات بحيث بات ما كان يتطلب سنوات يتم في أسابيع وأشهر .
 - عزز الإعلام الاجتماعي الروابط الضعيفة و جمع الأشخاص ذوي الاهتمامات المختلفة والخلفيات المتنوعة في الحركات الاحتجاجية كما على شبكة الأنترنت
 - وزعت القيادة على مجموعة كبيرة من القياديين، فالهام الجماهير يتطلب أكثر من مجرد صورة فردية ، حيث أصبح كل المشتركين في هذه الشبكات بإمكانهم أن ينشؤوا مجموعات و يقودون من خلالها الآلاف بل و الملايين .
 - سهلت شبكات التواصل الاجتماعي عملية تزويد وسائل الإعلام التقليدية بأخبار الثورات و الاحتجاجات و الانتفاضات في المنطقة و باقي العالم . كالثورة المصرية والتونسية التي رفع فيها المحتجون لافتات كتب عليها عناوين حساباتهم على فيس بوك وتويتر ويوتيوب ، و استخدمتها بعد ذلك الفضائيات في نقل الصور و الفيديوهات و بثها
- ويعتقد بعض المنظرين أن فضاء الأنترنت و من خلال شبكات التواصل الاجتماعي قادرة على الربط بين الجماعات ذات المصالح في جميع أنحاء العالم ، و بالتالي خلق المزيد من المشاركة السياسية من خلال التشارك في ملايين الملفات و المعلومات التي أصبحت تتيحها الشبكات الاجتماعية، حيث نجد أن هذه الشبكات ساهمت أيضا في تقارب مختلف المجموعات في جميع أنحاء العالم ، وفي العالم العربي أيضا حيث لم تكن الاحتجاجات فنوية بل ضمت أناساً من خلفيات متنوعة تجتمع معا من أجل قضية واحدة¹ .

المبحث الثاني: الوعي السياسي عند الطلبة الجامعيين

المطلب الأول: مفهوم وأهمية الوعي السياسي

الفرع الأول: مفهوم الوعي السياسي

يعرف الوعي السياسي بأنه "معرفة المواطن لحقوقه السياسية واجباته وما يجري حوله من احداث ووقائع وكذلك قدرة ذلك المواطن على التصور الكلي للواقع المحيط به كحقيقة كلية مترابطة

1 أحمد نوفل: الحرب النفسية، دار الفرقان للنشر و التوزيع، ط1، عمان، الأردن، 1989، ص 77.

العناصر و ليست كوقائع منفصله واحداث متناثره لا يجمعها رابط, بالاضافه الى قدرة المواطن على تجاوز خبرات الجماعه او الجماعات الصغيره التي ينتمي اليها ليعايش خبرات و مشكلات المجتمع السياسي الكلي" 1.

و يعرف ايضا بانه " ما لدى الافراد من معارف سياسية على المستوى المحلي او العالمي, نتيجة الثقافة السياسية التي يحصل عليها المواطنون داخل المجتمع و التي تعد مؤشرا جيدا على التقدم او التخلف السياسي من حيث ادراك المواطنين لدورهم في صنع القرار, و مدى ظهور فكرة المواطنه"2.

ويعني الوعي السياسي أيضا عملية اكتساب الافراد للمعارف والمهارات والخبرات والقدرات وادراكهم لدورهم ليتمكنوا من المشاركة في المجتمع كأعضاء فاعلين3.

و في ضوء التعريفات السابقه للوعي السياسي يرى الباحثان ان الوعي السياسي يشير الى المخزون المعرفي من المعلومات السياسيه لدى طلاب الجامعه او الفئات الاخرى من المجتمع بالقضايا والاحداث و القيادات والمؤسسات السياسية على مختلف الاصعدة والمستويات المحلية والقومية والعالمية ، ومدى مشاركتهم في العملية السياسيه وتوجيه القرارات في المجتمع.

اما المشاركة السياسية فتعني في اوسع معانيها حق المواطن في أن يؤدي دورا معيناً في عملية صنع القرارات السياسية ، وفي اضيق معانيها تعني حق ذلك المواطن في أن يراقب هذه القرارات بالتقويم والضبط عقب صدورها من الحاكم4.

حيث يركز التعريف هذا على التأكيد على ان المشاركة السياسية حق لكل مواطن دون قيد او شرط

1- اما الدوافع وراء المشاركة فمنها : 5

- العمل من اجل المصلحه العامه.

- الرغبة في كسب شعبية المواطنين.

- مصلحة مادية.

1 عبد الله بن علي الفردي، الوعي السياسي في الإسلام ط. 1 ،دار طويق للنشر، الرياض، 2010.ص 210.

2 إمام عبد الفتاح إمام،الديمقراطية والوعي السياسي ط. 1،نهضة مصر للطباعة والنشر والتوزيع،القاهرة،2006.ص337.

3 لسامرائي نعمان عبد الرزاق.النظام السياسي في الإسلام ط. 2،فهرست مكتبة الملك فهد الوطنية أثناء

النشر،الرياض،2000.ص 105.

4 عبد الله بن علي الفردي، الوعي السياسي في الإسلام، مرجع سابق ، ص220.

5 لسامرائي نعمان عبد الرزاق.النظام السياسي في الإسلام، مرجع سبق ذكره، ص110.

- الدافع الذاتي للمشاركة والعمل ، ويتمثل في وجود حاجات للفرد كالحاجة للانتماء والتقدير وتحقيق الذات.

2- اما اسباب العزوف عن المشاركة السياسية و اللامبالاة بها فتتمثل بالتالي: ¹

- قد يشعر الطالب ان مشاركته السياسية فيها تهدد لحياته الخاصة.
- قد يرى بعض الطلاب ان المشاركة السياسية تؤثر على علاقه بالأصدقاء و الجيران و على وضع الفرد الاجتماعي.
- قد يرى بعضهم ان نتائج العمل السياسي غير مؤكدة ولا جدوى منها و هناك فجوة بين القول و الفعل في المجتمع.
- غياب عوامل المشاركة السياسية و المنبهات السياسية المرتبطة بطبيعة الحال بوسائل الاعلام ودورها في المجتمع و الحياة السياسية.

3- اما بالنسبة لمستويات المشاركة فهي أربعة مستويات تم تحديد درجة المشاركة من خلالها: ²

- المستوى الاول هو المستوى الاعلى و يضم فئة النشطاء في السياسة الذين يتابعون الاحداث السياسييه دوما و يساهموا في صناعة القرارات.
- المستوى الثاني ويشمل فئة المهتمين او ذوي علاقه بالنشاط السياسي و يضم المصوتين بالانتخابات و المتابعين لما يجرى على الساحة السياسية من احداث.
- المستوى الثالث: فئة الهامشيون في العمل السياسي وهم الذين لا يميلون الى الاهتمام الفعلي بالسياسة و قد يضطر هؤلاء الى المشاركة في أوقات الازمات عندما يشعرون ان مصالحهم المباشره مهدده.

- المستوى الرابع: يشمل المتطرفون سياسيا وهم من يمارسون نشاطهم السياسي خارج الاطر الشرعية و يلجأون الى العنف في تحقيق اهدافهم.

ويصنف المشاركون في العملية السياسية بحسب ميلبراث الى ثلاث فئات يمكن تمييزهم، وهم يمثلون ثلاثة مواقف بالنسبة للمشاركين السياسيين: ³

- اللامباليون: و هم الذين لا يشاركون او هؤلاء الذين انسحبوا من العملية السياسية.

¹ إمام عبد الفتاح إمام، الديمقراطية والوعي السياسي ، مرجع سابق ص339.

² إمام عبد الفتاح إمام، الديمقراطية والوعي السياسي ، نفس المرجع ص 342.

³ إمام عبد الفتاح إمام، الديمقراطية والوعي السياسي، مرجع سابق، ص 345.

- المتفرجون: هم الأشخاص قليلو الانغماس في العملية الانتخابية .
- المنازلون: هم المقاتلون في السياسة .

ومن خلال ذلك نستنتج اختلاف درجات المشاركة السياسية و مستوياتها من مجتمع الى اخر بل حتى بين افراد المجتمع الواحد.

الفرع الثاني : أهمية الوعي السياسي والآثار المترتبة على غيابه

تتمثل اهمية الوعي السياسي في كونه المدخل الرئيسي للتعامل مع العصر من منطلق الارتكاز على قاعدة متينة للانطلاق نحو المستقبل بلا خوف.

وتتضح اهمية الوعي السياسي من خلال النقاط التالية :

- الوعي السياسي يدفع الى متابعة الأحداث السياسية الجارية بفهم وادراك صحيح عن طريق الصحف والاذاعات المحلية والاجنبية.
- الوعي السياسي يحمي المواطنين من الحزبية ومن التكتلات المذهبية والطائفية.
- الوعي السياسي يحفظ حقوق العمال من أستغلال اصحاب العمل.
- الوعي السياسي يمكننا من التعرف على جذور القضية الفلسطينية منذ صدور وعد بلفور 1917.

- الوعي السياسي يكشف لنا اعدائنا الغربيين وكذلك بعض العملاء من العرب والرجعيين الذين ينفذون سياسة الصهاينة والمستعمرين.

- الوعي السياسي ضرورة لخلق جيل متعلم قادر على خدمة مجتمعه والقيام بدوره في البناء والتقدم.

- الوعي السياسي يمكننا من توفير احتياجات بلادنا من الخبرات في الزراعة والصناعة والتعليم والصحة... الخ.

الآثار المترتبة على غياب الوعي السياسي:¹

¹ زيرفان سليمان البرواري، الوعي السياسي وتطبيقاته. ط1، دهورك مطبعة خاني، 2006. ص 220.

يترتب على غياب الوعي السياسي الكثير من الإشكالات بل والأغاليط التي تضر بحياة المجتمع اهمها الفهم المغلوط للنظام السياسي الذي خلط بين السياسة و الأخلاق.

والواقع انه اذ غاب الوعي السياسي غابت معه حقوق الانسان كإنسان، وعلى رأسها انه ينبغي ان يعامل كغاية في ذاته "اي كوعي ذاتي" لا كوسيلة لتحقيق مآرب الاخرين (اي مجرد جماد او حيوان)، ثم كمواطن في دولة له العديد من الحقوق الاساسية: كحق الحرية بانواعها و كذلك المساواة و اختيار الحاكم وعزله اذا انحرف , و سن القوانين و اعلان الحروب و عقد المعاهدات ... الخ. و ما لم يحدث ذلك فسوف يهبط المواطنون الى مستوى الدواب من الناحية العملية و سوف يوضعون من الناحية السياسية في اسفل البناء السياسي, فليس لهم رأي ولا مشورة ولا تقدير ولا قيمة.

و يصبح الحاكم هو الرأس و القلب و المحرك و المدبر , اما الناس فلأنهم بلا قيمة فما عليهم سوى السمع والطاعة فحسب

و يمكن إيجاز اهم النتائج التي تترتب على غياب الوعي السياسي فيما يلي : ¹

- عدم الوعي لا يمكّن من معرفة العدو الحقيقي للأمة.
- عدم الوعي لدى الافراد يدفعهم لخدمة المستعمر.
- عدم الوعي يجعلنا ننساق وراء الأحزاب و الافكار المتخلفة والعملاء الذين ينفذون سياسة المستعمر.
- عدم الوعي السياسي لا يمكن من فهم الفقه الثوري.
- عدم الوعي السياسي يدفع الى السلبية السياسية و عدم المشاركة في الحكم و في الرأي عن طريق المؤتمرات و اللجان الشعبية.

وفي ضوء ما سبق يرى الباحثان أن الوعي السياسي سلاح يجب ان يتسلح به كل فرد في المجتمع و خاصة طلاب الجامعة لانهم مناط الأمل لهذه الامة و التعويل كل التعويل عليهم واحتياجنا لهذا الوعي يأتي من كونه وسيلة القوة والتقدم كما انه يمكننا من المحافظة على ثرواتنا ويعد بمثابة الاداة التي تعرفنا على عدونا الحقيقي وتحمينا من التحزب والتكتلات المذهبية الطائفية ومن شعارات العملاء فبدون الوعي السياسي تضع هوية الشعوب وتجوع وتموت.

¹ عامر إبراهيم قنديلجي، الإعلام والمعلومات والأنترنيت. د ط، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2011. ص 75.

المؤسسات التي تساعد علي تنمية الوعي السياسي

تتعدد المؤسسات التي تعمل على تحقيق الوعي السياسي من خلال تزويد الفرد بالمعرفة السياسية وما تقدمه من أنماط للتنشئة السياسية، وذلك بدءاً من الأسرة التي تعد النواة الأولى في تلقي المعارف والمعلومات والقيم السياسية التي تؤثر في وعيه وتساهم في تشكيل سلوكه السياسي، مروراً بالمدرسة ودورها في صياغة الأفكار والاتجاهات الموجودة في المجتمع من خلال وسائل التربية المختلفة، وكذلك جماعة الأصدقاء وما تمارسه من ضغط اجتماعي لتقبل ومسايرة الانماط السلوك السياسي التي تتقبلها الجماعة، بالإضافة لمؤسسات الدينية لما تمتلكه من قداسة وتأثير نفسي قوي، وإلى أن نصل "لوسائل الاعلام و الجامعة، والممارسة العملية والاحزاب السياسية"، والتي سيتم عرضياً بشيء من التفصيل لأهميتها في الدراسة الحالية:

وسائل الاعلام والاتصال:

تعتبر وسائل الاتصال والاعلام من أهم الأدوات في تشكيل وتوجيه الوعي السياسي في المجتمع، وهذا ما أثبتته الواقع السياسي في الكثير من المجتمعات وخير دليل لذلك ثورة 25 يناير 2011 في مصر، وقد يرجع ذلك لعدة أسباب أهمها:

- تنوع وانتشار وسائل التواصل والاعلام مثل الصحافة و الاذاعة والتلفزيون، والوسائل عبر أجهزة المحمول بالإضافة الى الاعلام الجديد الذي يقود على خاصية الحوار المتبادل عبر شبكات النت وتطبيقاتها كمواقع التواصل الاجتماعي، وأصبحت وسائل الاتصال والاعلام المتعددة متاحة أمام قطاعات كبيرة من فئات المجتمع وبأسعار زهيدة .
- التطور التكنولوجي وسرعة الحصول على المعلومات: فأصبح من السيل متابعة الاحداث والقضايا السياسية المحمية والعالمية أولاً بأول ومن مصادرنا، ولذلك تأثيره المباشر والغير مباشر على تشكيل وتنمية الوعي السياسي لما تبثه من كم المعرفة السياسية.

المطلب الثاني: خصائص وأنماط الوعي السياسي

الفرع الأول: خصائص الوعي السياسي

للوعي السياسي خصائص وميزات نجلها فيما يلي :

- الوعي السياسي إدراك قائم على الإحساس بالمجتمع
- يهتم الوعي السياسي بمعرفة المشكلات والأسباب والآثار المترتبة عليها
- يتكون الوعي السياسي بمعرفة المشكلات والأسباب والآثار المترتبة عليها
- يتكون الوعي السياسي ويتبلور أثناء مراحل نمو الفرد ومسيرة حياته
- الوعي السياسي هو خطوة مهمة في تكوين الاتجاهات ال سياسية والسلوك السياسي
- يتوقف الوعي السياسي للفرد على ثقافته السياسية، حيث يتكون نتيجة ما يتوافر للفرد من معرفة وفهم للأمور
- ينمو ويتطور هذا الوعي خلال سنين عمر الفرد المختلفة ليصبح محصلة للمؤثرات الثقافية التي يتعرض لها الفرد.
- يعتمد الوعي السياسي على الإدراك بصفة أساسية، حيث أن الإدراك عملية عقلية يقوم الفرد من خلالها بعملية انتقاء الفرد للمعلومات وتنظيمها وتفسيرها .
- يتلازم المكون المعرفي والمكون الوجداني في الوعي السياسي، حيث أن الوعي ينبع من الوجدان ومشبع بالمعرفة¹.

الفرع الثاني: أنماط الوعي السياسي

يرى أو لدولف OLDOLVE أنه مادام المجتمع يتصف بالتباين والتنوع، ومادام الوعي السياسي لا يوجد من فراغ، إنما ينشأ من خلال الممارسة الواقعية للحياة الاجتماعية، فإن الوعي السياسي لابد أن يتصف بالتنوع أيضاً، ومنه وا يرى أنه يمكن أن نجد تنوعاً في أنماط الوعي السياسي.

نذكر منها:

¹ عبد الله بن علي الفردي، الوعي السياسي في الإسلام، مرجع سبق ذكره، ص 27-28.

1- الوعي الفردي والوعي الجماهيري:

- **الوعي الفردي:** هو العالم الروحي للفرد، يتحدد بالخصائص الفردية في وعي الإنسان مثل المشاعر والعواطف ، الأفكار والعادات الشخصية، كما لا يمكن عزله عن الوعي الجماعي الذي يوجه سلوك الأفراد والذي تزداد معه شدة أو ضعف ذلك الوعي الفردي¹.
- **الوعي الجماهيري:** هو الوعي الذي يعبر عن ذكر الجماهير، ويشكل في إطار الممارسة العلمية، ويرتبط بالواقع القائم، وموجود على شكل أذكار توجيهات، مشاعر ورغبات تتميز بها مجموعة من الناس، ويعبر عن المصلحة المشتركة لها².

2- الوعي الإعتيادي والوعي النظري:

- **الوعي الإعتيادي:** يعد الوعي الإعتيادي أحد أنماط الوعي السياسي الذي يتشكل لدى الناس من خلال ممارساتهم لنشاطاتهم اليومية، وكذا حيلتهم الطبيعية في الواقع الاجتماعي والسياسي المميز لمكان عيشهم ويشتمل هذا الوعي على المعايير والتطورات التي تكونت لدى الناس في حياتهم اليومية وعن أوضاعهم وأدوارهم في المجتمع والعالم المحيط بهم، سواء كانت تصورات واقعية حقيقية أو تصورات ساذجة، وتنبت تلك التصورات عن الظروف المباشرة لحياة الناس وأخرى عن الواقع المحيط به³.
- **الوعي النظري:** فغالبا ما يرتبط بالنخب لأنه يعني محاولات تحديد القوانين والقواعد التي تحكم الواقع المعاش وكذا تحديد الكيفيات التي يتم بها التغيير، أو تحقيق الثبات لجماعة ما وتساهم النخب العالمية في صياغة هذا الوعي النظري ليشكل منظومة معرفية تخص الجماعة التي ينتمون إليها⁴.

1 المرجع نفسه، ص 70.

2 المرجع نفسه، ص 71

3 يحيوي عبد الحق، نشرات قناة الجزيرة الإخبارية و الوعي السياسي بالصراع العربي الإسرائيلي . رسالة ماجستير ، جامعة قاصدي مرباح ، ورقلة ، 2010 ، ص 62.

4 عبد الله بن علي الفردي، مرجع سابق، ص 67.

المطلب الثالث: مستويات ونتائج الوعي السياسي عند الطلبة الجامعيين

الفرع الأول: مستويات الوعي السياسي

1- المستوى النظري :

ويقصد به مستوى الأفكار والإيديولوجيات كالتالي يحتويها موضوع الوعي من ثقافية ومعايير وعواطف، ويمر هذا المستوى بمراحل ثلاثة هي :

- مرحلة المعرفة والإدراك :

وهي المرحلة التي أطلق عليها هيجل مرحلة الإستكشاف ويكون الفرد فيها على مستوى الإدراك المباشر، كما تعتبر هذه المرحلة استعداد الوعي لتقبل الأفكار ثم حصرها وانتقائها

- مرحلة الإهتمام السياسي:

أي الارتباط العاطفي بالجماعة التي ينتمي إليها الفرد ذلك الارتباط الذي يخالف الحرص على استمرار تقدمها وتماسكها، وبلوغها أهدافها وعناصر الإهتمام تتمحور حول أربع مستويات :
الأول: الانفعال مع الجماعة، الثاني الانتقال مع الجماعة، الثالث التوحد مع الجماعة، والرابع: تعقل الجماعة.

- مرحلة الانضمام السياسي:

حيث يحتاج الوعي إلى مؤسسة لتكوينه فكريا قد تكون مؤسسة تربوية أو سياسية أو دينية، والانضمام إلى هذه المؤسسات قد يوجه وعي الأفراد أحيانا إلى أغراض تخدم السلطة أو المؤسسة التي ينتمي إليها الفرد.¹

2- مستوى الممارسات:

وهي مرحلة يصبح فيها وعي الفرد قادرا على المشاركة السياسية بدرجاتها المختلفة أو بعضها مما يتناسب مع دورها في النظام السياسي داخل المجتمع أو العزوف عنها، أو القيام بحركات سياسية تبين حقيقة رفضه اتجاه الموافقة في حال تجاهل السلطة، وتعتبر الحركات السياسية والطلابية من

¹ امام عبد الفتاح إمام، الديمقراطية والوعي السياسي، ط1، نهضة مصر للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 2006، ص 10

أهم مظاهر الوعي السياسي، والتي تؤدي أحيانا إلى موافقة السلطة على مطال إذا كان الوعي السياسي ب ورغبات الطلبة، وا عاملا مساعدا على الممارسة السياسية فإن دوره لا يتأتى إلا بتوفر مجموعة من الشروط هي¹:

- **الشعور بالإقتدار السياسي:** إذ هو حالة ذهنية يشعر فيها الفرد بأنه يمتلك القدرة على فهم مواطن الصواب في النظام الإجتماعي العام، فيؤازرها ويسعى إلى تثبيتها وتنميتها وفهم مواطن الخلل، فيسعى إلى التنديد بها وكشف عواقبه السلبية على الفرد والجماعة ثم يبدي رأيه الصائب دون خوف من لوم أو عقاب .
- **الاستعداد للمشاركة السياسية:** يعني توجب وعي الفرد بأن ممارسة الحرية السياسية ممارسة فعلية، تقتضي يمد يده إلى غيره من أفراد المجتمع السياسي بغية المشاركة في صياغة السياسات والقرارات واختيار الحكام وأعضاء المجالس النيابية على الصعيدين، المحلي والمركزي .
- **التسامح الفكري المتبادل :** وهو أن يكون النظام السياسي مرنا بحيث يسمح لكافة التوجهات السياسية بأن تعبر عن نفسها من خلال قنوات مشروعة على المستويين الرسمي والشعبي
- **توافر روح المبادرة :** فينبغي على كل فرد في المجتمع أن يشعر شعورا إيجابيا تجاه الدولة التي تحكمه، بحيث لا ينتظر قضاء الأمور من الأعلى إلى أسفل، فتكون نظرتة إلى الدولة نظرة أبوية تنتظر منه أن تتكفل به
- **احترام المبادئ قبل الأشخاص :** إذ لابد من توافر القناعة بأن السلطة السياسية مودعة في المؤسسات فهي مستقرها ومستودعها، وأن هذه المؤسسات تقوم على فلسفة سياسية تعبر عن الضمير السياسي للجماعة، وبالتالي فإن الشخص الحاكم ليس بالإنسان المقدس أو المنزه عن الخطأ بل هو شخص يمكن أن يحض بالاحترام أو عدمه بقدر وفائه من عدمه للمبادئ التي كلف بالمحافظة عليها
- **الثقة المتبادلة :** بين الحاكم والمحكوم من جهة وبين المؤسسات السياسية والدستورية الحاكمة وبعضها البعض من جهة أخرى .

¹ نفس المرجع، ص ص 122 - 124.

الفرع الثاني: نتائج الوعي السياسي

ينجر عن انتشار الوعي السياسي بين أفراد الشعوب عامة¹:

النهضة الحضارية : ترتبط النهضة الحضارية غالبا بالنهضة الفكرية التي يقودها وعي سياسي يرتب الأمور في صالح البناء الاجتماعي والحضاري، ووفقا لذلك تتحدد الهياكل التنظيمية والسياسية على أساس الوعي القائم لدى أفراد الشعوب

التحليل الموضوعي للأحداث : يمنح الوعي السياسي أفراد الشعوب القدرة على التحليل الموضوعي والعلمي للأحداث السياسية، ويحضدها من اكتساب وعي زائف تحكمه العاطفة، ويبث عبر وسائل مستغلة من طرف جهات في النظام الحاكم أو أطراف لها أغراض حقيقية.

تقليص مجال مناورة الأنظمة الحاكمة : يمثل الوعي السياسي الأداة التي تقلص المجالات التي تتحرك فيها السلطة، ويمتلك الأفراد المتمتعين بوعي سياسي دورا رقابيا نسبيا على سياسات السلطة، حيث يلعب الإعلام الدور البارز في العلاقة بين السلطة والمجتمع عبر نقل ما يجري من تفاعل سياسي في الدولة.

¹ امام عبد الفتاح إمام، الديمقراطية والوعي السياسي، مرجع سبق ذكره ، ص 71.

الفصل الرابع

الإطار التطبيقي للدراسة

المعانية في الدراسة الميدانية

من الأدبيات وتقاليد العمل البحثي المتعارف عليها، أن يحدد الباحث أثناء إجراء الدراسة العلمية لأي موضوع من المواضيع العلمية التي تطرح إشكالا بحثيا الإطار الميداني، وتحيله في احد خطواته المنهجية الأساسية إلى أساليب منظمة ومؤطرة علمية يعتمدها الباحث في بناء توجه منهجي للموضوع المراد دراسته، وتحديد إطاره الميداني القابل للتوصيف والتحليل والقياس .

ولعل ما يصطلح عليه في منهجية إعداد البحوث العلمية خاصة في حقل العلوم الإنسانية والاجتماعية بالمعانية، تشكل هذه الأخيرة احد ركائز البحث العلمي، فمن خلال المعانية التي قمنا بها أثناء الدراسة الاستطلاعية ثم الميدانية لمجتمع البحث، يمكننا التعرف على مؤشرات ومتغيرات موضوع الدراسة البحثية وتحديد الإطار المنهجي والنظري والميداني للدراسة كما أن "المعانية" التي تبنى على أساس اختيار الباحث لمجتمع بحثه تعتبر احد محددات هوية البحث العلمي¹.

وانطلاقا من هذا المعطى حاولنا في إطار الدراسة الموسومة ب" الاشاعة السياسية عبر الفايسبوك وتأثيرها على وعي الطالب الجامعي" اعتماد على خطوات منهجية لتأطير الموضوع في إشكالية بحثية تليها فروض للدراسة صدر عنها تحديد متغيرات أساسية للدراسة ومصطلحات أكثر حضورا في مراحل التعريفات الأولية للمفاهيم، وكذا الجوانب النظرية المعالجة ثم الارتكاز بعد هذه العناصر على ما أبانت عنه الدراسة الميدانية من معطيات.

ولقد اعتمدنا على عينة من طلبة جامعة عمار تليجي بالاغواط ونحن نقوم بتوزيع دليل الاستبيان الذي تم تحكيمه من قبل أساتذة قبل عرضه على المبحوثين في وضعيات اتصالية " ، والتي تتيح للمبحوث الإجابة على تساؤلات الاستبيان بطريقة واضحة ومنظمة وتساعدنا فيما بعد على وضع التحليل الكمي والكيفي في الدراسة الميدانية.

ولأن وضعية المبحوث الذي توجه له أسئلة الاستبيان هامة وضرورية في تحديد وقراءة إجاباته إزاء الأسئلة، فلقد سعينا إلى توزيع الاستبيان في أوقات لم يكن فيها ضغط للدراسة أو امتحانات ، وشرعنا في عملية توزيع الاستمارة بداية من أواخر شهر فيفري 2023 إلى غاية 28 أبريل 2023 واستغرقت العملية فترة زمنية تجاوزت الأسابيع، ركزنا فيها على توزيع الاستبيان على الطلبة الجامعيين من قسم الاعلام والاتصال

1 غريب سيد أحمد :تصميم وتنفيذ البحث الاجتماعي، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1989م ص:151

كونهم يشكلون مجتمعا بحثيا متاحا نتواصل معه بشكل منتظم ومستمر، وهذا ما دفعنا إلى اختيار هذه العينة التي تعتبر خارج سياق المؤسسة الجامعية كطلبة جامعيين يزاولون الدراسة، شابا يستخدمون ومستويات متباينة وسائل الإعلام، وهذا ما كشفته لنا استجوابات أجريناها مسبقا مع الطلبة الجامعيين من تخصصات خارج كلية العلوم الانسانية، حيث أشار بعضهم إلى متابعتهم الدائمة للأخبار عبر الفايسبوك. وتم تحديد حجم العينة ب 40 مفردة وهم من طلبة الماستر للعلوم الانسانية بجامعة عمار تليجي بالأغواط ويزاولون الدراسة في مستويات مختلفة " ولكن كل المبحوثين من مستوى ماستر ، ولقد كان حجم العينة ضئيلا جدا مقارنة بما كان مخطط له، وهو محاولة منا الى الوصول الى أكثر من مئة مفردة، لكن دخلت ظروف على خط العمل حالت بيننا وبين الحصول على عدد كبير من العينات لعدة أسباب، منها ما هو متعلق بمشاكل خارجة عن نطاقنا والبعض لم نستلم الاستمارات الخاصة به، كلها أمور جعلت منا نحصل على 40 مفردة فقط.

اعتمدنا في توزيع الاستبيان على طريقة التوزيع المباشر للاستمارة إن أمكن، أو عن طريق وسائل التواصل الاجتماعي وتسلمها بعد إنهاء المبحوث الإجابة على الأسئلة التي تم إدراجها في كل محور من محاور الدراسة البحثية.

ولقد ضمن دليل الاستبيان في الدراسة البحثية أربع محاور أساسية وأدرجنا في كل محور عدد من الأسئلة التي ركزنا فيها على متغيرات الدراسة وما تقتضيه من تساؤلات، وقد وصل عدد أسئلة الاستبيان إلى 18 سؤالا موجها للمبحوثين وواجهنا في مراحل توزيع الاستبيان مصاعب مثل صعوبة الاتصال بيننا وبين المبحوثين.

إن المعاينة التي تمت عن طريق توزيع دليل الاستبيان على المبحوثين حاولنا فيها وبشكل مستمر توفير الظروف الجيدة للمبحوث للتفاعل مع العمل البحثي الذي ننجزه، بترك الوقت الكافي له للإجابة على تساؤلات البحث الذي اعتمدنا فيه على "الأثر، الإشاعة السياسية، الفايسبوك، الطلبة الجامعيين ، الوعي" كمتغيرات أساسية في موضوع الدراسة تكررت في بناء منهجي للأسئلة في محاور الاستبيان الاربعة، وذلك سعيا منا لتحديد الجوانب المنهجية لموضوع الدراسة وضبطه بالأسلوب الذي يجعلنا أمام معطيات للدراسة قابلة لقياس صحة فروض الدراسة من عدمها، وبعد استخلاص ما خلصت إليه إجابات المبحوثين من معطيات، قمنا بالتحليل الكمي لنتائج الدراسة.

تحليل المعطيات الكمية المتحصل عليها في الدراسة الميدانية :

ترتكز الدراسة الميدانية لأي بحث علمي ودراسة بحثية على ما تم تحصيله من نتائج كمية ومعطيات قابلة للقياس الكمي، ويستعرض الباحثان تبعاً للنتائج المتحصل عليها قراءة علمية ممنهجة تأخذ في الحسبان جوانب الربط المتاحة منهجياً بين المعطى الكمي والطرح النظري لموضوع الدراسة وفق متغيراته الأساسية وفروض الدراسة الموضوعية¹.

وانطلاقاً من موضوع الدراسة الموسومة بـ "الإشاعة السياسية عبر الفيسبوك وتأثيرها على وعي الطالب الجامعي" وتبيان طريقة المعاينة التي تم اعتمادها في حيثيات العمل النظري والميداني المتبع فقد تضمن الشق التطبيقي للدراسة نتائج الدراسة الميدانية بعد توظيف أداة البحث المشار إليها واعتماد دليل الاستبيان وتوزيعه على فئة المبحوثين .

وبعد تحديد الجداول واعتماد عملية التبويب والتصنيف لم نغفل في هذا الجانب الهام من الدراسة إدراج كل ما له صلة بقراءات معطيات الدراسة الميدانية سواء من خلال إدراج نماذج بحثية تلتقي مع النتائج المتحصل عليها أو التركيز على الدلالات الإحصائية وما تعبر عنه كمياً وكيفياً وفق الطرائق المنهجية المعتمدة في تحليل المعطيات الكمية للدراسات البحثية.

وبعد اعتماد كل هذه الخطوات في إطار التعريف بمحاور وتفصيل الدراسة الميدانية تم وضع الجداول المعبرة عن الدلالات الكمية والمعطيات المتحصل عليها بالترتيب المتعارف عليها والمحاور الأساسية المدرجة في دليل الاستبيان الموزع على 40 مبحوثاً من طلبة جامعة عمار ثلجي، وسعت الدراسة الميدانية إلى الخروج بعد التحليل الكمي والكيفي للبيانات والمعطيات المتحصل عليها بمحصلة النتائج العامة التي تم الوصول إليها بعد التحليل .

¹ غريب سيد أحمد: تصميم وتنفيذ البحث الاجتماعي، مرجع سابق، ص:210.

التحليل الكمي والكيفي للبيانات المتحصل عليها وفق محاور ومتغيرات الدراسة

المحور الأول: البيانات الشخصية

الجدول رقم 01: تحديد الجنس

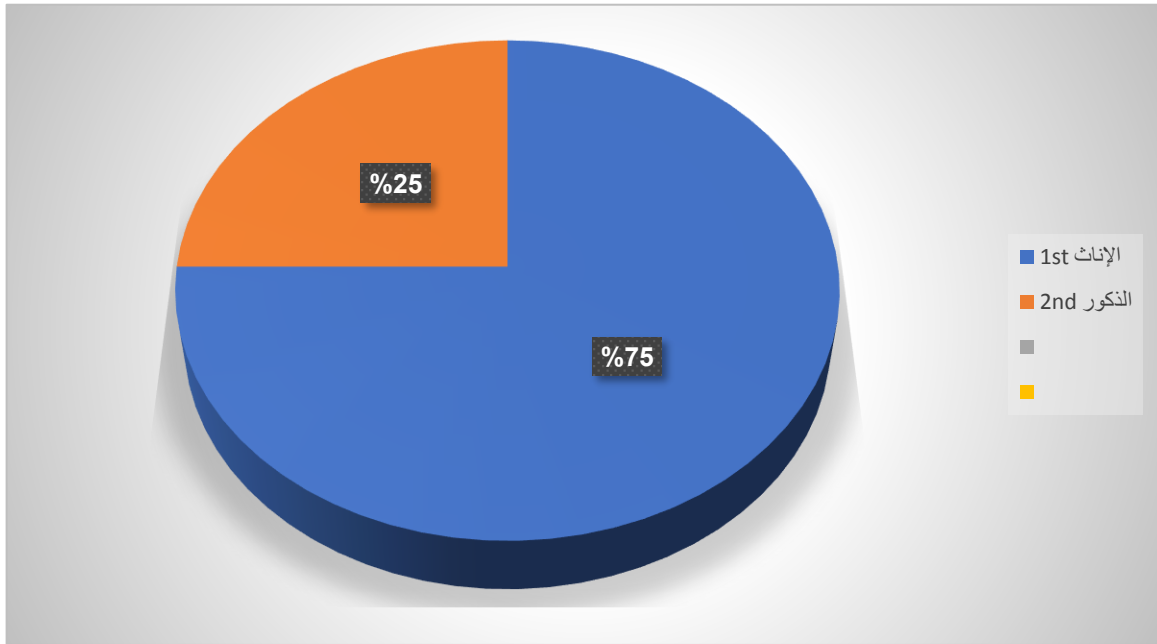
الجنس	العدد	النسبة
ذكور	10	25%
إناث	30	75%
المجموع	40	100%

وانطلاقاً من الجدول رقم 01:

المدرج في الدراسة الميدانية والذي يوضح البيانات الشخصية لفئة المبحوثين الذين تم استجوابهم في إطار الدراسة الميدانية انطلاقاً من متغيرات السن والجنس والمستوى التعليمي على النحو الآتي:

تضمن تعداد الإناث 30 مبحوثة من أصل التعداد الإجمالي لفئة المبحوثين الذين استهدفتم الدراسة البحثية في شقها الميداني، وقد شكل عدد الإناث المتحصل عليه نسبة 75% بالمائة فيما أبان الجدول الإحصائي الأول الذي خص قراءة بيانات عامة للمبحوثين وبخصوص فئة الذكور تسجيل 10 مبحوثاً من فئة الذكور ما يعادل نسبة 25%، ورغم أن هذا المعطى العام الذي يخص تحديد جنس المبحوثين في الدراسات البحثية لا يؤشر ولا يدل على توصيف وتحليل كيفي، بل هو يقود الباحث إلى التعريف بعينة الدراسة في احد سماتها العامة، فان ما يمكن تسجيله أن عدد الإناث من فئة المبحوثين أكثر من عدد الذكور الذين استهدفهم العمل البحثي، ويحيل هذا إلى أهمية العنصر النسوي في الجامعة الجزائرية من حيث التعداد والكم، وهذا ما أكدته تصريح صحفي لوزير التعليم العالي والبحث العلمي السابق طاهر حجار الذي أشار أن نسبة تواجد الطالبات في الجامعة الجزائرية يقدر بنسبة 62.5 بالمائة خلال عام 2017، وهي نسبة تتجاوز نصف تعداد الطلبة الجامعيين في الجامعة الجزائرية، لذا يبقى تعداد الطالبات في المؤسسات الجامعية أكثر من تعداد الطلبة من جنس الذكور وقد اتسع هذا الفارق بين الجنسين خلال السنوات الأخيرة، ولا تنفرد جامعة عمار ثلجي بهذه الميزة والخاصية فقط بل أن قرابة 106 مؤسسة جامعية في الجزائر تسجل ارتفاعاً في تعداد الطالبات الجامعيات وينعكس هذا التواجد الكمي الواضح للإناث في المؤسسات الجامعية على تواجدهن في الكثير من المؤسسات التعليمية القاعدية منها المؤسسات التربوية.

رسم بياني رقم 01 يخص توزيع المبحوثين وفق معطى الجنس:



الجدول رقم 02 يبرز معطى السن بالنسبة لفئة المبحوثين:

السن	العدد	النسبة
أقل من 21	8	20%
من 21 - 26	10	25%
من 26 - 31	20	50%
أكثر من 31	2	5%
المجموع	40	100

وانطلاقاً من الجدول رقم 02:

الذي يخص المتغير المدرج في الدراسة الميدانية متغير السن وهو احد المتغيرات الهامة في سياق الدراسة البحثية، كونه يخص الفئة العمرية للشباب منه خاصة الفئة المتمدرسة والتي تتكون في المؤسسات الجامعية، ويركز هذا المتغير على قراءة أعمار المبحوثين وعلاقة هذا المتغير الأساسي الهام بالتعرض من عدمه للإعلام من تلفزيون وصحافة وصولاً الى الفايسبوك، وقد أشارت البيانات والمعطيات الكمية المتحصل عليها تبعاً لهذا المتغير أن 8 مبحوث تبلغ أعمارهم أقل من 21 سنة " يشكلون ما نسبته تبعاً للجدول الإحصائي المشار إليه سلفاً 20 % مما يؤشر على أن هذه الفئة العمرية تمثل نسبة لا بأس بها في

الاستمارة فيما بلغ تعداد المبحوثين من الفئة العمرية " 21 . 26 سنة " تعداد 10 مبحوثا يشكلون ما نسبته تبعا للجدول المدرج كميا 25 % ثم تأتي الفئة الثالثة التي تضمنها دليل الاستبيان من " 26, 31 سنة " بتعداد : 20 مبحوثا يشكلون ما نسبته : 50 % وهم النسبة الاكبر من المبحوثين في الاستبيان .

وأخيرا تأتي فئة أكثر من 31 سنة وهم أقل عدد من المبحوثين في الاستبيان بشخصين، وجاءت نسبتهم ب 05% من عدد المبحوثين .

وتعبر هذه البيانات الحسابية لمتغير ' الفئة العمرية أن التعداد الأكثر تمثيلا وحضورا في سياق الدراسة الميدانية يتشكل من الفئة العمرية للمبحوثين الذين تتراوح أعمارهم ما بين " 26 , 31 سنة "، وخارج سياق خصوصية الدراسة فان هذه الفئة العمرية تعتبر الأكثر تمثيلا وحضورا في المؤسسات الجامعية، كونها تشكل الحيز العمري للطالب الجامعي بعد حصوله على شهادة البكالوريا والتحاقه بمقاعد الدراسة الجامعية، وتشكل هذه الفئة العمرية المشار إليها على غرار باقي الفئات العمرية التي أشارت إليها البيانات الكمية مرحلة " الشباب "، التي تعتبر احد المتغيرات الأكثر اهتماما من قبلنا في موضوع الدراسة البحثية التي نتناول " الاشاعة السياسية عبر الفيسبوك وتأثيرها على وعي الطالب الجامعي .

وتشير العديد من الدراسات السابقة التي تناولت اثر وسائل الاتصال على الشباب وعدد من الدراسات السوسولوجية التي تناولت علاقة الشباب بمواقع التواصل الاجتماعي، إلى إن الفئة العمرية التي يميل فيها الفرد الاجتماعي إلى تحقيق ذاته وطموحه والميول نحو التعبير بحرية، عن أفكاره ومن ثم الخروج عن مظلة القيم الاجتماعية ونمط العادات والتقاليد وأعراف المعيشة هي مرحلة الشباب، التي تعتبر مرحلة الطموح والمغامرة واثبات الذات ويتضح ذلك في تعابير وسلوكيات الشاب ونموه الفيزيولوجي .

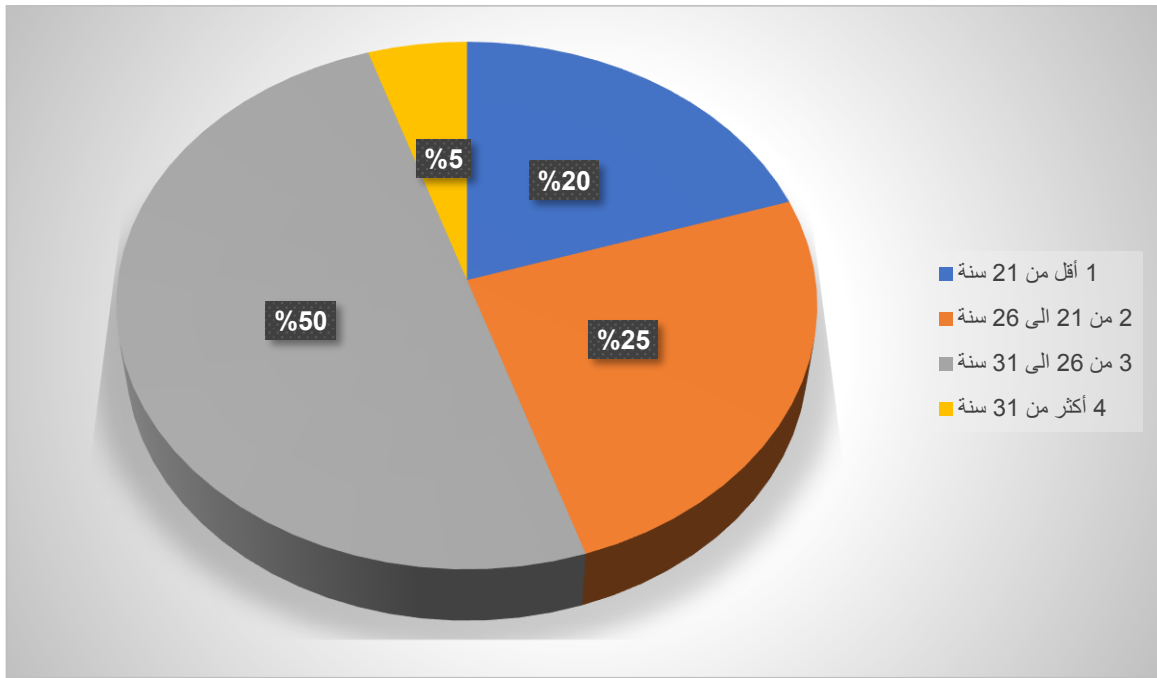
ويرى عدد من الباحثين الى أن النظم الإعلامية للحكومات في العالم العربي ما زالت تتعامل مع قضايا الشباب ومشكلاته الأساسية من منظور سياسي بحت فالكثير من المضامين الإعلامية في هذه الأنظمة الإعلامية الحكومية لا تستهدف تثقيف وتربية وتنشئة الشاب، وإنما تستهدف في نظر العديد من الباحثين ترويضه عقليا ونفسيا بما يخدم توجهات النظم السياسية، يحيل هذا التصور الذي يتبناه باحثون في الاتصال والإعلام خاصة إلى دراسة اثر ما تشكله في الوقت الراهن مواقع التواصل الاجتماعي على الشباب¹ وتحديد سلوكياته الاتصالية اتجاه الاشاعات السياسية ومن ثمة أهمية الفئة العمرية لدى الجمهور في استيعاب وفهم

¹ راسم محمد الجمال : الاتصال والاعلام في عصر العولمة، ط1، الديار المصرية اللبنانية، ص 108

هذا الأثر البالغ للإعلام الجديد على الشباب، وفق ما أبانت عنه دراسات أكاديمية مختلفة تناولت الموضوع من زوايا علمية مختلفة.

انطلاقاً من هذا المعطى الموجود في إطار دراسات وتحاليل يعتمدها الباحثون في الإعلام في دراسة اثر الإعلام الجديد على الجمهور فانه يمكن اعتبار إن الفئة العمرية للمتلقي للاشاعة السياسية عبر الفايسبوك يعتبر عنصراً هاماً في فهم العلاقة التي تجمع بين الوسيلة الإعلامية خاصة من حيث قدرات الإشباع ودواعي الاستخدام وبين الشباب.

رسم بياني رقم 02 يخص توزيع المبحوثين وفق معطى السن:



الجدول رقم 03: مستوى الدراسة:

مستوى الدراسة	العدد	النسبة
أولى ماستر	09	22.5%
ثانية ماستر	31	77.5%
المجموع	40	100%

وانطلاقاً من الجدول رقم 03:

الذي يتضمن احد البيانات الكمية لعينة المبحوثين الذين استهدفتم الدراسة الميدانية وهو مستوى الدراسة لدى المبحوثين

درجنا في بيانات السمات العامة لفئة المبحوثين معطى المستوى التعليمي الذي انبثقت عنه مجموعة من المعطيات الكمية إذ بلغ تعداد طلبة ماستر 01 من العدد الإجمالي لفئة المبحوثين ب 09 مبحوث قدرت نسبتهم ب : 22.5 % وطلبة الماستر 02 يشكلون ما نسبته 77.5 % و بلغ تعداد الفئة المبحوثين من مقسمين كالآتي:

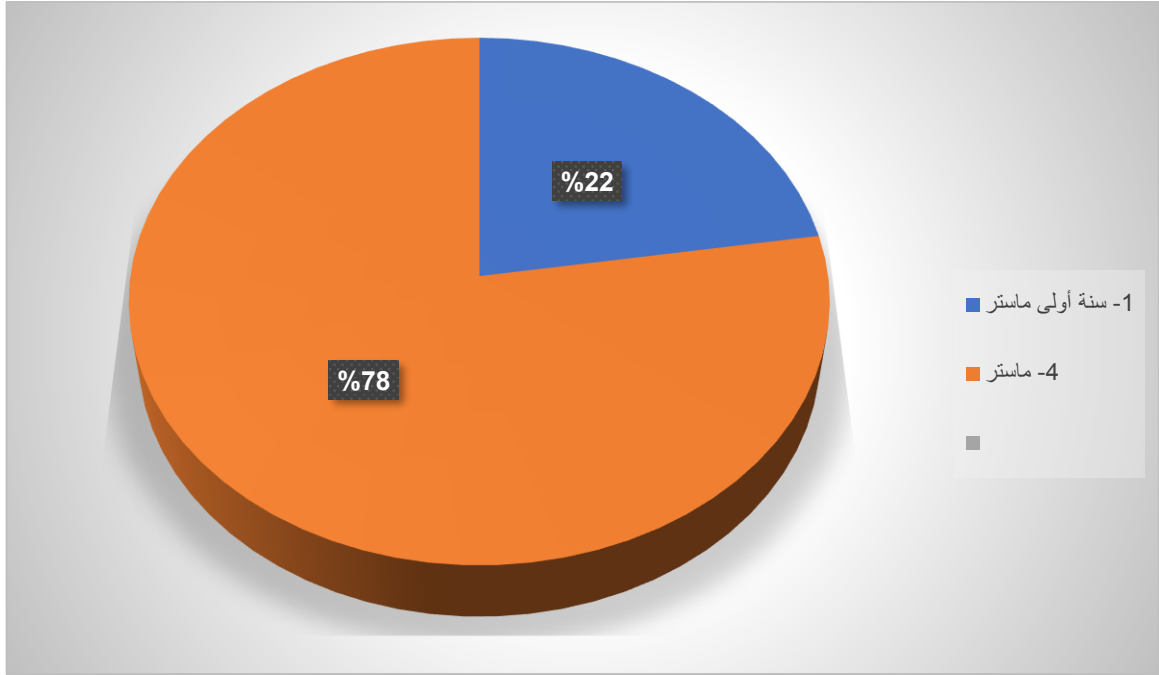
سنة أولى ماستر 09 مبحوثين بنسبة 22.5 % .

سنة ثانية ماستر ب 31 مبحوثين بنسبة 77.5 %.

ويعتبر المتغير الذي يحيلنا إلى المستوى التعليمي للمبحوث عنصراً هاماً في معرفة السمات العامة لدى المبحوثين إذ يبرز هذا المستوى التعليمي قدرات المبحوث العلمية والمعرفية ورتبه العلمية، وهذا مؤشر هام في تحديد إجابات المبحوث على أسئلة الاستبيان ثم انه انطلاقاً من موضوع الدراسة لا يمكن تجاهل أو إغفال السياقات التي يتعرض فيها الشباب للاشاعة السياسية عبر الفايسبوك، إذ تشكل البيئة الاجتماعية والمعرفية للمتلقي مسألة هامة في حسابات القائمين على الصفحات السياسية في مواقع التواصل الاجتماعي وقد أشارت العديد من الدراسات الأكاديمية في بحوث الإعلام بوجه خاص إلى ما يسمى بالمتلقي الانتقائي لوسائل الإعلام المختلفة، وما يشكله مصطلح " قادة الرأي " من أهمية في تحديد علاقة الوسيلة الإعلامية بالمتلقي وتحديد حجم التأثير الممارس على اتجاهات المتلقي من قبل الوسيلة الإعلامية، وعلى ذلك نرى أن المستويات المعرفية والعلمية خاصة تلك التي توثق وتؤطر في مسارات الشاب في مؤسسات التعليم والتكوين، تساهم إلى حد بعيد في التعريف بالمبحوث ومعرفة اتجاهاته إزاء ما يطرح في ورقة الاستبيان من تساؤلات.

وتشير البيانات الكمية وفق تعداد المبحوثين أن المبحوثين من مستوى الماستر 02 يتجاوزن نصف العينة من التعداد الإجمالي للطلبة المستجوبين مقارنة بتعداد الطلبة في مستوى 01 .

رسم بياني رقم 03 يخص توزيع المبحوثين وفق معطى المستوى الدراسي:



الجدول رقم 04: الحالة العائلية

الحالة العائلية	العدد	النسبة
أعزب	36	90%
متزوج	03	7.5%
مطلق	01	2.5%
المجموع	40	100%

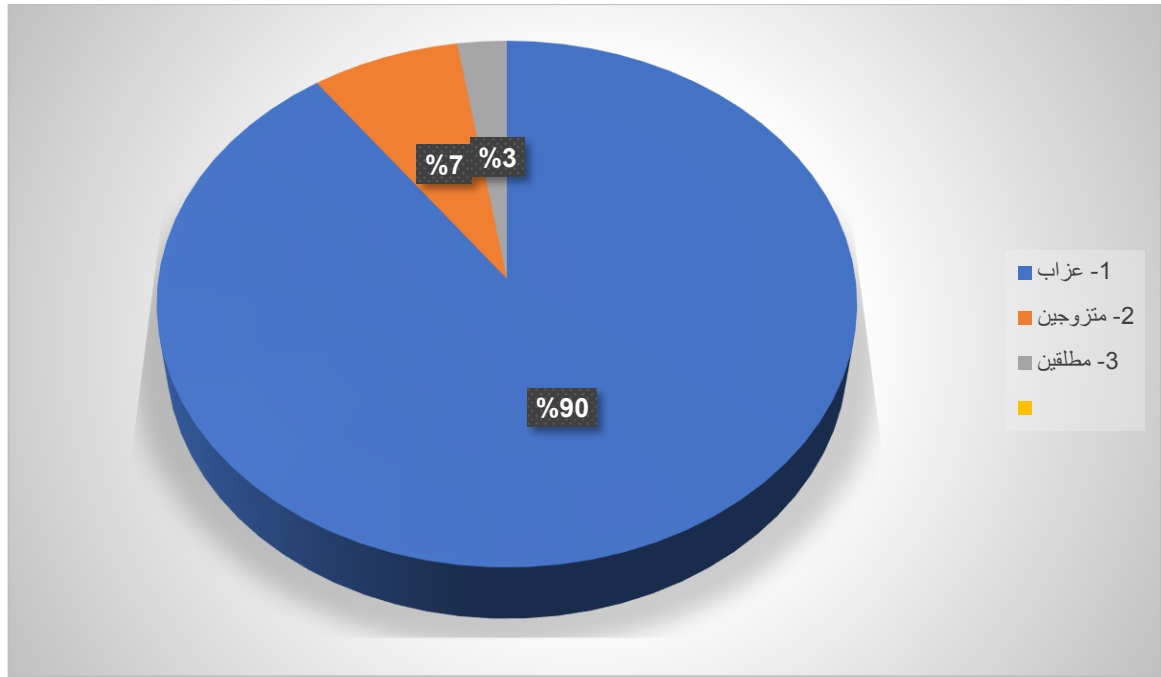
وانطلاقاً من الجدول رقم 04:

يوضح الجدول أعلاه أن أغلبية أفراد العينة أجابوا على أنهم عزاب بعدد قدر ب 36 فرد من مجموع العينات بنسبة وصلت الى 90 % تليها عدد العينات المتزوجة بنسبة 7.5 % بينما تأتي بعدها عدد حالات الطلاق بنسبة 2.5 %، من مجموع العينات الاجمالي المقدر ب 40 مفردة.

العنوسة إحدى المشكلات التي يعاني منها المجتمع الجزائري وهي مكملة لمشكلة أخرى هي العزوبة بالنسبة للرجال، هما مشكلة واحدة تأخر سن الزواج بالنسبة للفتاة والفتى إن لم يتعود عليها مجتمعنا بحكم العادات والتقاليد من قبل، ولكنها تجلت الآن وبصورة واضحة بل هي تكبر وتتسع وتفرض نفسها علينا بأمر الواقع فتدق أبواب البيوت بقوة وعنف، ونسبة العنوسة في الجزائر بين الفتيات تسير في الارتفاع، وهذا ما كشفته

أرقام الديوان الوطني للإحصائيات أي 51% من نساء الجزائر اللواتي بلغت سن الإنجاب يواجهن خطر العنوسة، ولقد تكلمنا على العنوسة وتركنا العزوبة لأن نسبة الإناث في العينات محل دراستنا تمثل ما نسبته 75% لهذا تم تسليط الضوء على ظاهرة العنوسة، كذلك لاستفحالها بشكل ملفت للانتباه وخطورتها من مجتمع لآخر، خصوصا في الوسط الجامعي، تبعا لظروفه الاجتماعية، ومع ارتفاع نسبة العنوسة والعزوبة عند الأفراد يصبحون شديدي التأثر بالغرب ولا يهتمهم شيء.

رسم بياني رقم 04 يخص توزيع المبحوثين وفق معطى الحالة الاجتماعية:



الجدول رقم 05: البيئة العمرانية

البيئة العمرانية	العدد	النسبة
ريفية	10	25%
حضرية	25	62.5%
بدون أجابة	5	12.5%
المجموع	40	100%

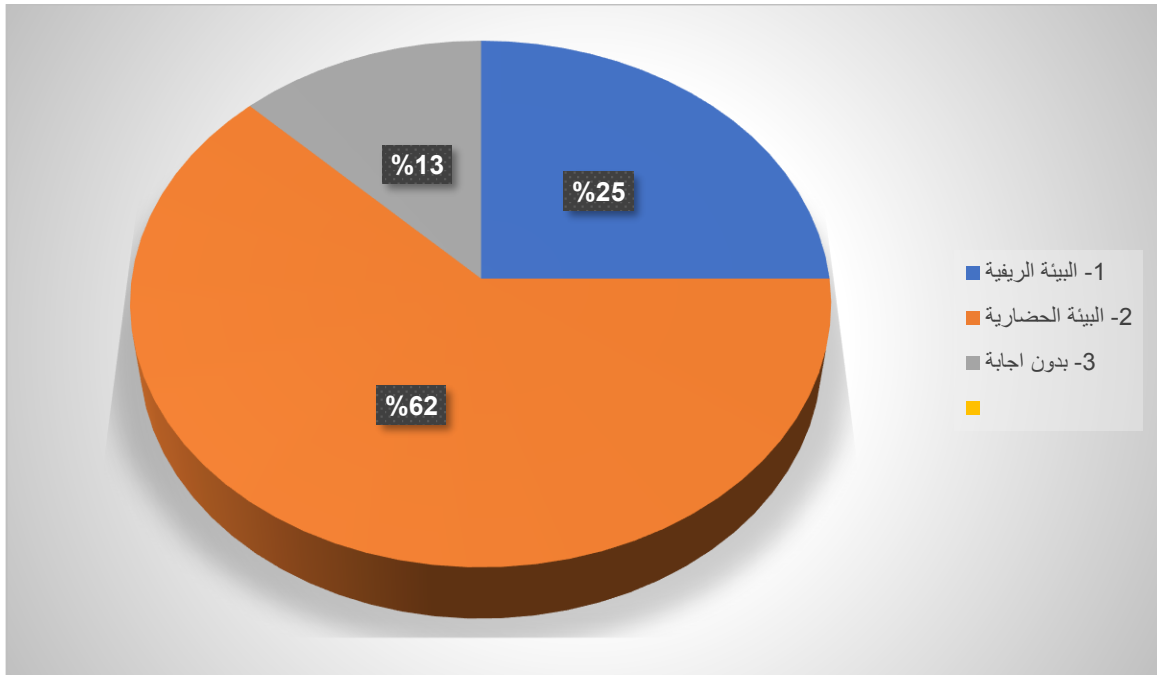
وانطلاقا من الجدول رقم 05:

يبرز هذا الجدول الذي يتضمن احد البيانات الكمية لعينة المبحوثين الذين استهدفتم الدراسة الميدانية نوع الإقامة للمبحوث، وجاءت المعطيات الحسابية لهذا العنصر المدرج في دليل الاستبيان على النحو الآتي:

إن تعداد 25 مبحوث هم من قاطني المدينة يشكلون ما نسبته 62.5%، في حين بلغ تعداد قاطني الريف 10 مبحوثا يشكلون ما نسبته 25%، وقد تم إدراج عنصر مكان ونوع الإقامة الخاصة بالمبحوث للتعريف وبشكل أكثر وضوحا على العينة التي تشكل منها المبحوثين خاصة وان البعد الجغرافي والمكاني للمبحوث، وفي العديد من الدراسات البحثية التي تستنتق آراء المبحوث إزاء قضايا وظواهر مختلفة، يبقى عنصرا مهما وله أثره وتقله في البحوث الاجتماعية بوجه خاص.

وباعتبار إن نظام الإقامة لدى الطلبة الجامعيين يقوم على نوعين إما الطالب الجامعي مقيم أثناء الدراسة الجامعية بالإقامة الجامعية أو بالمنزل الذي يقطن به فإنه يجب الإشارة إلى عدد معتبر من الطلبة الجامعيين بولاية الأغواط ينحدرون من مناطق مختلفة، البعض من بلديات شبه حضرية والبعض منهم يقطن فعلا بالمناطق الريفية، وان كان تعدادهم وفق ما أبانت عنه الدراسة الميدانية بعد توزيع دليل الاستبيان قليل مقارنة بتعداد الطلبة الذين يقطنون بالمدينة والذي فاق تعدادهم نصف العينة.

رسم بياني رقم 05 يخص توزيع المبحوثين وفق معطى البيئة العمرانية:



وانطلاقا من المعطيات الكمية التي تشكل البيانات الشخصية لفئة المبحوثين، والتي تضمنت خمس متغيرات هامة كمنطلق للتعريف بعينة الدراسة في سماتها العامة، فان كل من متغير الجنس، السن المستوى التعليمي والحالة العائلية، نوع الإقامة، تضمنت القراءة الكمية للبيانات المتحصل عليها في هذا المحور أرقاما متباينة من حيث التعداد والنسب المسجلة، وتشكل عملية دراسة وتحديد السمات العامة للمبحوثين احد الجوانب

المهمة في الاستبيان، ولا يمكن للباحث إغفال هذا الجانب الهام في مراحل إعداد الدراسة الميدانية، ثم إن الاهتمام بما يسمى بالسمات العامة للعينة وفق ما يراه العديد من الباحثين في المنهجية يرتكز على أهميتها في تحقيق الكمال للبحث العلمي.

المحور الثالث: مواقع التواصل الاجتماعي والاثر الذي تتركه في حياة الطالب الجامعي

الجدول رقم 06: استخدام موقع التواصل الاجتماعي فايسبوك

الاجابة	العدد	النيجة
دائما	21	52.5%
غالبا	6	15%
نادرا	9	22.5%
أحيانا	4	10%
المجموع	40	100%

وانطلاقا من الجدول رقم 06:

يوضح الجدول أعلاه درجة استخدام المبحوثين لشبكة التواصل الاجتماعي فيس بوك، حيث بينت النتائج أن أغلبية مفردات العينة يستخدمونه بصفة دائمة بنسبة 52.5% وهي نسبة تؤكد الاستخدام الكثيف والواسع لهذا الموقع خاصة من قبل الطلبة الجامعيين، فهو بالنسبة لهم فضاء واسع للالتقاء وتبادل الأفكار والحوارات في حين يستخدم آخرون فيس بوك أحيانا بنسبة 10% وربما يعود ذلك إلى التزاماتهم بالدراسة وحضور المحاضرات، أو ليس لديهم متسع من الوقت لذلك، تليه صفة غالباً بنسبة 6%، ثم نادراً بـ 9% ضئيلة، وفي نفس الوقت تأكيد على أن هذا الموقع يلقي رواجاً كبيراً واستخداماً أكبر في أوساط الطلبة وهي نسبة الجامعيين، وذلك لما يوفره من خدمات ومزايا عديدة، وهو ما يتوافق مع دراسة بان هذا الموقع يحتل المراتب الأولى من حيث الاستخدام خصوصاً طرف الطلبة الجامعيين.

الجدول رقم 07: عدد الساعات التي يقضيها الطالب الجامعي على الفايسبوك

الاجابة	العدد	النسبة
أقل من ساعة	06	15%
من ساعة الى 03 ساعات	19	47.5%
أكثر من ثلاث ساعات	15	37.5%
المجموع	40	100%

وانطلاقاً من الجدول رقم 07:

يوضح الجدول أعلاه عند الساعات التي يقضيها المبحوثين في استخدامهم لموقع فيس بوك، حيث يتضح أن أغلبيتهم يقضون من ساعة إلى 3 ساعات خلال تصفحهم للموقع وذلك بنسبة 47% وهو ما يفسر الاستخدام الكثيف والولوج الكبير المستغرق خلال عملية التصفح، وكذلك للفوائد الكثيرة التي يجدونها في هذا الموقع، أما نسبة 37.5% فهم يقضون أكثر من 3 ساعات في استخدامهم لهذا الموقع، ويمكن تفسير ذلك بأن المتصفح هنا يستمتع وفق استخدامه لفيس بوك، خاصة عند قيامه ببعض التطبيقات والردشة مع الأصدقاء فهو بذلك لا ينتبه للوقت الذي يستغرقه أو لا يغيره اهتماماً، في حين 15% من أفراد العينة يستغرقون أقل من ساعة أثناء تصفحهم للموقع، ويمكن إرجاع ذلك إلى ظروف الطالب، فقد يكون في فترة امتحانات، أو من حيث حصوره لمحاضراته ومدامته على الدروس، أو قد يكون هناك تذبذب في شبكة الأنترنت، وتحيل هذه النتائج انه لا يستطيع زيادة عدد الساعات في الاستخدام .

الجدول رقم 08: اقدمية استخدام الفايسبوك لدى الطلبة الجامعيين

الاجابة	العدد	النسبة
أقل من سنة	04	10%
من سنة الى 03 سنوات	14	35%
أكثر من ثلاث سنوات	22	55%
المجموع	40	100%

وانطلاقا من الجدول رقم 08:

يبين الجدول السابق مدة استخدام المبحوثين لموقع فيس بوك، حيث أن ما نسبته 55% من أفراد العينة يستخدمون الموقع منذ أكثر من 3 سنوات وهو ما يؤكد الأهمية الكبرى لهذا الموقع وانتشاره الواسع في أوساط الطلبة، كما نجد أن معظم المبحوثين ليسوا بحديثي المشاركة والاستخدام لفيس بوك. يليه الأفراد الذين يستخدمونه منذ أقل من سنة بنسبة 35% وقد يعود ذلك إلى تنامي ويطء في انتشار الموقع في الجزائر، لتكون نسبة 10% للأشخاص الذين يستخدمون الموقع من سنة إلى 3 سنوات وهم أشخاص حديثي المشاركة في هذا الموقع ومستخدمون جدد له جديتهم الخدمات المتنوعة والأدوار المختلفة التي يقوم بها هذا الموقع، ما جعلهم يتهافتون للتسجيل والاستفادة من مزاياه.

الجدول رقم 09: انسب الفترات لتصفح الموقع

الاجابة	العدد	النسبة
صباحا	2	5%
في الظهيرة	4	10%
مساء	6	15%
ليلا	13	32.5%
لا يوجد وقت مجدد	15	37.5%
المجموع	40	100%

وانطلاقا من الجدول رقم 09:

يبين الجدول أعلاه الفترات التي يفضلها المبحوثين لتصفح فيس بوك، حيث يتضح أنه لا يوجد وقت محدد لهؤلاء لتصفح الموقع وذلك بنسبة 37.5%، ويمكن تفسير ذلك بأن المستخدمين لا يتقيدون بوقت معين، انما كلما أتحت لهم الفرصة تصفحوا الموقع وأبحروا في عالمه الافتراضي أما ما نسبته 32.5% يفضلون الفترة الليلية وهو الوقت الذي يكون فيه أغلب الأفراد متفرغين للاتصال ببعضهم البعض والقيام بجولة حول مختلف الأحداث والإطلاع على آخر الأخبار، في حين يفضل 15%، في منهم استخدام فيس بوك مساء حين كانت نسبة 5% و10% للفترة الصباحية وفترة الظهيرة على التوالي، وهي نسبة ضئيلة تؤكد أن تواجدهم في أماكن الدراسة و لا يميلون إلى تصفح هذا الموقع في مثل هذه الفترات نظر للأوقات، وعليه

ليس لديهم الوقت لاستخدام الموقع في هذه الفترات، كما ان الزملاء والأصدقاء أيضا مشغولين وقد تطابقت هذه النتائج مع ما توصل إليه حاتم سليم العلوانة (2012) في أن الطلبة يستخدمون الفايسبوك خلال كل فترات اليوم وذلك وفق لظروفهم.

الجدول رقم 10: مكان استخدام الفايسبوك

الاجابة	العدد	النسبة
المنزل	25	62.5%
مقاهي الانترنت	06	15%
الجامعة	06	15%
أخرى	03	7.5%
المجموع	40	100%

وانطلاقا من الجدول رقم 10:

يوضح الجدول أعلاه أن المكان الذي يفض له المبحوثون لاستخدام فيس بوك هو المنزل وذلك بنسبة 62.5% باعتباره أفضل وأريح مكان لتصفح الموقع دون إزعاج أو قلق، كما يمكن تفسير ذلك بتزايد عدد المشتركين بالانترنت في المنازل الجزائرية خاصة في السنوات الأخيرة، كما أن المنزل يوفر إمكانية اختيار الوقت المناسب والظرف الملائم فيما كانت مقاهي الانترنت والجامعة متساوية في النسبة بـ 15% وهي تمثل الطلبة الجامعيين فبعضهم يميل إلى استخدام الموقع في مقاهي الانترنت أين يجدون راحتهم، في حين يميل البعض الآخر إلى استخدامه في الجامعة وهي المكان التي يتواجدون بها، أما 7.5% من أفراد العينة فيرون أن هناك أماكن أخرى يستخدمون من خلالها فيس بوك على غرار الأحياء الجامعية .

وهو ما يتأكد مع دراسة رامي حسين حسني الشرافي ، بأن أكثر من نصف الطلبة إن لم يكونوا أغلبهم يفضلون المنزل كأحسن مكان لتصفح فيس بوك والغوص في عالمه.

الجدول رقم 11: كيفية التصفح في الفايسبوك

الاجابة	العدد	النسبة
تكتفي بقراءة مشاركة الاخرين	4	10%
تضع مشاركتك الخاصة	3	7.5%
الدرشة مع اصدقاءك	12	30%
تجرب عدد من اصدقاءك	6	15%
تبدي اعجابك بالمواضيع	12	30%
تشارك هذه المواضيع مع اصدقاءك	3	7.5%
المجموع	40	100%

وانطلاقا من الجدول رقم 11:

يبين الجدول أعلاه النشاط الذي يقوم به المبحوثون أثناء تصفحهم لموقع فيس بوك جاءت الدرشة مع الأصدقاء بالمرتبة الأولى وذلك بنسبة 30% وهو أمر طبيعي حيث أن أغلب الأفراد عند استخدامهم للموقع يشعرون في الاتصال بالأصدقاء بدء المحادثات والدرشة فيما بينهم، كما يمكن تفسير تفضيل الطلبة للدرشة مع الأصدقاء لتعزيز علاقاتهم أكثر ما يسمح لهم بالتعرف على أكبر عدد من الأصدقاء والاندماج بشكل كثيف في هذا المجتمع الافتراضي، ذلك أن هذا الموقع باستطاعته تقريب الأصدقاء في هذا العالم الافتراضي في وقت قد لا يستطيعون الالتقاء فيه في الواقع الحقيقي، أما ما نسبته 30% يفضلون إبداء إعجابهم بالمواضيع المتنوعة والمتجددة التي يطرحها الموقع لذا يرون من الضروري إبداء الرأي والإعجاب بمثل هكذا مواضيع. ولأن فيس بوك له من السمات ما يميزه خاصة التفاعلية، جعلته محل تفضيل كبير في أوساط المستخدمين خصوصا تلك الخدمات التي فيها تفاعل ومناقشة، لذا نجد بقية أفراد العينة يفضلون وضع مشاركتهم الخاصة 7.5% وكذا مشاركة أصدقائهم بعض المواضيع 7.5% في حين هناك نسبة ضئيلة ممن يميلون لقراءة المشاركات وتجريب التطبيقات.

المحور الرابع: معدل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ودرجة الوعي السياسي عند لطلاب لجامعيين

الجدول رقم 12: الدافع الذي يدفع الطلاب الجامعيين لاستخدام الفايسبوك

الاجابة	العدد	النتيجة
التسلية والترفيه	07	17.5%
التزويد بخبرات ومعارف جديدة	07	17.5%
التعرف على اصدقاء جدد	03	7.5%
متابعة الاخبار ومواكبة الاحداث	22	55%
أخرى	01	2.5%
المجموع	40	100%

وانطلاقا من الجدول رقم 12:

يبين من خلال الجدول السابق دوافع استخدام موقع فيس بوك لدى طلبة جامعة الاغواط مفردات الدراسة أن دافع متابعة الأخبار ومواكبة الأحداث قد جاء في المرتبة الأولى بنسبة بلغت 55% ويرجع ذلك إلى أن الطلبة يجدون في هذا الموقع مصدرا مهما للاطلاع على آخر الأحداث، والأخبار والمستجدات الراهنة، المحلية، العربية والعالمية، كما حظى كلا من الدافعين: التسلية والترفيه، التزود بخبرات ومعارف جديدة بالمرتبة الثانية بنسبة قدرت بـ 17.5%، ويفسر ذلك بأن الطلبة يستخدمون موقع فيس بوك بغرض الترفيه عن أنفسهم والخروج من روتين الدراسة اليومي، إلى جانب استقاء معارف جديدة تم اكتسابها من هذا الموقع تساعدهم على التخلص من الملل والضغط، ليأتي فيما بعد دافع التعرف على أصدقاء جدد بنسبة 7.5% ذلك أن الطلبة يسعون من خلال هذا الموقع ربط علاقات مع أصدقاء من داخل الوطن أو خارجه والعمل على الحفاظ على روابط هذه وهو ما يحيلنا الى أن متابعة الأخبار و مواكبة الأحداث هي أكثر دوافع استخدام موقع فيس بوك.

الجدول رقم 13: يبين الامور الجاذبة في موقع الفايسبوك

الاجابة	العدد	النتيجة
طريقة التصميم	02	%1.66
سهولة الاستخدام	28	%23.33
خصوصية الموقع	24	%20
انتشار الواسع	30	%25
الخدمات التي يقدمها	35	%29.16
أخرى	01	%0.8
المجموع	120	%100

وانطلاقا من الجدول رقم 13:

يمثل الجدول أعلاه الأمور الجاذبة في موضع فيس بوك بالنسبة لطلبة جامعة الأغواط، حيث أن المبحوثين من أفراد العينة يفضلون هذا الموقع بسبب الخدمات التي يقدمها بنسبة 29.16% ذلك أنه يحظى بميزات وخدمات غير متاحة في مواقع التواصل الأخرى أو وسائل الإعلام التقليدية الأمر الذي يجعل تصفح هذا الموقع في متناول الجميع ويأتي عامل الانتشار الواسع في المرتبة الثانية بنسبة 25% نظرا للجماهير الكبيرة التي استطاع أن يحتلها في سنوات قليلة، عند العام والخاص، ثم سهولة الاستخدام في المرتبة الثالثة وذلك بنسبة 23.33% أما خصوصية الموقع فقد حظيت بالمرتبة الرابعة بنسبة قدرت بـ 20% ونجد في آخر الترتيب طريقة التصميم، حيث لم يحصل إلا على نسبة 1.66% إذ يعتبر تصميم الموقع الاجتماعي من الأمور المساعدة في جذب المتصفحين إلى هذا الموقع.

الجدول رقم 14: يبين الامور الجاذبة في موقع الفايسبوك

الاجابة	العدد	النتيجة
مواضيع عامة	30	%26.31
ثقافية	23	%20.17
اجتماعية	25	%21.92
بيئية	08	%7.01

سياسية	25	21.92%
أخرى	03	2.63%
المجموع	114	100%

وانطلاقاً من الجدول رقم 14:

يمثل جدول طبيعة المواضيع التي تثير الانتباه عبر موقع فيس بوك أن المواضيع العامة قد جاءت في المرتبة الأولى بنسبة 26.31% ذلك أن الطلبة دائماً يسعون إلى اكتساب معلومات ومعارف بعيداً عن التخصصات الدراسية أي فيما يخص الأمور الحياتية، وكيفية التعامل مع مختلف مستجداتها تليها كل من المواضيع الاجتماعية والسياسية نسبة 21.92% وهذا يعود بطبيعة الحال إلى أن أغلب المشاكل والقضايا اليومية هي إما قضايا اجتماعية أو مشاكل سياسية والطلّاب معرض بشكل يومي لها إذ أصبحت كل من الحياة الاجتماعية والسياسية جزء لا يتجزأ من الحياة اليومية للطلّاب، أما المواضيع الثقافية فقد حظيت بنسبة 20.17% تليها المواضيع البيئية بنسبة 7.01% وذلك راجع إلى أن هذا النوع غير متاح بالقدر الكافي عبر موقع فيس بوك أو أنه لا يوجد اهتمام به ما جعله لا يحظى بانتباه لدى متصفح موقع فيس بوك من الطلبة الجامعيين.

الجدول رقم 15: درجة متابعة الامور السياسية

الاجابة	العدد	النتيجة
دائماً	09	22.5%
غالباً	09	22.5%
احياناً	07	17.5%
نادراً	15	37.5%
المجموع	40	100%

وانطلاقاً من الجدول رقم 15:

نلاحظ من خلال الجدول الذي يبين كيفية متابعة المواضيع السياسية أن فئة (نادراً) قد جاءت في المرتبة الأولى بنسبة 37.5% وهذا راجع إلى أن الطلبة يصبون مجمل اهتمامهم في المواضيع التي تخص دراستهم وهذا النوع من المواضيع السياسية لا تلقى تجاوباً من قبلهم لأنها حسب رأيهم معقدة ومتشابكة .

وتقاربت النسبة بين متابعة المبحوثين لهذه المواضيع السياسية بصفة دائمة، أو غالبا أو أحيانا وذلك راجع لأهمية هذا النوع من المواضيع بالنسبة لهذه الشريحة من المبحوثين

الجدول رقم 16: درجة الاهتمام بالنشاط السياسي

الاجابة	العدد	النسبة
نعم	07	17.5%
لا	33	82.5%
المجموع	40	100%

وانطلاقا من الجدول رقم 16:

مثل جدول إمكانية فيس بوك الاهتمام بممارسة نشاط سياسي معين، حيث أن 82.5% من طلبة جامعة الاغواط يؤكدون على أن موقع فيس بوك لم يجعلهم البتة يهتمون بممارسة نشاط سياسي ذلك أن الجامعة الجزائرية لا تولي أهمية للأمور السياسية و ينحصر مجالها في التعليمي فقط، في حين يرى 17% من الطلبة أن هذا الموقع جعلهم يهتمون بممارسة نشاط سياسي رغبة منهم في التعبير عن آرائهم فيما يخص الشؤون السياسية بكل حرية وبعيداً عن أي ضغوط.

الجدول رقم 17: الإشباعات السياسية التي يقدمها الفيسبوك

الاجابة	العدد	النسبة
زيادة رصيدك المعرفي السياسي	21	52.5%
زيادة الوعي السياسي لديك	12	30%
مساهمة في معالجة وطرح قضايا سياسية	05	12.5%
أخرى	02	5%
المجموع	40	100%

وانطلاقا من الجدول رقم 17:

نلاحظ من خلال الجدول الذي يبين الإشباعات السياسية التي يحققها موقع فيس بوك أن زيادة الرصيد المعرفي المتعلق بالسياسة وقضاياها قد قدر بـ: 52.5% ذلك أن الطلبة الذين يعتمدون إلى تصفح موقع

فيس بوك غالبا ما يلجؤون له لأجل التعرف والاطلاع على الشؤون والقضايا السياسية بغرض كسب رصيد معرفي يمكنهم من أخذ رؤية شاملة لما يحدث في الوقت الراهن من أحداث ومستجدات .

أما زيادة الوعي السياسي فقد حظيت بنسبة 30 % في حين بلغت المساهمة في معالجة وطرح القضايا السياسية بـ: 12.5% حيث أن تصفح موقع فيس بوك من قبل البعض يكون لأجل العمل على إيصال رأيهم فيما يخص مختلف المشاكل السياسية من خلال السعي إلى حلها ومعالجتها.

المحور الرابع: السلوكات والقيم الاجتماعية للطلبة الجامعيين بعد تلقي المعلومات من الفايسبوك

الجدول رقم 18: مصداقية الاخبار عبر الفايسبوك

الاجابة	العدد	النسبة
نعم	05	12.5%
لا	35	87.5%
المجموع	40	100%

وانطلاقا من الجدول رقم 18:

يبين الجدول أعلاه ان افراد العينة الذين لا يصدقون المعلومات السياسية عبر الفايسبوك قدرت بـ 87.5% وهذا يرجع لعدم ثقة الطلاب الجامعيين بالمعلومات التي تبثها هاته المواقع، ففي حين ان نسبة افراد العينة الذين يصدقون كل ما يصل عبر مواقع التواصل الاجتماعي من معلومات سياسية قدرت بـ 12.5% وهذه نسبة ضعيفة جدا.

فبالنسبة للنسبة الأولى إن افراد العينة لا يصدقون المعلومات التي يبثها الفايسبوك كون الفايسبوك يستخدمه جميع الفئات على سبيل المثال تجد شخص واحد لديه حسابات كثيرة منها الصحيحة ومنها المزيفة يقوم بنشر معلومات على حساب شخص آخر، مما يفقد الأمان والصدق لهاته المواقع ، وايضا غياب الرقابة وعدم الشعور لبعض المستخدمين بالمسؤولية.

الجدول رقم 19: الاخبار المزيفة عبر الفايسبوك

الاجابة	العدد	النتيجة
تشاركها	00	00
تتجاهلها	31	77.5%
تعلق عليها	00	00
تمسحها	03	7.5%
تظهر زيفها	06	15%
تتحري عن مصدرها	00	00
المجموع	40	100%

وانطلاقا من الجدول رقم 19:

الذي يوضح توزيع افراد العينة حسب اهتمامهم بالاخبار المزيفة التي تصل عبر فايسبوك ، حيث جاءت اهتمام الاغلبية الطلاب بالاجابة على تجاهلها بالدرجة الاولى بنسبة 77.5% ، فيما تلاه اجابة على تظهر زيفها بنسبة 15% وهي نسبة تمثل النصف بالنسبة لمن يقوم بتمسحها أي 7.5% في حين اضعف النسب هي النسب الخاصة بـ مشاركتها والتعليق عليها وكذا التحرسي عن مصدرها بانعدام النسبة فيها .

ونستدل من خلال هذه النسب والارقام على أن اي شخص بالعام عموما يبحث عن ذاته في مرحلة شبابه، يبحث عن ذاته داخل مجتمعه، فكانت النسبة للطلبة الجامعيين الذين يتجاهلون الاخبار المزيفة التي يحصلون عليها عبر الفايسبوك بدرجة كبيرة، وهذا يعود الى الطلبة أنهم يرون هذه المعلومات تافهة وبدون مصداقية لهذا السبب يتجاهلونها .

الجدول رقم 20: الاسباب التي تساعد على نشر الاشاعة

الاجابة	العدد	النتيجة
قلة الوعي من بعض الافراد	09	22.5%
انعدام الشفافية لدى بعض الجهات	07	17.5%
غياب المعلومة	20	50%
الصراع الايديولوجي والثقافي	00	00

10%	04	احتكار سلعة ما
100%	40	المجموع

وانطلاقاً من الجدول رقم 20:

الذي يوضح توزيع افراد العينة حسب الاسباب التي تساعد على نشر الاشاعة من وجهة الطلبة الجامعيين فكانت المرتبة الأولى للجابة بأن غياب المعلومة حيث كانت النسبة هي النصف أي 50% ، في حين جاءت اجابة قلة الوعي من بعض الافراد بنسبة 22.5% تليها انعدام الشفافية لدى بعض الجهات بنسبة 17.5% ، في حين جاءت النسب الباقية بين منعدمة وضعيفة جدا.

فمن خلال النتائج المبينة يمكن تفسير ذلك ان معظم افراد العينة يرون أن السبب الذي يساعد على نشر الاتاعات عبر الفايسبوك هو غياب المعلومة بسبب غياب المعلومة في وسائل الاعلام ، يفتقر اغلبها الى الدقة والموضوعية، إن عدم تمكين اي شخص من الوصول الى مصدر المعلومة يجعل من كتابته وتعليقاته منقوصة المصدقية ويصبح بذلك شخصا يمس بكرامة الناس وغيرها، في الدول المتقدمة نجد الصحفي الذي يمارس القذف يتم ابعاده عن المهنة ، لأن له في متناوله مصادر رسمية وبالتالي لا يحق له قذف الناس، لذلك فعدم وجود المعلومة يجعلك كتابات الصحفي عبارة عن تصريحات كاذبة وقذف، وهي حواجز تعترض طريق الصحفي كي لا يكون صادقا في مهنته.

الصحفي يراد له بهذه المعلومات ان يكون أداة استغلال لكنه يمنعه من المعلومات عندما يريد مراقبة تسيير شؤون البلد.

الجدول رقم 21: العلاقة بين تعرض الطالب الجامعي للمواضيع في الفايسبوك وتشكيل درجة من الوعي السياسي

الاجابة	العدد	النتيجة
نعم	04	10%
لا	29	72.5%
أحيانا	07	17.5%
المجموع	40	100%

وانطلاقاً من الجدول رقم 21:

إن النتيجة التي خلصنا إليها هي أن الطلبة الجامعيين يتابعون المواضيع السياسية في الفايسبوك ، لكن 72.5% لا يرون أن الفايسبوك يقدم درجة وعي للطلاب الجامعيين وتزودهم بمعلومات كانوا يجهلونها وتشكيل ثقافة سياسية لديهم في حين يرى ما نسبتهم 17.5% أن الفايسبوك بمدتهم بدرجة من التأثير السياسي على ثقافتهم وتكوين اتجاههم السياسي وتنمية وعيهم السياسي المختلف بالقضايا السياسية، ومناقشة هذه القضايا بعد المتابعة من طالب إلى آخر وكذلك حسب النوع الاجتماعي .

النتائج في ضوء الفرضيات:

الفرضية الرئيسية: توجد علاقة ارتباطية بين الطالب الجامعي والوعي السياسي من خلال الفايسبوك.

- إن الطلبة الجامعيين هم الفئة المثقفة والأكثر عرضة للشائعات السياسية، والأكثر استخداماً لموقع فيس بوك، الأمر الذي يحتم الاستفادة منهم في البحوث والدراسات لما لهم من دور كبير في ترسيخ ونشر الوعي السياسي داخل الأوساط الجامعية.

- يعتبر موقع فيس بوك فضاءاً إعلانياً بامتياز، تسعى مختلف الجهات إلى الاعتماد على ما يحظى به من مزايا وخصائص، وهذا من خلال التقارير، المعلومات، وعرض الصور والفيديوهات، التي تخص الشأن السياسي بصفة عامة، وهو ما يوصي بتكثيف الدراسات للتعلم أكثر في مثل هذه المواضيع .

- وجب التعمق أكثر في مناقشة وطرح القضايا السياسية من قبل الأحزاب، الصفحات والمجموعات السياسية الناشطة عبر موقع فيس بوك، وكذا الاستفادة من خبرات وكفاءات المتخصصين في المجالين السياسي والتكنولوجي، وهذا لأجل تفعيل منظومة الوعي السياسي وتوجيهها والقضاء على الإشاعة وجعل الطالب أكثر وعياً من الجانب السياسي.

- التوسع أكثر في دراسة شبكات التواصل الاجتماعي الأخرى كتويتر، إنستغرام...، بمختلف أشكالها على غرار موقع فيس بوك، لما لها من أهمية في طرح و معالجة المواضيع خصوصاً السياسية منها.

خاتمة

وفي الأخير يمكن القول أننا قد حاولنا قدر الإمكان، الكشف عن الشائعات السياسية في الفايسبوك، ومدى تأثيرها على وعي الطلبة الجامعيين، وعينة الدراسة الميدانية كانت للطلبة الجامعيين .

وهذا من خلال طرح أربع تساؤلات، حيث كان التساؤل الأول هو كيف تؤثر مهارات التفكير الناقد في تمكن الطلبة من التصد للشائعات السياسية والتعرف عليها؟ أما التساؤل الثاني فكان ما هي وسائل التواصل الاجتماعي وما هو الفايسبوك؟ والتساؤل الثالث هو ما مدى مساهمة وسائل التواصل الاجتماعي في سرعة انتشار الإشاعة السياسية؟، أما السؤال الرابع والأخير كان يسعى الى معرفة اتجاهات وسلوكيات الطلبة الجامعيين اتجاه المعلومات المتلقاة من الفايسبوك؟.

وفي ختام بحثنا أسفرت نتائج الدراسة إلى أن أغلب المبحوثين يفضلون استعمال الفيسبوك بنسبة 52 بالمائة، لأن هذا الأخير يسهل عملية الاتصال والتواصل لديهم، وأن أفراد العينة يوافقون على أن مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في انتقال المعلومات بنسبة 55 بالمائة، بالإضافة إلى أن أفراد العينة يوافقون بشدة على مصداقية وسائل الإعلام الحديثة في نقل الأخبار بالصور الحية أكثر من مواقع التواصل التي يغيب عليها عنصر المصداقية وتغلب عنصر الإثارة خاصة في المجال السياسي وكذلك توصلت الدراسة إلى أن المبحوثين لا يوافقون على أن أكثر الأخبار عبر وسائل التواصل الاجتماعي صحيحة، كما توصلت إلى أن المبحوثين يوافقون على أنه يجب أن توجد إجراءات رسمية رادعة على كل من تخول له نفسه لنشر الإشاعة عبر مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة وخاصة الفايسبوك ، ومن هذا المنطلق وما توصلت إليه الدراسة نقول أن الشائعات السياسية في مواقع التواصل الاجتماعي أو الفايسبوك بصفة خاصة منتشرة بنسبة كبيرة في المجتمع الطلابي لجامعة عمار ثليجي بالاعواط.

قائمة المراجع

المراجع باللغة العربية:

- ابن منظور، الافريقي المصري ، معجم لسان العرب، المجلد الثامن بيروت، دار صادر، بدون سنة
- أحمد حسن سلمان: شبكات التواصل الإجتماعي ودورها في نشر الشائعات من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في (2) جامعة ديالي، قدمت هذه الرسالة إستكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام جامعة الشرق الأوسط، 2017
- أحمد نوفل: الحرب النفسية، دار الفرقان للنشر و التوزيع، ط1، عمان، الأردن، 1989
- إمام عبد الفتاح إمام، الديمقراطية والوعي السياسي ط. 1، نهضة مصر للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 2006
- جمال معتوق وشريهان كريم: دور شبكات التواصل الاجتماعي في صقل سلوكيات و ممارسات الأفراد في المجتمع، ملتقى دولي حول شبكات التواصل الاجتماعي و التغيير الاجتماعي، بسكرة، 10/9 ديسمبر 2012.
- حسام الدين مصطفى: الشائعات و الرسائل المتسلسلة (بناء واستراتيجيات التصدي، مجلة دراسات إعلامية، (1) مجلة نصف سنوية علمية ثقافية محكمة، جامعة إفريقيا العالمية، العدد الثاني، 2017
- حسين دبي الزويني: الحرب الإعلامية، ط1، نبلاء ناشرون وموزعون، الأردن، 2015.
- حمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون- الجزائر، 2003
- خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، دار النفائس للنشر، الأردن، ط 2013، 1، ص 24.
- ديمة الشاعر، التأثير بالآخرين و العلاقات العامة، بحث مقدم لنيل درجة الدبلوم في العلاقات العامة، الأكاديمية السورية الدولية، 2009
- رافي جوبتا، هوج بروكس، وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها على المجتمع، (ترجمة: عاصم سيد عبد الفتاح المجموعة العربية للتدريب و النشر، د ب، 2017
- ربحي مصطفى عليان، عثمان محمد غنيم، مناهج و أساليب البحث العلمي، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2000
- رضا عيد حمود أكحيل: الشائعات في المواقع الإخبارية الأردنية وتأثيرها في نشر الأخبار من وجهة نظر الصحفيين الاردنيين، قدمت هذه الرسالة إستكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام، جامعة الشرق الأوسط،
- زاهر رامي : استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية، ع 15، جامعة عمان الأهلية، عمان، 2003
- زيرفان سليمان البرواري، الوعي السياسي وتطبيقاته. ط1 ،دهوك مطبعة خاني، 2006

- صالح خليل الصقور ، الإعلام والتنشئة الاجتماعية ، دار أسامة للنشر والتوزيع ، الأردن ، 2012.
- عادل عبد الصادق: استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بين الأمن و الحرية
- عامر إبراهيم قنديلجي، الإعلام والمعلومات والأنترنترنت. د ط، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2011
- عاهد حسين الصفدي، دقات على الباب العتيق – مقالات إجتماعية ، دون دار نشر، عمان –الأردن، 2011.
- عباس مصحفى صادق: الإعلام الجديد، البوابة العربية لعلوم الإعلام والاتصال، 2011
- عبد الله بن علي الفردي، الوعي السياسي في الإسلام ط. 1 ،دار طويق للنشر، الرياض، 2010.
- عبد الأمير الفيصل، دراسات في الإعلام الإلكتروني، دار الكتاب الجامعي للنشر والتوزيع، الإمارات، 2014
- عبد الرزاق الدليمي: الدعاية و الشائعات و الراي العام، ط2 ،دار البازوري العلمية، للنشر و التوزيع، عمان،
- عبد الفتاح محمد العيسوي، عبد الرحمان محمد العيسوي، مناهج البحث العلمي في الفكر الإسلامي و الفكر الحديث، دار الراتب الجامعية ، 1997- 1999
- عبد الهادي أحمد الجوهري، مدخل إلى مناهج و تصميم البحوث الإجتماعية، المكتب الجامعي، الإسكندرية ، د س
- عصام نور الدين، معجم نور الدين الوسيط (عربي ،عربي)، دار الكتب العلمية، بيروت، 2005
- العطري بن عزوز، "الإعلام الجديد و الشباب"، مجلة فن و ثقافة، العدد 21، 5 مارس 2017
- على سلطاني العاتري: الشائعة من منظور الإعلام الإسلامي، ط1 ،دار الروافد الثقافية، ناشرون، بيروت، 2015.
- علي محمد بن فتح محمد ، مواقع التواصل الاجتماعي و أثارها الأخلاقية و القيمية، مذكرة تخرج ماجيستير قسم الدعوة و الثقافة الإسلامية
- الفيروز أبادي، القاموس المحيط، المطبعة المصرية الحديثة، القاهرة، ج03، ط 03، 1933
- لسامرائي نعمان عبد الرزاق.النظام السياسي في الإسلام ط. 2، فهرست مكتبة الملك فهد الوطنية أثناء النشر، الرياض، 2000
- ليندا كولز، التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي،(ترجمة: احمد المغربي)، دار الفجر للنشر و التوزيع، القاهرة مصر، 2016،
- ماثيور فريزر وسوميتراوت، ثورة الجيل الثاني بلغت مرحلة الانقلاب الاجتماعي ويتحمس لها الشباب في الشرق الاوسط، الشبكات الاجتماعية على الانترنت، قوة الروابط الضعيفة، موقع الاقتصادية الالكترونية، العدد 530، 2015.

- مجد الدين محمد بن يعقوب الفيروز اباي، **القاموس المحيط**، ط8 ،مؤسسة الرسالة للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت – لبنان، 1426هـ 2005 م -
- مجمع اللغة العربية، معجم الوسيط، ج01، طهران، المكتبة العلمية، 1972
- محمد ابو بكر الرازي، مختار الصحاح، القاهرة ، الهيئة العامة للكتاب، 1976،
- محمد المنصور، "تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين"، رسالة ماجستير في الإعلام والاتصال للطالب، مجلس كلية الاداب و التربية، الاكاديمية العربية في الدنمارك، 2012
- محمد بن دغيش سعيد القحطاني: **الإشاعة و اثرها على أمن المجتمع**، ط1 ،دار طويق للنشر و التوزيع،الرياض،
- محمد حسن غانم،**الشباب المعاصر و أزماته (دراسة نفسية ميدانية)**، مكتبة الدار العربية للكتاب، القاهرة، 2008
- محمد رواس قلعة جي، حامد صادق قنبي، **معجم لغة الفقهاء**، دار النفائس للنشر والتوزيع، بيروت- لبنان، 1405هـ، 1985
- محمد عبيدات وآخرون **منهجية البحث العلمي "القواعد والمراحل و التطبيقات"** ، ط2 ،دار وائل للنشر،الأردن- عمان،1999
- محمد عجم: **الانترنت و التكنولوجيا الحديثة تكشفان انعزال الشباب –عالم افتراضي يتصل بالواقع و يفصل عنه**، جريدة الشرق الأوسط، العدد 11704، 10 ديسمبر 2010 الموافق لـ8 محرم 1432 هـ،
- محمد منير سعد الدين، **قراءة في الإعلام المعاصر والإسلامي**، دار بيروت المحروسة، لبنان، ط2، 1998.
- مصطفى يوسف كافي: **الرأي العام و نظريات الإتصال**، ط1 ،دار الحامد للنشر و التوزيع، الأردن، 2015
- معتز سيد عبد الله: **الحرب النفسية و الشائعات**، دار غريب للطباعة و النشر، القاهرة، 1977
- منال هلال المزاهرة: **الدعاية اساليبها ومدارسها**، دار المسيرة للنشر و التوزيع و الطباعة، عمان، (2012)
- مهاب نصر "الفيسبوك"، **صور المثقف وسيرته العصرية**،جريدة القدس الكويتية العدد 2010/11/13446،03
- موريس أنجرس، **منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية -تدريبات عملية**، (ترجمة : بوزيد صحراوي و آخرون)، دار القصبه للنشر، الجزائر، 2006

- موسى جواد الموسوي و آخرون: الإعلام الجديد تطور الأداء و الوسيلة و الوظيفة، مكتبة الإعلام المجتمع، بغداد، ط 1، 2011
- نايف بن محمد المرواني: الشائعات و آثارها السلبية في بنية المجتمع وتماسكه، الندوة العلمية مجابهة الشائعات، مركز الدراسات و البحوث، قسم الندوات و اللقاءات العلمية، جيبوتي، 2010
- وائل مبارك خضر فضل الله: اثر الفيسبوك على المجتمع، المكتبة الوطنية للنشر، الخرطوم، ط1، 2011
- يحيى عبد الحق، نشرات قناة الجزيرة الإخبارية و الوعي السياسي بالصراع العربي الإسرائيلي . رسالة ماجستير ، جامعة قاصدي مرباح ، ورقلة ، 2010

المواقع الالكترونية:

- http :sunimrov-blogspot.com.
- [http://digitalahram.org.ef/articles.aspx?serial=85883&eid\\$501](http://digitalahram.org.ef/articles.aspx?serial=85883&eid$501) .2023/1/15.h
22 :08
- [http://digitalahram.org.ef/articles.aspx?serial=85883&eid\\$501](http://digitalahram.org.ef/articles.aspx?serial=85883&eid$501) .2023/1/15.h
22 :08
- ¹www.google.com.al.fadjr.com 08/02/202316:30
- ¹www.google.com.al.fadjr.com 08/02/202316:30
- www.google.com/https//tigzal.wordpress.com 08/02/2023 16:30
- www.google.com/https//tigzal.wordpress.com 08/02/2023 16:30¹

الملاحق

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التكوين والتمهين
المعهد الوطني المتخصص في التكوين للتسيير
أحمد بن الزبير بالاعواط

إستمارة الإستبيان

السادة المحترمون

نحن الطلبة محمد الأمين علاوة علي بن عامرة، وفي إطار دراستنا لنيل شهادة ماستر في علوم الاعلام والاتصال تخصص اتصال وعلاقات عامة بعنوان **الاشاعة السياسية عبر الفايسبوك وتأثيرها على وعي الطالب الجامعي**، وفي إطار إختيار عينة من طلبة الماستر في كلية العلوم الانسانية وكذا الإستفادة من آرائكم ومقترحاتكم التي يمكن أن تفيدنا في هذه الدراسة والخروج ببعض النتائج والتوصيات لعلها تساهم في توسيع مفهومنا حول الاشاعة السياسية و علاقتها بالطالب الجامعي، لذا نرجو منكم التكرم بالمساعدة لإتمام هذه الدراسة عن طريق الإجابة عن الأسئلة التي يتضمنها الإستبيان وذلك بوضع علامة (X) أمام الإجابة المختارة ، مؤكداين لكم بأن جميع البيانات ستبقى في سرية تامة ويتم إستعمالها في إطار البحث العلمي فقط ، كما سنزودكم بنتائج الدراسة حال الإنتهاء منها إن أردتم ذلك، وعليه نرجو منكم إجابة صادقة قدر الإمكان.

وفي الأخير نشكر حسن تعاونكم على إنجاز هذه الدراسة وتقبل فائق الإحترام والتقدير.

الطالبان :
- محمد الأمين علاوة
- علي بن عامرة

المحور الأول: البيانات الشخصية

1- الجنس : ذكر أنثى

2- السن : أقل من 21 سنة من 21 الى 26 سنة

من 26 الى 31 سنة أكثر من 31 سنة

3- مستوى الدراسة :

أولى ماستر ثانية ماستر

4- الحالة العائلية:

أعزب متزوج مطلق

5- البيئة العمرانية:

ريفية حضرية بدون اجابة

المحور الثاني: مواقع التواصل الاجتماعي و الاثر الذي تتركه في حياة الطالب الجامعي وخاصة الفايسبوك.

06- هل تستخدم موقع فايسبوك ؟

دائما غالبا

نادرا احيانا

07- ما عدد الساعات التي تقضيها يوميا في استخدامك لموقع فايسبوك ؟

اقل من ساعة من ساعة الى 03 ساعات أكثر من 03 ساعات

08 – منذ متى وانت تستخدم موقع فايسبوك؟

أقل من سنة من سنة الى 03 سنوات أكثر من 03 سنوات

09- ما هي انسب الفترات لديك لتصفح هذا الموقع؟

صباحا في الظهيرة
مساء ليلا لا يوجد وقت محدد

10- اين تستخدم موقع فايسبوك ؟

المنزل مقاهي الانترنت الجامعة

أخرى:

11- عندما تتصفح فايسبوك هل (يمكن اختيار اكثر من اجابة)؟

تكتفي بقراءة مشاركة الاخرين تضع مشاركتك الخاصة
تتحدث مع اصدقائك تجرب عدد من لتطبيقات
تبدي اعجابك بالمواضيع تشارك هذه المواضيع مع اصدقائك

أخرى:

المحور الثالث : معدل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ودرجة الوعي السياسي عند الطلاب الجامعيين.

12- ما الذي يدفعك الى استخدام موقع التواصل الاجتماعي فايسبوك ؟

التسلية والترفيه التزود بخبرات ومعارف جديدة
التعرف على اصدقاء جدد متابعة الاخبار ومواكبة الاحداث

أخرى:

13- ما الذي يجذبك في هذا الموقع (يمكن اختيار اكثر من جواب)؟

- طريقة التصميم سهولة الاستخدام
- خصوصية الموقع انتشاره الواسع
- الخدمات التي يقدمها

أخرى

14- ما هي طبيعة المواضيع التي تثير انتباهك عبر الموقع (يمكن اختيار اكثر من اجابة)؟

- مواضيع عامة ثقافية
- اجتماعية بيئية
- سياسية

أخرى.....

15- هل تتابع المواضيع السياسية؟

- دائما غالبا أحيانا
- نادرا

16- هل جعلك فاييسبوك تهتم بنشاط سياسي معين؟

- نعم لا

17- برأيك فيما تتمثل الاشباعات السياسية التي يحققها لك هذا الموقع ؟

زيادة رصيدك المعرفي السياسي زيادة الوعي السياسي لديك

مساهمة في معالجة وطرح قضايا سياسية

أخرى

المحور الرابع: السلوكات والقيم الاجتماعية للطلبة الجامعيين بعد تلقي المعلومات من الفايسبوك

18- هل تصدقك كل ما يصلك عبر موقع التواصل الاجتماعي فايسبوك؟

نعم لا

19 - في حال وصلتك اخبار مزيفة هل:

تشاركها تتجاهلها

تعلق عليها تمسحها

تظهر زيفها تتحرى عن مصدرها

20- في رأيك ما هي الاسباب التي تساعد على نشر الاشاعة؟

قلة الوعي من بعض الافراد انعدام الشفافية لدى بعض الجهات

غياب المعلومة الصراع الايديولوجي والثقافي

احتكار سلعة ما

21- هل هناك علاقة بين تعرض الطالب الجامعي للمواضيع في الفايسبوك وتشكيل درجة من الوعي السياسي؟

نعم لا احيانا