

# بحوث العلاقات العامة

## الشرق الأوسط



معامل التأثير العربي لعام ٢٠١٧ = ١.٣٤

دورية علمية محكمة تصدرها الجمعية المصرية للعلاقات العامة - السنة الخامسة - العدد السادس عشر - يوليو / سبتمبر ٢٠١٧

- **توظيف الدعاة للإعلام الجديد في مواجهة الفكر المتطرف**  
د/ محمد حسني حسين محروص (جامعة الأزهر) ... ص ٩
- **وسائل الإعلام السياسي التي يعتمد عليها الشباب السعودي أثناء الأزمات ودورها في تعزيز الوعي السياسي لديهم: دراسة ميدانية**  
د/ سلمان فيحان فيصل بن لبده (كلية الملك خالد العسكرية) ... ص ٧٩
- **الشائعات في مواقع التواصل الإجتماعي ودورها في إحداث العنف والصراع السياسي بين الشباب الجامعي دراسة ميدانية**  
د/ ممدوح السيد عبد الهادي شتلة (جامعة كفر الشيخ) ... ص ١١٧
- **العلاقة بين التعرض لإعلانات حملة "الإصلاح الجريء" والاتجاه نحو الإصلاحات الاقتصادية في مصر**  
د/ أحمد السمان (جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا) ... ص ١٩٥
- **معايير التنسيق الحضاري لإعلانات الطرق التجارية وعلاقتها بتذكر الرسالة الإعلانية " دراسة تطبيقية "**  
د/ مرزوق عبد الحكم العادلي (جامعة سوهاج) ... ص ٢٢٥
- **كفاءة الإستراتيجيات الاتصالية للإستجابة للأزمة في تكوين مدركات الجمهور حول سمعة المنظمة "دراسة حالة"**  
مي محمود عبد اللطيف (الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات (MTI)) ... ص ٢٦٣
- **تأثير تكنولوجيا الاتصال في تطوير أداء العلاقات العامة دراسة تطبيقية على عينة من شركات الطيران العاملة في ليبيا**  
سليم معمر البجباح (الجامعة الأسمرية - ليبيا) ... ص ٣١٣

(ISSN 2314-8721)

الشبكة القومية للمعلومات العلمية والتكنولوجية

(ENSTINET)

جميع الحقوق محفوظة ٢٠١٧ @ EPRA

[www.epra.org.eg](http://www.epra.org.eg)

obeykandl.com

## الهيئة العلمية

### أ.د/ علي السيد عجوة

أستاذ العلاقات العامة المتفرغ والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة

### Prof. Dr. Thomas A. Bauer

Professor of Mass Communication at the University of Vienna

### أ.د/ منى سعيد الحديدي

أستاذ الإذاعة والتلفزيون المتفرغ بكلية الإعلام - جامعة القاهرة

### أ.د/ ياس خضير البياتي

أستاذ الإعلام بجامعة بغداد ووكيل عميد كلية المعلومات والإعلام والعلوم الإنسانية  
جامعة عجمان للعلوم والتكنولوجيا

### أ.د/ حسن عماد مكاوي

أستاذ الإذاعة والتلفزيون - العميد السابق لكلية الإعلام - جامعة القاهرة

### أ.د/ نسمة يونس

أستاذ الإذاعة والتلفزيون - كلية الإعلام جامعة القاهرة

### أ.د/ محمد معوض إبراهيم

أستاذ الإعلام المتفرغ بجامعة عين شمس والعميد الأسبق لكلية الإعلام بجامعة سيناء

### أ.د/ سامي السيد عبد العزيز

أستاذ العلاقات العامة والاتصالات التسويقية - العميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة

### أ.د/ عبد الرحمن بن حمود العناد

أستاذ العلاقات العامة والإعلام بقسم الإعلام كلية الآداب - جامعة الملك سعود

### أ.د/ محمود يوسف مصطفى عبده

أستاذ العلاقات العامة والوكيل السابق لكلية الإعلام لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة - جامعة القاهرة

### أ.د/ سامي عبد الرؤوف محمد طابع

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام - جامعة القاهرة

### أ.د/ شريف درويش مصطفى اللبان

أستاذ الصحافة - وكيل كلية الإعلام لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة - جامعة القاهرة

### أ.د/ جمال عبد الحي عمر النجار

أستاذ الإعلام بكلية الدراسات الإسلامية للبنات - جامعة الأزهر

### أ.د/ بركات عبد العزيز محمد عبد الله

أستاذ الإذاعة والتلفزيون - وكيل كلية الإعلام للدراسات العليا والبحوث - جامعة القاهرة

### أ.د/ حسن علي محمد علي

أستاذ الإذاعة والتلفزيون ورئيس قسم الإعلام بكلية الآداب - جامعة المنيا

### أ.د/ عابدين الدردير الشريف

أستاذ الإعلام وعميد كلية الآداب والعلوم الإنسانية بجامعة الزيتونة - ليبيا

### أ.د/ محمود حسن إسماعيل

أستاذ الإعلام وثقافة الأطفال - معهد الدراسات العليا للطفولة - جامعة عين شمس

### أ.د/ حمدي حسن أبو العينين

أستاذ الإعلام وعميد كلية الإعلام والألسن نائب رئيس جامعة مصر الدولية

### أ.د/ عثمان بن محمد العربي

أستاذ العلاقات العامة والرئيس السابق لقسم الإعلام بكلية الآداب - جامعة الملك سعود

### أ.د/ وليد فتح الله مصطفى بركات

أستاذ الإذاعة والتلفزيون ووكيل كلية الإعلام لشئون التعليم والطلاب - جامعة القاهرة

### أ.د/ تحسين منصور رشيد منصور

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام بجامعة اليرموك - الأردن

### أ.د/ محمد عبد الستار البخاري

بروفيسور متفرغ بقسم العلاقات العامة والدعاية، كلية الصحافة، جامعة ميرزة أولوغ بيك القومية الأوزبكية

### أ.د/ علي قسايسية

أستاذ دراسات الجمهور والتشريعات الإعلامية بكلية علوم الإعلام والاتصال - جامعة الجزائر ٣

### أ.د/ رضوان بو جمعة

أستاذ الإعلام بقسم علوم الإعلام والاتصال - جامعة الجزائر



## مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط (JPRR.ME)

دورية علمية محكمة

العدد السادس عشر - السنة الخامسة - يوليو / سبتمبر ٢٠١٧

### مؤسسها

ورئيس مجلس الإدارة

### د/ حاتم محمد عاطف

رئيس EPRA

رئيس التحرير

### أ.د/ علي السيد عجوة

أستاذ العلاقات العامة والعميد  
الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة

رئيس اللجنة العلمية بـ EPRA

مديرا التحرير

### أ.د / محمد معوض إبراهيم

أستاذ الإعلام بجامعة عين شمس  
والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة سيناء  
رئيس اللجنة الاستشارية بـ EPRA

### أ.د / محمود يوسف مصطفى عبده

أستاذ العلاقات العامة والوكيل السابق بكلية الإعلام  
لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة  
جامعة القاهرة

### مساعدو التحرير

### أ.د / رزق سعد عبد المعطي

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام والألسن  
جامعة مصر الدولية

### د/ ثريا محمد السنوسي

أستاذ مساعد ورئيس قسم العلاقات العامة بكلية الإعلام  
جامعة الغربية - دبي

### د/ سهاد عادل محمد

أستاذ مساعد العلاقات العامة بكلية الآداب  
الجامعة المستنصرية - العراق

### د/ السيد عبد الرحمن علي

مدرس العلاقات العامة بكلية تكنولوجيا الإعلام  
جامعة سيناء

### علي حسين الميهي

مدقق اللغة العربية

### أحمد علي بدر

مدقق اللغة الإنجليزية

### المراسلات

### الجمعية المصرية للعلاقات العامة

جمهورية مصر العربية

الجيزة - الدقي

بين السرايات - ٢ شارع أحمد الزيات

Mobile: +201141514157

Tel : +2237620818

Www.epra.org.eg

Jpr@epra.org.eg

جميع حقوق الطبع والنشر محفوظة  
للجمعية المصرية للعلاقات العامة

لا يجوز، دون الحصول على إذن خطي من الناشر، استخدام أي من المواد التي تتضمنها هذه المجلة، أو استنساخها أو نقلها، كلياً أو جزئياً، في أي شكل وبأي وسيلة، سواءً بطريقة إلكترونية أو آلية، بما في ذلك الاستنساخ الفوتوغرافي، أو التسجيل أو استخدام أي نظام من نظم تخزين المعلومات واسترجاعها، وتطبق جميع الشروط والأحكام والقوانين الدولية فيما يتعلق بانتهاك حقوق النشر والطبع للنسخة المطبوعة أو الإلكترونية.

الترقيم الدولي للنسخة المطبوعة  
(ISSN 2314-8721)

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية  
(ISSN 2314-8723X)

ولتقديم طلب الحصول على هذا الإذن والمزيد من الاستفسارات، يرجى الاتصال برئيس مجلس إدارة الجمعية المصرية للعلاقات العامة على العنوان التالي:

**EPRA Publications**

Egyptian Public Relations Association, Giza, Egypt  
Dokki, Ben Elsarayat -2 Ahmed Elzayat St.

بريد إلكتروني: [jpr@epra.org.eg](mailto:jpr@epra.org.eg) - [chairman@epra.org.eg](mailto:chairman@epra.org.eg)

موقع ويب: [www.jpr.epra.org.eg](http://www.jpr.epra.org.eg) - [www.epra.org.eg](http://www.epra.org.eg)

الهاتف : 818 - 02-376-20 (+2) - 151 - 14 - 15 - 0114 (+2) - 157 - 14 - 15 - 0114 (+2)

فاكس : 73 - 048-231-00 (+2)

المجلة م فهرسة ضمن قواعد البيانات الرقمية الدولية التالية:



## مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط

Journal of Public Relations Research Middle East

### التعريف بالمجلة:

- مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط دورية علمية تنشر أبحاثاً متخصصة في العلاقات العامة وعلوم الإعلام والاتصال، بعد أن تقوم بتحكيمها من قبل عدد من الأساتذة المتخصصين في نفس المجال، وهي تابعة للجمعية المصرية للعلاقات العامة أول جمعية علمية مصرية متخصصة في العلاقات العامة.
- المجلة معتمدة ولها ترقيم دولي ومصنفة دولياً لنسختها المطبوعة والإلكترونية من أكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة، ومصنفة من لجنة الترتيبات العلمية تخصص الإعلام بالمجلس الأعلى للجامعات في مصر.
  - أول دورية علمية محكمة في التخصص على مستوى الوطن العربي والشرق الأوسط، وأول دورية علمية عربية في تخصص (الإعلام) تحصل على معامل التأثير العربي Arab Impact Factor بمعامل تأثير = ١.٣٤ بنسبة ١٠٠% في تقرير عام ٢٠١٧ للمؤسسة الأمريكية " NSP نشر العلوم الطبيعية " برعاية اتحاد الجامعات العربية.
  - المجلة فصلية تصدر كل ثلاثة أشهر خلال العام.
  - تقبل المجلة نشر عروض الكتب والمؤتمرات وورش العمل والأحداث العلمية العربية والدولية.
  - تقبل المجلة نشر إعلانات عن محركات بحث علمية أو دور نشر عربية أو أجنبية وفقاً لشروط خاصة يلتزم بها المعلن.
  - يُقبل نشر البحوث الخاصة بالترقيات العلمية - وللباحثين المتقدمين لمناقشة رسائل الماجستير والدكتوراة.
  - يُقبل نشر ملخصات الرسائل العلمية التي نوقشت، ويُقبل نشر عروض الكتب العلمية المتخصصة في العلاقات العامة والإعلام كذلك المقالات العلمية المتخصصة من أساتذة التخصص من أعضاء هيئة التدريس.

### قواعد النشر:

- أن يكون البحث أصيلاً ولم يسبق نشره.
- تقبل البحوث باللغات: ( العربية - الإنجليزية - الفرنسية ) على أن يكتب ملخص باللغة الإنجليزية للبحث في حدود صفحة واحدة إذا كان مكتوب باللغة العربية.
- أن يكون البحث في إطار الموضوعات التي تهتم بها المجلة في العلاقات العامة والإعلام والاتصالات التسويقية المتكاملة.
- تخضع البحوث العلمية المقدمة للمجلة للتحكيم ما لم تكون البحوث قد تم تقييمها من قبل اللجان والمجالس العلمية بالجهات الأكاديمية المعترف بها أو كانت جزءاً من رسالة أكاديمية نوقشت وتم منح صاحبها الدرجة العلمية.
- يراعى اتباع الأسس العلمية الصحيحة في كتابة البحث العلمي ومراجعته ويراعى الكتابة ببنت (١٤) Simplified Arabic والعناوين الرئيسية والفرعية Bold.
- يتم رصد المراجع في نهاية البحث وفقاً للمنهجية العلمية بأسلوب متسلسل وفقاً للإشارة إلى المراجع في متن البحث وفقاً لطريقة APA الأمريكية.
- يقدم الباحث عدد (٢) نسخ مطبوعة من البحث ونسخة إلكترونية على CD مكتوبة بصيغة Word مصحوبة بسيرة ذاتية مختصره عنه.

- في حالة قبول البحث للنشر بالمجلة يتم إخطار الباحث بخطاب رسمي بقبول البحث للنشر. أما في حالة عدم قبول البحث للنشر فيتم إخطار الباحث بخطاب رسمي وإرسال جزء من رسوم نشر البحث له في أسرع وقت.
- إذا تطلب البحث إجراء تعديلاً بسيطاً فيلتزم الباحث بإعادة إرسال البحث معدلاً خلال أسبوع من استلام ملاحظات التعديل وإذا حدث تأخير منه فسيتم تأجيل نشر البحث للعدد التالي أما إذا كان التعديل جذرياً فيرسله الباحث بعد ١٥ يوم من إرسال الملاحظات له.
- قيمة نشر البحث ٨٥٠ جنيه مصرى للمصريين من داخل مصر وللمصريين المقيمين بالخارج والأجانب ٤٥٠\$. .
- يتم رد مبلغ ٢٥٠ جنيه للباحثين من داخل مصر ورد مبلغ ١٣٠ \$ للباحثين المصريين المقيمين بالخارج والأجانب في حالة رفض هيئة التحكيم البحث وإقرارهم بعدم صلاحيته للنشر بالمجلة.
- لا يزيد عدد صفحات البحث عن (٣٥) صفحة A4- في حالة الزيادة تحتسب الصفحة بـ ٢٠ جنيه مصرى للمصريين داخل مصر وللمقيمين بالخارج والأجانب ٥\$. .
- يتم تقديم خصم خاص من قيمة النشر العلمى لعضوية زمالة الجمعية المصرية للعلاقات العامة من المصريين والجنسيات الأخرى بنسبة ١٠% ولأى عدد من المرات خلال العام.
- يُرسل للباحث عدد (٣) نسخة من المجلة بعد نشر بحثه، وعدد (٣) مستلة من البحث الخاص به.
- ملخص رسالة علمية (ماجستير) ٢٥٠ للمصريين ولغير المصريين ١٥٠\$. .
- ملخص رسالة علمية (الدكتوراه) ٣٥٠ جنيه للمصريين ولغير المصريين ١٨٠\$. .
- على أن لا يزيد ملخص الرسالة عن ٨ صفحات. ويتم تقديم خصم ١٠% لمن يشترك في عضوية الجمعية المصرية للعلاقات العامة . ويتم إرسال عدد (٣) نسخ من المجلة بعد النشر للباحث على عنوانه بالبريد الدولي.
- نشر عرض كتاب للمصريين ٧٠٠ جنيه ولغير المصريين ٣٠٠\$
- يتم إرسال عدد (٣) نسخ من المجلة بعد النشر لصاحب الكتاب على عنوانه بالبريد الدولي السريع. ويتم تقديم خصم ١٠% لمن يشترك في عضوية زمالة الجمعية المصرية للعلاقات العامة .
- بالنسبة لنشر عروض تنظيم ورش العمل والندوات من داخل مصر ٦٠٠ جنيه ومن خارج مصر ٣٥٠\$. بدون حد أقصى لعدد الصفحات.
- بالنسبة لنشر عروض المؤتمرات الدولية من داخل مصر ٨٥٠ جنيه ومن خارج مصر ٤٥٠\$ بدون حد أقصى لعدد الصفحات.
- جميع الآراء والنتائج البحثية تعبر عن أصحاب البحوث المقدمة وليس للجمعية المصرية للعلاقات العامة أى دخل بها.
- ترسل المشاركات باسم رئيس مجلس إدارة المجلة على عنوان الجمعية المصرية للعلاقات العامة- جمهورية مصر العربية - الجيزة - الدقى - بين السرايات - ٢ شارع أحمد الزيات، والإمیل المعتمد من الجمعية jpr@epa.org.eg ، أو إمیل رئيس مجلس إدارة المجلة Chairman@epa.org.eg بعد تسديد قيمة النشر وإرسال صورة الإيصال التى تفيد ذلك.

## الافتتاحية

في العام الخامس ومنذ بداية إصدارها في أكتوبر/ ديسمبر من العام ٢٠١٣م - يتواصل صدور أعداد المجلة بانتظام ليصدر منها خمسة عشر عددًا متتابعة تضم أبحاثًا ورؤى علمية متعددة لأساتذة ومتخصصين وباحثين من مختلف دول العالم.

وبما أن المجلة أول دورية علمية محكمة في بحوث العلاقات العامة بالوطن العربي والشرق الأوسط - تصدر عن الجمعية المصرية للعلاقات العامة (عضو شبكة الجمعيات العلمية بأكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة) - وجد فيها الأساتذة الراغبون في تقديم إنتاجهم للمجتمع العلمي بكافة مستوياته ضالتهم للنشر على النطاق العربي وبعض الدول الأجنبية التي تصل إليها المجلة من خلال مندوبيها في هذه الدول وكذلك من خلال موقعها الإلكتروني. فقد تحصّلت المجلة على أول معامل تأثير عربي (AIF) للدوريات العلمية العربية المحكمة في تخصص (الإعلام) على مستوى الجامعات والمؤسسات العلمية التي تصدر محتوى باللغة العربية بمعدل = ١.٣٤، والمعامل تابع لمؤسسة النشر الأمريكية العالمية (NSP) دار نشر العلوم الطبيعية Natural Publishing Sciences وبرعاية اتحاد الجامعات العربية. والمجلة مفهرسة حاليًا ضمن قواعد البيانات الرقمية الدولية (EBSCO HOST) - دار المنظومة).

وفي العدد السادس عشر من المجلة نقدم للباحثين في الدراسات الإعلامية والمهتمين بهذا المجال بحثًا ورؤى علمية للأساتذة المشاركين والمساعدين كذلك الباحثين، مقدمة للنشر العلمي بهدف تكوين رصيد للباحثين من أعضاء هيئة التدريس للتقدم للترقية أو الباحثين لمناقشة الدكتوراه والماجستير.

ففي البداية نجد بحثًا مقدمًا من: د/ محمد حسني حسين محروص - جامعة الأزهر - من (مصر) والذي قدم دراسة عن: "توظيف الدعاة للإعلام الجديد في مواجهة الفكر المتطرف".

أما: د/ سلمان فيحان فيصل بن لبده - كلية الملك خالد العسكرية بوزارة الحرس الوطني - من (السعودية) فقدم دراسة ميدانية عن: "وسائل الإعلام السياسي التي يعتمد عليها الشباب السعودي أثناء الأزمات ودورها في تعزيز الوعي السياسي لديهم".

وقدم: د/ ممدوح السيد عبد الهادي شتلة - جامعة كفر الشيخ - من (مصر)، والذي قدم دراسة عن: "الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في إحداث العنف والصراع السياسي بين الشباب الجامعي دراسة ميدانية".

بينما قدم د/ أحمد السمان - جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا - من (مصر) دراسة ميدانية عن: "العلاقة بين التعرض لإعلانات حملة "الإصلاح الجريء" والاتجاه نحو الإصلاحات الاقتصادية في مصر".

أما د/ مرزوق عبد الحكم العادلي - جامعة سوهاج - من (مصر) قدم دراسة تطبيقية عن:  
"معايير التنسيق الحضاري لإعلانات الطرق التجارية وعلاقتها بتذكر الرسالة الإعلانية".

بينما قدمت مي محمود عبد اللطيف - الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات (MTI) - من  
(مصر) بحثاً بعنوان: "كفاءة الإستراتيجيات الاتصالية للإستجابة للأزمة في تكوين مدركات الجمهور  
حول سمعة المنظمة- دراسة حالة ". وذلك ضمن متطلبات حصولها على درجة الدكتوراه من كلية  
الإعلام بجامعة القاهرة.

ومن الجامعة الأسمرية في (ليبيا) - قدم/ سليم معمر البجباح - بحثاً بعنوان:  
"الاتجاهات العلمية لبحوث إدارة علاقات المنظمات بجماهيرها الأساسية"، وذلك ضمن متطلبات  
حصوله على درجة الماجستير من كلية الآداب بجامعة المنيا.

وهكذا فإن المجلة ترحب بالنشر فيها لمختلف الأجيال العلمية من جميع الدول. ومن المعلوم  
بالضرورة أن جيل الأساتذة وبحثهم لا تخضع للتحكيم طبقاً لقواعد النشر العلمي المتبعة في المجالات  
العلمية.

أما البحوث المنشورة لأعضاء هيئة التدريس الراغبين في التقدم للترقي للدرجة الأعلى والطلاب  
المسجلين لدرجة الدكتوراه والماجستير فتخضع جميعها للتحكيم من قبل الأساتذة المتخصصين.  
وجميع هذه البحوث والأوراق العلمية تعبر عن أصحابها دون تدخل من هيئة تحرير المجلة التي  
تحدد المحكمين وتقدم ملاحظاتهم إلى أصحاب البحوث الخاضعة للتحكيم لمراجعة التعديلات العلمية قبل  
النشر.

وأخيراً وليس آخراً ندعو الله أن يوفقنا لإثراء النشر العلمي في تخصص العلاقات العامة بشكل  
خاص والدراسات الإعلامية بشكل عام.

والله الموفق،،

**رئيس تحرير المجلة**

أ.د/ علي عجوة

**الشائعات في مواقع التواصل الإجتماعي ودورها في إحداث العنف والصراع  
السياسي بين الشباب الجامعي - دراسة ميدانية**

إعداد

د/ ممدوح السيد عبد الهادي شنتلة (\*)

---

(\*) مدرس الإعلام – كلية التربية النوعية – جامعة كفر الشيخ.

obeyikahadi.com

## الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في إحداث العنف والصراع السياسي بين الشباب الجامعي - دراسة ميدانية

د/ ممدوح السيد عبد الهادي شتلة  
Mamdouh.shatla@spe.kfs.edu.eg  
جامعة كفر الشيخ

### ملخص:

تستهدف الدراسة التعرف علي الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في إحداث العنف والصراع السياسي بين الشباب الجامعي.

وقد استعان الباحث بمنهج المسح الإعلامي بالعينة، واعتمد على إستمارة الإستبيان كأداة لجمع بيانات الدراسة، وتم إختيار العينة بأسلوب العينة العمدية، وطُبق الإستبيان على عينة من الشباب الجامعي المصري قوامها (٤٠٠) مفردة من الجنسين (ذكور - إناث) موزعة بالتساوي علي جامعات (القاهرة، الأزهر، ٦ أكتوبر، الجامعة الأمريكية بالقاهرة).

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها مايلي:

- جاء موقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك في مقدمة مواقع التواصل الاجتماعي لدي الشباب الجامعي عينة الدراسة من حيث الإستخدام والتفضيل، يليه موقع واتس أب، ثم جاء في الترتيب الثالث موقع اليوتيوب.
- جاء بسبب للتواصل مع الاهل والأصدقاء في مقدمة الأسباب التي تجعل الشباب الجامعي حريصًا علي تصفح مواقع التواصل الاجتماعي، يليه بسبب القضاء علي وقت الفراغ في الترتيب الثاني، ثم بسبب الحرص علي تصفحها للمشاركة بالنشر علي الصفحات (منشورات - تعليقات - تغريدات) في الترتيب الثالث والأخير.
- جاء أهم أوقات بروز الشائعات في المجتمع أثناء وجود عمليات إرهابية في المجتمع في الترتيب الأول، يليه بروزها وقت الحروب في الترتيب الثاني، يليه أنها تبرز وقت الثورات في الترتيب الثالث، ثم حل في الترتيب الأخير أنها تبرز وقت الأزمات.
- من أهم أهداف الشائعات التي تنتشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي هو إثارة العنف والصراع السياسي داخل المجتمع في الترتيب الأول، يليه تفكك وحدة المجتمع في الترتيب الثاني ، يليه إثارة البلبلة والفوضى بين الأفراد في المجتمع في الترتيب الثالث، وجاء في الترتيب الأخير تدمير النظام القيمي والسلام المجتمعي.
- جاءت نسبة ٦٥.٥% من أفراد العينة يرون أن دور الشائعات التي تنتشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي في إحداث العنف والصراع السياسي من الناحية السياسية هو البلبلة والفوضى في

المجتمع في الترتيب الأول، ونسبة ٦٥% منهم يرون أنه الحراك السياسي في كثير من الدول العربية أو ما يعرف بثورات الربيع العربي في الترتيب الثاني، ونسبة ٦١.٣% منهم يرون أنه احتجاجات وتظاهرات الأفراد ضد القرارات السياسية في الدولة في الترتيب الثالث، ونسبة ٥٧.٩% منهم يرون أنه صناعة الأزمات والارتباك في الدولة.

**الكلمات المفتاحية:** الشائعات - مواقع التواصل الاجتماعي - العنف - الصراع السياسي -

الشباب الجامعي.

## مقدمة:

ساهمت التطورات المتلاحقة في شبكة الإنترنت في إيجاد شكل جديد من أشكال الإعلام، فهناك من يسميه بالإعلام الرقمي أو الإعلام الشبكي أو الإعلام البديل أو الإعلام الاجتماعي سواء كان قائماً على شبكة الإنترنت وتطبيقاتها أو الأجهزة المحمولة، والذي يشير إلى المحتوى الإعلامي الذي يُبث أو يُنشر عبر شبكة المعلومات (الإنترنت).

وتُعد مواقع التواصل الاجتماعي أحد أهم أشكال الإعلام الجديد، حيث أحدثت طفرة ليس فقط في مجال الاتصال بين الأفراد والجماعات بل في نتائج وتأثير هذا الاتصال، حيث نقلت الإعلام إلى آفاق غير مسبوقة، وأعطت مستخدميه فرصاً كبرى للتأثير والانتقال عبر الحدود بلا رقابة إلا بشكل نسبي محدود.

وعلى الرغم من أن شبكات التواصل الاجتماعي ساهمت في ظهور ما يُعرف بـ"المواطن الصحفي"، فإن عدم توثيق الأخبار، وصعوبة التحقق من صحتها، وسلامة مصادرها؛ قد أسهم في جعل شبكات التواصل الاجتماعي أداةً فاعلة في نشر الشائعات وسهولة تداولها، ومن ثمّ تصديقها والإعتقاد بصحتها، وبناء الأفكار والرؤى على أساسها.

وفي ظل وسائل التواصل الاجتماعي التي أوجدت مجتمعات افتراضية ذابت خلالها الحدود الجغرافية والقيود الاجتماعية. فقد أصبحت الشائعات تنتقى مادتها وأدواتها من مصادر أثري بكثير من حيث المحتوى والمبنى بعكس الكلام المنطوق، فالشائعات في الوقت الحالي تعبر عن محتواها بالنص المكتوب والمنطوق والصورة المرافقة والصوت والرسم والفيديو أحياناً<sup>(١)</sup>.

وقد أوردت أحد إستطلاعات الرأي على شبكة الإنترنت أن ٨٠% من مصادر ترويج الشائعات كانت عن طريق "واتس اب" بينما تجاوز تويتر وفيس بوك شبكات التواصل بما نسبته ٨٥% من تدوير الشائعات في عدد من الأحداث المهمة العربية، كما قامت صحيفة "اليوم" بإستطلاع عبر موقعها الإلكتروني عن مروجي الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي، وجاءت نتيجة الإستطلاع كالتالي، نسبة

٤٥% أكدت أن وراء انتشار الشائعات عابثين يمارسونها للتسلية، و٣٨.٨% لهم أهداف وأجندة خارجية، و١٥.٨% مرضى نفسيون<sup>(٢)</sup>.

والواقع - أن الشائعات لم تعد مجرد أخبار كاذبة أو معلومات مزيفة، يلقيها شخص ما بقصد الفكاهة أو التضليل أو البلبلة بدون هدف، بل أصبحت أكثر من ذلك حيث أصبح يقف خلفها مؤسسات متخصصة ووسائل إعلام احترفت استثمار التقنية والتلاعب بالمعلومات، وتقديمها بهدف إضعاف الجبهة الداخلية في أي دولة. ولعل هذا ما دفع بعض الباحثين إلى النظر إلى الشائعات باعتبارها أنماطاً بديلة للتعبير السياسي<sup>(٣)</sup>.

تأسيساً على ذلك، فقد شكلت منصات الإعلام الجديد إنفتاحاً معلوماتياً لا يمكن تجاهله، وفورية في تناقل الأخبار وصناعة الحدث، لكنها على الوجه الآخر باتت وكالات أنباء لنشر الشائعات التي يتبادلها مستخدموها إما قصداً أو سذاجة، بغير علم ولا تحر لمصادقية الأخبار المتناقلة.

فعلى الرغم من دور الشبكات الإجتماعية الإيجابي في مسيرة التغيير والإصلاح خلال المرحلة الإنتقالية، وفي كل من ثورتي التغيير في ٢٥ يناير و ٣٠ يونيو، فإنها كشفت عن دور سلبي أصبح يتزايد مع ضعف المواجهة وقلة الوعي، وأصبحت تصيب تلك الآثار طبيعة العلاقة بين الدولة والمجتمع عبر نشر اتجاهات عدم الثقة والتأثير السلبي في بنية المجتمع، وأتاحت البيئة الإلكترونية المفتوحة والعبارة للحدود الفرصة أمام أطراف خارجية في التدخل في الشؤون الداخلية.

إستخدمت الجماعات الإرهابية الشبكات الإجتماعية كمنصة إعلامية جديدة لما توفره من سهولة في تدشين حسابات وصعوبة الحجب من قبل الدولة والعمل على اختراق القاعدة الشبابية، ويتم استخدام الشبكات الإجتماعية في شن الحملات الإلكترونية المغرضة، ويتم استخدام الصور والفيديوهات المتحيزة لوجهة نظر معينة لشحن الرأي العام الشبابي والتي قد يتم تركيبها أو اختلاقها أو إعادة استخدامها بشكل يؤثر في تحريك الأحداث. وفي شن الحروب النفسية ونشر الشائعات التي قد تضرب المصالح القومية بغية التأثير على الاستقرار الداخلي<sup>(٤)</sup>.

ويمكن القول بأن تأثير مواقع التواصل الاجتماعي - ومن أهمها فيسوك، وتويتر ، واتس اب - ليس محصوراً على الجانب الاجتماعي والاقتصادي فقط، غير أن تلك المواقع في بعض الأحيان تلعب دوراً أساسياً في إحداث الصراع السياسي والتعبئة الشبابية والجماهيرية، وتخلق مناخاً سياسياً ضاغظاً، وثورات عارمة، كما حدث في تونس ومصر وليبيا واليمن وسوريا قبل أربع سنوات في أيام ثورات الربيع العربي التي أسقطت حكماً شموليين كانوا في سدة الحكم لمدة ثلاثين عاماً وفي بعض الأحيان أربعين عاماً، وساهمت تلك المواقع الإجتماعية في إحداث أشكال كثيرة من أشكال العنف وتحشيد المتظاهرين وتعبئتهم.

وفي ضوء ذلك تتطلع الدراسة إلى معرفة خطورة الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في إحداث العنف والصراع السياسي بين الشباب الجامعي المصري.

## أهمية الدراسة:

إن لكل دراسة علمية أهميتها التي تحت الباحث على إجرائها، وتتبع أهميتها من عدة نقاط أساسية وهي :-

### أولاً : الأهمية الأكاديمية للدراسة:

١ - تطبيق الدراسة علي الشباب الجامعي من (١٨ - ٢٢) سنة وهذا يفيد في التعرف علي خطورة الشائعات في مواقع التواصل الإجتماعي ودورها في إحداث العنف والصراع السياسي بينهم وذلك لما تتمتع به هذه المواقع الإجتماعية من أهمية ومن حيث قدرتها علي تشكيل إتجاهات الشباب نحو العنف والصراع داخل المجتمع.

٢ - تناولها أحد الموضوعات الحديثة نسبياً في مجال الدراسات الإعلامية، حيث إنها تركز على دراسة الشائعات عبر مواقع التواصل الإجتماعي ودورها في عملية إحداث العنف والصراع السياسي بين الشباب.

٣ - تنامي دور مستخدمي مواقع التواصل الإجتماعي بوصفها وسيلة للتواصل بين الحكام وصناع القرار والجمهور وخاصة المستخدمين من الشباب.

٤ - ندرة الدراسات التي تناولت الشائعات في مواقع التواصل الإجتماعي في المجتمع المصري.

٥ - خطورة الشائعات على مواقع التواصل الإجتماعي خاصة الفيس بوك، تويتر، وواتس آب كأحد الإجراءات التي تسهم في عملية إحداث العنف والصراع السياسي بين مستخدميهم من الشباب.

### ثانياً : الأهمية المجتمعية للدراسة:

١ - إجراء الدراسة في فترة سياسية وإقتصادية وإجتماعية استثنائية، حيث تشهد مصر موجات في إرتفاع الأسعار غير مسبوق وتضارب كبير في سياسات الحكومة الغير واضحة للجمهور، وإنتشار ظاهرة الإرهاب والعنف في المجتمع، وغياب الرؤيه الشامله في كل المجالات فكل هذا من شأنه أن يؤدي إلي إنتشار الشائعات عبر مواقع التواصل الإجتماعي لأن هذا المناخ بمثابة أرض خصبة لإنتشارها وإستفاده مروجيها.

٢ - تأتي أهمية الدراسة كذلك في وقت شديد الحساسية من دورة حياة الوطن، حيث تمر مصر بمرحلة إنتقالية فارقة، إما تقودها نحو التقدم والتطور، أو تعيدها لأسوأ مما كانت عليه الأوضاع قبل الثورة، كما أنها تأتي في ظل حالة من الانقسام والصراع السياسي بين مختلف القوي الوطنية، والواقع يؤكد، أن العنف والصراع السياسي المنتشر بين الشباب المصري عبر الإنترنت من خلال المنتديات ومواقع الشبكات الإجتماعية من أخطر التحديات التي تواجه التطور السياسي الحقيقي في البلاد.

٣ - تصاعد الأصوات التي تلقي باللوم علي وسائل الإعلام وخاصة الإعلام الإجماعي، وما فيه من ممارسات إعلامية غير مهنية، يعتقد الكثيرون أنها مسئولة عن تأجيج وإحداث العنف وحالة الصراع والإنقسام بين الشباب من خلال ما يعرف بالشائعات.

٤ - إرتباط مواقع الشبكات الإجماعية بالأحداث والظواهر الكبرى في المجتمعات العربية كالعنف والصراع السياسي والدعوة لحشد الجماهير للإضراب أو التظاهر، نتيجة سرعة تكوين المجموعات وتشكيل قوة ضغط على صانعي القرار.

٥ - تقديم صورة كاملة للمخطط الإعلامي، وكذلك لمن يهيم الأمر من القائمين علي مكافحة الشائعات والتصدي لها عبر مواقع التواصل الإجماعي بمجلس الوزراء عن خطورة الشائعات عبر مواقع التواصل الإجماعي ودورها الفاعل في إحداث العنف والصراع السياسي بين الشباب.

### مراجعة الدراسات السابقة:

قام الباحث برصد الدراسات والأوراق البحثية ذات الصلة بموضوع الدراسة وقد أسفر المسح عن عدد من الدراسات تم تصنيفها في محورين: **المحور الأول:** يتعلق بالدراسات التي تناولت الشائعات عبر وسائل الإعلام بصفة عامة ومواقع التواصل الإجماعي بصفة خاصة، **المحور الثاني:** يعرض الدراسات التي تناولت العنف والصراع السياسي في مواقع التواصل الإجماعي وعلاقته بالشباب، وذلك على النحو التالي:

#### أولاً: دراسات تناولت الشائعات عبر وسائل اعلام ومواقع التواصل الإجماعي:

من الدراسات التي اهتمت بالشائعات عبرمواقع التواصل الإجماعي دراسة (المجلة العسكرية الإستراتيجية بدولة الإمارات العربية المتحدة، ٢٠١٧م) والتي هدفت إلي التعرف علي الشائعات في مواقع التواصل لإجماعي وتأثيراتها المختلفة علي المجتمع إعتمدت الدراسة علي المنهج الوصفي التحليلي، وإستخدمت تحليل المضمون كأداة لجمع البيانات، توصلت الدراسة إلي أن الشائعات تمثل إحدى أدوات الحرب الحديثة في المجتمع من خلال إثارة الفتن والخصومات والصراعات السياسية، وتوصلت كذلك إلي أن الشائعات في مواقع التواصل الإجماعي لها القدرة علي تهديد الأمن القومي للدول والشركات الكبرى<sup>(٥)</sup>. وأضافت دراسة (فهد بن عبد العزيز الغفيلي، ٢٠١٧م)، التي سعت للتعرف إلي تحديد الدوافع التي تقود إلى اختلاف الشائعات وترويجها، ولماذا يصدق كثير من الأشخاص الشائعات ويسهمون في ترويجها؟، وما الأهداف التي من أجلها يتم إختلاق الشائعات؟، وكيف يمكن معالجة هذه الظاهرة والحد من تأثيراتها السلبية؟، وقد إعتمدت الدراسة علي المنهج الوصفي التحليلي، وإستخدمت الدراسة إستمارتي تحليل المضمون والإستبيان كأدوات لجمع البيانات، وقد توصلت الدراسة إلي تحديد مجموعة من الأهداف التي تقف وراء إختلاق الشائعات أو المساهمة في معرفة هدف كل شائعة والغرض من إطلاقها والوصول إلي ذلك، والتأكيد علي أهمية إجراء الدراسات والبحوث العلمية التي تساهم في فهم كل ما يتعلق بالشائعات، كما أكدت الدراسة علي ضرورة الإستعانة بالمختصين والإستفادة من المادة العلمية المتعلقة بدراسة

الشائعات سواء أجريت في الداخل أو الخارج للتوصل إلي حلول علمية تحد من هذه الظاهرة<sup>(٦)</sup>، وأكدت النتيجة نفسها أيضاً دراسة (رضا عيد كحيل، ٢٠١٥م) التي سعت إلي معرفة الشائعات ومدى تأثيرها في نشر الأخبار في المواقع الإخبارية الأردنية من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين، إستخدمت الدراسة المنهج الوصفي والمنهج التحليلي، وإعتمدت علي الاستبيان وتحليل المضمون كأدوات لجمع البيانات، وطبقت الدراسة علي عينة قوامها ٣١٥ مفردة من الصحفيين الأردنيين، وتوصلت الدراسة إلي وجود تأثير دال إحصائياً للشائعات في نشر الأخبار في المواقع الإخبارية من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين من خلال درجة إدراكهم الكبيرة لمفهوم الشائعات من حيث الأهداف والأخطار، وبلغ المتوسط الحسابي لها ٤.٠٧% وهي درجة مرتفعة، كما أوصت الدراسة بضرورة إعتداد مصدر رسمي للأخبار، والرجوع إلي أهل الخبرة لمناقشة الشائعات ونفيها والرد عليها بشكل صحيح<sup>(٧)</sup>، وأضافة دراسة (تركي بن عبدالعزيز السديري، ٢٠١٤م) التي سعت إلي معرفة كيفية توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية الأمنية ضد خطر الشائعات، إستخدمت الدراسة منهج المسح الإعلامي بالعينة، والاستبيان كأداة لجمع البيانات، وتمثلت عينة الدراسة في ١٢٩ مفردة تم إختيارهم بالطريقة العمدية، كان من أبرز نتائج الدراسة أن من أهم الوسائل التي تسهم في التغلب علي معوقات توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية الأمنية ضد خطر الشائعات بدرجة مرتفعة جداً هي تطوير المقررات الدراسية وتضمينها تحذيرات من مخاطر الشائعات، وكذلك الإكثار من إستضافة العلماء والمختصين والخبراء لتبصير مستخدمي الشبكات الاجتماعية بمخاطر الشائعات المختلفة علي المجتمع سياسياً وإجتماعياً ودينياً<sup>(٨)</sup>، وأكدت النتيجة نفسها أيضاً دراسة (طلال محمد الناشري وأمال محمد الساييس، ٢٠١٣م) التي هدفت إلي الكشف عن الابعاد الاجتماعية والنفسية وراء إنتشار الإشاعات في المجتمع، وما هي الآثار السياسية والاجتماعية والإقتصادية والنفسية التي تتسبب فيها الإشاعات التي تنتشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة، إستخدمت الدراسة منهج المسح، والاستبيان كأداة لجمع البيانات، وتمثلت عينة الدراسة في ١٠٠ مفردة من أفراد المجتمع السعودي تم إختيارها عشوائياً، وكان من أبرز نتائج هذه الدراسة أن الشائعات تنتشر بكثرة أوقات الكوارث والثورات والتحويلات السياسية في المجتمع، أن مروجي الإشاعات يستخدمون الأساليب الحديثة في علم النفس للتمكن من التأثير الكبير علي نفسيات أفراد المجتمع<sup>(٩)</sup>، وأضافة دراسة (هينج شين، ٢٠١١م) التي سعت إلي معرفة دور الشائعات في اللعبة الكونية، وكيف أن هناك مؤسسات تروج لبعض الإشاعات عن ضعف الأنظمة الحاكمة الأمر الذي يؤدي إلي إنهيار هذا النظام وإستدل بذلك علي ماحدث في مصر وتونس وليبيا وأن الإشاعات تزداد في فترة القلاقل والأزمات والثورات، وكان من أبرز نتائج هذه الدراسة أن الإشاعة تحتمل الصدق أو الكذب، وأن الناس أثناء إنتشار الإشاعة تكون شغلهم الشاغل<sup>(١٠)</sup>، وأضافة دراسة (عبد الفتاح عبد الغني الهمص، وفايز كمال شلدان، ٢٠٠٩م) التي سعت إلي الكشف عن الأبعاد النفسية والاجتماعية في ترويج الإشاعات عبر وسائل الإعلام وسبل علاجها من منظور إسلامي، إستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وأداة

تحليل المضمون والإستبيان لجمع البيانات، وطبقت الدراسة الميدانية علي عينة مكونة من ٤٠٠ مفردة تم إختيارهم بالطريقة العشوائية البسيطة من المجتمع الفلسطيني، توصلت الدراسة إلي مجموعة من النتائج أبرزها أن العالم يواجه عامة والفلسطين خاصة حرباً تُعد من أشد وأقسي الحروب التي يشنها الأعداء ضد خصومهم، تتمثل في بث الشائعات الهادفة إلي النيل من تماسكهم وتشتيت صفوفهم، وبث الفتنة والفرقة بينهم وذلك عبر وسائل الإعلام المسموعة والمرئية بأنواعها المختلفة، حيث يعد الإعلام عاملاً مؤثراً في عملية التحول من خلال ما يقدمه من معلومات قد تكون حقيقية أو كاذبة أو مشوهة نتيجة التعرض المستمر والمتواصل من قبل المستقبل للوسائل الإعلامية<sup>(١١)</sup>. وأكدت النتيجة ذاتها دراسة (خلف خلف، ٢٠٠٨م) التي سعت إلي الكشف عن شكل وطبيعة وإتجاه العلاقة بين الشائعات في الصحافة الحزبية الفلسطينية، والصراع السياسي في المجتمع، وأثر ذلك علي التنمية السياسية، إستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وأداة تحليل المضمون لجمع البيانات، وتمثلت العينة في مجموعة من الصحف الحزبية الفلسطينية، وكان من أبرز نتائج هذه الدراسة أن الصحافة الحزبية الفلسطينية لم تعر الكثير من الأهمية لمستلزمات توفير بيئة حيوية لمجتمع مدني نشط قادر علي التقدم، وأنها عملت علي تأجيج الأوضاع الداخلية ممثلة في الصراع السياسي، ورسخت مبدأ الفرقة بين أطراف الحياة السياسية حول القواسم الوطنية المشتركة، وأن الصحافة الحزبية الفلسطينية إستخدمت الشائعات في تجبيش النفوس، وترويج العداء في المجتمع<sup>(١٢)</sup>. وأضافة دراسة (ليمنج شين ، ٢٠٠٣) التي سعت إلي التعرف علي مدي إلمام ممارسي العلاقات العامة بالاستراتيجيات والتكنيكات التي يوظفها مروجو الشائعات ضد مؤسساتهم عبر شبكة الإنترنت، إعتمدت هذه الدراسة علي منهج المسح، والاستبيان كأداة لجمع البيانات، وأجريت الدراسة علي ١٦٦ مفردة من ممارسي العلاقات العامة في المؤسسات المختلفة بولاية كاليفورنيا الأمريكية، وكان من أبرز نتائج الدراسة أن ممارسي العلاقات العامة يعتقدون أن مروجي الشائعات الإلكترونية يستخدمون أساليب مبتكرة تستند إلي الإمكانيات الفائقة للوسائط المتعددة، كما أشار المبحوثون إلي أن الشائعات تؤثر سلبياً علي الصورة الذهنية لمؤسساتهم لدي الجماهير<sup>(١٣)</sup>.

### ثانياً : دراسات تناولت العنف والصراع السياسي في مواقع التواصل الإجتماعي وعلاقته بالشباب .

ومن الدراسات التي تناولت العنف والصراع السياسي في مواقع التواصل الإجتماعي وعلاقته بالشباب دراسة (دعاء حامد الغواي، ٢٠١٦م)، والتي هدفت إلي التعرف علي دور مواقع التواصل الإجتماعي في نشر وشيوع العنف السياسي بين الشباب الجامعي ومدي تأثيره عليهم، إستخدمت الدراسة منهج المسح الإعلامي بالعينة، والاستبيان كأداة لجمع البيانات، وتوصلت الدراسة إلي العديد من النتائج أهمها وجود علاقة إرتباطية بين إستخدام الشباب لمواقع الشبكات الإجتماعية وبين قيامهم باعمال العنف السياسي (الإلكتروني أو المادي) وهذا يختلف بإختلاف اتجاهات الشباب نحو المناخ السياسي للدولة، أي أن الشباب الناقم علي الدول ولدية اتجاهات سلبية نحو النظام السياسي الحاكم كان أكثر عنفاً نحو الدولة والعكس<sup>(١٤)</sup>. وأضافة دراسة (ياسمين صلاح عبدالرحمن، ٢٠١٦م)، والتي سعت إلي رصد

وتحليل استخدام الشباب لمواقع الشبكات الاجتماعية في بناء مواقف الإحتجاج والرفض أثناء ثورة ٢٥ يناير، استخدمت الدراسة منهج المسح الإعلامي بشقيه التحليلي والميداني، واعتمدت علي تحليل المضمون والإستبيان كأدوات لجمع البيانات، وتوصلت الدراسة إلي مجموعة من النتائج أهمها أن الفيس بوك هو أهم شبكات مواقع التواصل الاجتماعي وأكثرها تأثيراً في الحشد والتعبئة لثورة ٢٥ يناير، وجاءت صفحات (كلنا خالد سعيد وحركة شباب ٦ أبريل) في مقدمة الصفحات الأكثر تأثيراً وتفضيلاً لدي الشباب<sup>(١٥)</sup>. وأضافت دراسة ( إيهاب حمدي جمعة، ٢٠١٦م)، التي سعت إلي التعرف علي مدلول العنف من وجهة نظر الشباب الجامعي، ومتي تستخدمه عينة الدراسة ودور شبكات التواصل الاجتماعي فيه، وتحديد أهم الفئات التي يمارس معها العنف، واعتمدت الدراسة علي منهج المسح بالعينة، والإستبيان كأداة لجمع البيانات، وكان من أبرز نتائج هذه الدراسة الكشف عن اتجاه عينة الدراسة السليبي نحو العنف واعتقاد غالبية مفردات العينة في كون العنف ليس وسيلة مفيدة لتحقيق أي أهداف علاوة علي تأكيدهم علي خطورة العنف اللفظي عبر وسائل التواصل الاجتماعي وكون اختلاف الرأي سبباً مباشراً للمشادات واللجوء للعنف<sup>(١٦)</sup>. وأكدت النتيجة نفسها دراسة (أسماء الجيوشي وسحر مؤنس عيد، ٢٠١٦م) التي سعت إلي محاولة الكشف عن الدور الذي يمكن أن تقوم به مواقع التواصل الاجتماعي في غرس مفاهيم وقيم التنظيمات الإرهابية لدي الشباب ومن ثم إقتناعهم بأفكار التنظيم والإنضمام إليه، واعتمدت الدراسة علي منهج المسح بالعينة، والإستبيان كأداة لجمع البيانات، وتوصلت الدراسة إلي مجموعة من النتائج أهمها جاء إقتناع المبحوثين بأفكار التنظيمات الإرهابية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي أن النسبة الأكبر من المبحوثين متوسطي الإقتناع بأفكار التنظيمات الإرهابية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، يليهم قليلو الإقتناع بنسبة ٢٦.٥% وإنخفضت نسبة المبحوثين كثيفي الإقتناع<sup>(١٧)</sup>. وأضافت دراسة ( شيماء أحمد إبراهيم، ٢٠١٥م)، والتي سعت إلي التعرف علي مدى تأثير العنف الإلكتروني علي العلاقات الاجتماعية للمراهق المصري، واعتمدت الدراسة علي منهج المسح بالعينة، والإستبيان كأداة لجمع البيانات، وتوصلت الدراسة إلي مجموعة من النتائج أهمها أن معظم المراهقين عينة الدراسة تتعرض للعنف الإلكتروني بمستوي منخفض، واتضح وجود فروق دالة إحصائياً بين المبحوثين عينة الدراسة من حيث كثافة تعرضهم للعنف الإلكتروني حسب متغيرات النوع والمرحلة الدراسية ونوع المدرسة والوساطة الأبوية والوساطة المدرسية<sup>(١٨)</sup>. وقد أثبتت دراسة(رشا عبد الرحيم مزروع، ٢٠١٤م) التي سعت إلي التعرف علي أطر معالجة القنوات العامة والإسلامية والمواقع الإخبارية للصراع بين القوي السياسية في المجتمع، واعتمدت الدراسة علي منهج المسح الإعلامي بشقيه الوصفي والتحليلي، وإستخدمت الدراسة تحليل المضمون كأداة لجمع البيانات، وكان من أبرز نتائج الدراسة أن المواقع الإخبارية والبرامج الحوارية أحد أدوات التليفزيون في تشكيل اتجاهات الرأي العام نحو الصراع بين القوي السياسية الفاعلة في المجتمع<sup>(١٩)</sup>. وأضافت دراسة (عمرو أسعد، ٢٠١٣م)، التي سعت إلي التعرف علي تحليل مضمون النقاشات السياسية بين الجماهير وأثرها علي الصراع السياسي عبر صفحة كلنا

خالد سعيد، إتمدت الدراسة علي المنهج الوصفي التحليلي، وتحليل المضمون كأداة لجمع البيانات، وكان من أبرز نتائج الدراسة أن مواقع الشبكات الإجتماعية تلعب دوراً في تحفيز الصراع السياسي الافتراضي من خلال النصوص المرئية التي تتيحها لمستخدميها<sup>(٢٠)</sup>. وأضافت دراسة (زهير عابد، ٢٠١٢م) التي سعت إلي التعرف علي دور مواقع الشبكات الإجتماعية في تحفيز الصراع السياسي وتعبئة الراي العام، وإتمدت الدراسة علي منهج المسح الإعلامي بالعينة، والاستبيان كأداة لجمع البيانات، وعينة قوامها ٥٠٠ مفردة من طلاب الجامعات الفلسطينية، وجاءت أهم النتائج في أن شبكات التواصل الإجتماعي لعبت دوراً متوسطاً في الصراع السياسي وتعبئة الراي العام الفلسطيني نحو التغيير الإجتماعي والسياسي، فالشبكات الإجتماعية تسهم في تعزيز السلم المجتمعي وحل كثير من المشكلات الإجتماعية والسياسية<sup>(٢١)</sup>. وأضافت دراسة (عبدالجبار أحمد عبدالله، ٢٠١٢م)، التي إستهدفت مناقشة دور شبكات التواصل الإجتماعي كالفيس بوك وتويتر وغيرها في الثورات العربية، وأوضحت الدراسة أن شبكات التواصل الإجتماعي من العوامل المهمة والرئيسية التي ساهمت في الحراك السياسي في الدول العربية منذ أواخر ٢٠١٠، حيث ساهمت في إزاحة الخوف السياسي، وكسر الصمت الإعلامي المطبق علي الراي العام العربي، وإستخدمت الدراسة منهج المسح الإعلامي بالعينة، والاستبيان كأداة لجمع البيانات، وكان من أبرز نتائج الدراسة أن الشبكات الإجتماعية كانت العامل الحاسم في إنجاح الإحتجاجات والصراعات السياسية في دول الربيع العربي وخصوصاً بين فئة الشباب<sup>(٢٢)</sup>. وأكدت النتيجة نفسها أيضاً دراسة (ليلاز جويهري، ٢٠١١م)، التي إستهدفت رصد دور وسائل الإعلام الإجتماعي في تعبئة وحشد الحركات الإجتماعية للشباب ضد الإستبداد، وإتمدت الدراسة علي منهج المسح بالعينة، والاستبيان كأداة لجمع البيانات، ومن أبرز نتائج هذه الدراسة أن من أهم أسباب قيام الثورة وزيادة العنف المجتمعي في مصر كان صعود الحركات الإحتجاجية وزيادة أعمال العنف والإرهاب في المجتمع كتفجير كنيسة القديسين ومقتل الشاب خالد سعيد، وأن وسائل التواصل الإجتماعي كانت أداة رئيسية ساهمت في تسهيل وتطور التعبئة والحشد الجماهيري والسياسي بين الشباب<sup>(٢٣)</sup>، وجاءت دراسة (دوكينج كيم، ٢٠١١م) التي سعت إلي التعرف علي التأثيرات السياسية لموقع تويتر خلال الإنتخابات المحلية التي أجريت في ٢٠١٠ في كوريا الجنوبية ودور التويتر في هذا الصراع السياسي، وإتمدت الدراسة علي منهج المسح بالعينة، والاستبيان كأداة لجمع البيانات، وتمثلت العينة في ٢٩٢ مفردة، وكان من أبرز نتائج الدراسة أن جاءت الدوافع السياسية في مقدمة الدوافع لدي أفراد عينة الدراسة، كما أكدت الدراسة أن تويتر يمكن أن يكون مجالاً عاماً إلكترونياً، حيث يجتمع الناس ببعضهم البعض لتبادل وجهات النظر السياسية وتجنب صراعاتها العنيفة<sup>(٢٤)</sup>. وكانت نتائج دراسة (تقرير جيفري جينام، ٢٠١١م) مهمة جداً نتيجة لإجرائها في الدول العربية، حيث سعت الدراسة إلى معرفة استخدام الشعوب العربية لأشكال الاتصال عبر الإنترنت مثل المدونات ومواقع الشبكات الإجتماعية ومواقع الفيديو وذلك بهدف معرفة مدي الحرية المتاحة والقدرة علي الحصول علي المعلومات وتأثير ذلك علي إحداث تغيير

سياسي وإجتماعي حقيقي في ظل الثورات والأحداث التي تشهدها المنطقة، واعتمدت الدراسة علي منهج المسح بالعينة، والإستبيان كأداة لجمع البيانات، وجاءت أبرز النتائج في أن مواقع التواصل الإجتماعي غيرت ملامح حرية الرأي والتعبير في العالم العربي، حيث أنها مكنت الفرد من التواصل وجمع المعلومات والتعبئة مما يؤدي في النهاية إلي وصول أصوات الجماهير للحكومات والأنظمة، وبالتالي إحداث تغيير سياسي ومشاركة سياسية من قبل هؤلاء الأفراد وتجنب الصراعات السياسية<sup>(٢٥)</sup>. وأكدت النتيجة ذاتها دراسة (ويو زهانج وآخرون، ٢٠١٠م) التي سعت إلي التعرف علي مدى إعتقاد المواطنين الأمريكيين علي مواقع الشبكات الإجتماعية مثل فيس بوك، ماي إسبيس ويوتيوب، ومدى تأثيرها في مشاركتهم في الأنشطة السياسية والمدنية، كما ركزت علي التعرف علي درجة تأثير هذه المواقع علي مشاركتهم في العملية الديمقراطية من الإشتراك في النقاشات السياسية المباشرة علي هذه المواقع، وإعتمدت الدراسة علي منهج المسح بالعينة، والإستبيان كأداة لجمع البيانات، وكان من أبرز نتائج الدراسة أن مواقع الشبكات الإجتماعية تؤثر علي زيادة المشاركة المدنية ولكنها لا تؤثر علي المشاركة السياسية بل تزيد من الصراعات السياسية المختلفة<sup>(٢٦)</sup>. وأضافت دراسة (فيزال وآخرون، ٢٠٠٩م)، التي هدفت إلي التعرف علي دور المجموعات المتاحة علي مواقع الشبكات الإجتماعية في تعزيز المشاركة السياسية للشباب والبعد عن العنف الإلكتروني بينهم، اعتمدت الدراسة علي منهج المسح بشقيه التحليلي والميداني، وتحليل المضمون والإستبيان كأدوات لجمع البيانات، وتوصلت الدراسة إلي مجموعة من النتائج أهمها أن المشاركة في المجموعات والصفحات عبر مواقع الشبكات الإجتماعية يؤثر بقوة علي المشاركة السياسية الفعلية للشباب ويبعدهم عن العنف الإلكتروني، كما أن هذه المجموعات الإلكترونية تقوم بعدة وظائف مماثلة للمجموعات السياسية الموجودة علي أرض الواقع، خاصة في تعبئة وتحفيز المشاركة السياسية للشباب<sup>(٢٧)</sup>.

#### التعليق على الدراسات السابقة وحدود الاستفادة منها:

أظهرت مراجعة الدراسات السابقة عدداً من النتائج والمؤشرات ذات العلاقة بموضوع الدراسة الراهنة، ويلاحظ من خلال العرض السابق لهذه الدراسات التي تم إجراؤها فيما يتعلق بمواقع التواصل الإجتماعي والشائعات والعنف والصراع السياسي في المجتمعات مايلي:

- ١- وجود العديد من الدراسات العربية والأجنبية التي تتناول موضوع الشبكات الإجتماعية سواء فيما يتعلق بالشائعات والعنف والصراعات السياسية والجوانب الإجتماعية والنفسية مما يثري الخلفية المعرفية للدراسة ويساعد علي عمق التحليل والتفسير.
- ٢- إهتمام الدراسات العربية والأجنبية بتناول موضوع الشائعات، مما يدل علي ثراء الموضوع وتعدد جوانبه التي إستحققت هذا الإهتمام، سواء من ناحية دور مواقع الشبكات الإجتماعية في نشر الشائعات، أو دور الشائعات في إحداث العنف والصراع السياسي.

٣ - يلاحظ أيضاً قلة الدراسات التي تتناول الشائعات في المجتمع المصري علي الرغم من خطورتها وإثارته للكثير من المشاكل والقلق والأزمات في المجتمع، مما يشير إلي ضرورة انتباه الباحثين إلي هذه الظاهرة ومعالجتها للوصول لفهم أفضل بشأنها.

### الاستفادة من الدراسات السابقة:

- جاءت الدراسات العربية والأجنبية التي إطلع عليها الباحث كثيرة من حيث الهدف والأهمية والمنهج المستخدم وإختيار العينة، مما أفاد الباحث في توسيع القاعدة المعرفية حول إشكالية الدراسة وبلورتها.
- التعرف علي الأدوات والأساليب البحثية التي إستخدمتها الدراسات السابقة، وكيفية الإستفادة منها، وتوظيفها لخدمة دراسة الباحث.
- الإستفادة من النتائج التي إنتهت إليها الدراسات السابقة، وإستخدامها في صياغة المشكلة البحثية، وتحديد الأهداف، ووضع الأسئلة والفروض الخاصة بالدراسة الحالية، وكذلك مناقشة النتائج التي توصل إليها.

### مشكلة الدراسة:

أصبحت الشائعات من أهم المظاهر الإجتماعية التي بدأت تطفو على السطح بشكل متفاقم؛ حيث ساعدت وسائل التواصل الإجتماعي على إنتشارها بشكل كبير جداً، وعلى الرغم من فاعلية شبكات التواصل الإجتماعي في نقل الأحداث بشكل آني، إلا أنها في المقابل باتت بيئة خصبة لنشر الشائعات خاصة في ظل سهولة إنتاج المعلومات ونشرها ومشاركة التحديثات عبر هذه المواقع فضلاً عن صعوبة مراقبة المحتوى الذي ينشره المواطنون، على عكس ما يحدث في وسائل الإعلام التقليدية. والتأمل الأكثر تعمقاً، يكشف لنا عن خلل أخطر، يختبئ في طبيعة هذه التكنولوجيا الوافدة ذاتها، فبالإضافة علي شبكات التواصل الإجتماعي، الوسيط الإعلامي موضع الدراسة، يتضح أنها قد لا تكون أدوات متوافقة كلية مع فكرة المصادقية والموضوعية، بل كثيراً ما تجنح نحو، التحرر من كافة الضوابط الأخلاقية والمهنية في نشر الأخبار والمعلومات، علي نحو يؤدي إلي نشر وترويج الأكاذيب والشائعات، وتأجيج الصراعات، والعمل علي تنامي الشكوك ومظاهر فقدان الثقة بين المواطنين، وتفاقم الإنقسامات الإجتماعية والسياسية وتزايد أشكال العنف والإستقطاب والصراع السياسي، والتحيز والتعصب ورفض الآخر، وكلها مظاهر غير موضوعية علي الإطلاق. لذا تسعى هذه الدراسة بشكل رئيسي إلي "التعرف علي خطورة الشائعات في مواقع التواصل الإجتماعي ودورها في إحداث العنف والصراع السياسي بين الشباب".

### أهداف الدراسة:

تسعى الدراسة الحالية إلى تحقيق هدف رئيسي يتمثل في معرفة خطورة الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في إحداث العنف والصراع السياسي بين الشباب الجامعي ، ويمكن تحقيق هذا الهدف من خلال التعرف على:

- ١ - التعرف على معدل إستخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي ودوافعهم لهذا الإستخدام.
- ٢ - تحديد أهم الأنشطة التي يقوم بها الشباب الجامعي من خلال إستخدامه لمواقع التواصل الاجتماعي عبر شبكة الإنترنت.
- ٣ - رصد أبرز الصفحات الإخبارية التي يستخدمها الشباب الجامعي علي مواقع التواصل الاجتماعي.
- ٤ - التعرف على تفضيلات وآراء المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي من حيث مصداقيتها وسرعة إنتشار الشائعات عليها.
- ٥ - التعرف على مقدار الثقة في الأخبار والمعلومات التي تنشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بإحداث العنف والصراع السياسي لدى الشباب الجامعي.
- ٦ - تحديد أهم أوقات بروز الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي وخطورتها في إحداث العنف والصراع السياسي بين الشباب الجامعي.
- ٧ - التعرف على دور الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي في إحداث العنف والصراع السياسي بين الشباب من النواحي الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والثقافية.
- ٨ - رصد كيفية التصدي للشائعات المنتشرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي والحد من دورها في إحداث العنف والصراع السياسي بين الشباب الجامعي.

### تساؤلات الدراسة:

تسعى الدراسة إلى طرح عدد من التساؤلات التي تقيس الإجابة عليها أبعاد الدور الذي تقوم به الشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي في إحداث العنف والصراع السياسي بين الشباب الجامعي، ويمكن اختصار هذه الأسئلة في الآتي:

- ١ - ما معدل إستخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي ودوافعهم لهذا الإستخدام ؟
- ٢ - ما أهم الأنشطة التي يقوم بها الشباب الجامعي من خلال إستخدامه لمواقع التواصل الاجتماعي عبر شبكة الإنترنت؟
- ٣ - ما أبرز الصفحات الإخبارية التي يفضلها الشباب الجامعي علي مواقع التواصل الاجتماعي لمتابعة الأخبار والأحداث ؟
- ٤ - ما أهم آراء المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي من حيث مصداقيتها وسرعة إنتشار الشائعات عليها؟

- ٥ - ما مقدار الثقة في الأخبار والمعلومات التي تنتشر عبر مواقع التواصل الإجتماعي وعلاقتها بإحداث العنف والصراع السياسي لدى الشباب الجامعي؟
- ٦ - ما أهداف الشائعات التي تنتشر عبر مواقع التواصل الإجتماعي وأثارها علي المجتمع؟
- ٧ - ما أهم أوقات بروز الشائعات عبر مواقع التواصل الإجتماعي وخطورتها في إحداث العنف والصراع السياسي بين الشباب الجامعي؟
- ٨ - ما دور الشائعات عبر مواقع التواصل الإجتماعي في إحداث العنف والصراع السياسي بين الشباب من النواحي الإجتماعية والسياسية والاقتصادية والثقافية؟
- ٩ - كيف يمكن التصدي للشائعات المنتشرة عبر مواقع التواصل الإجتماعي والحد من دورها في إحداث العنف والصراع السياسي بين الشباب الجامعي؟
- ١٠ - مقارنة نتائج هذه الدراسة بنتائج الدراسات السابقة للخروج بمؤشرات تنظيرية جديدة في ميدان الدراسات التي تهتم ببحث خطورة وجود الشائعات في مواقع التواصل الإجتماعي ودورها في إحداث العنف والصراع السياسي بين الشباب الجامعي؟

### فروض الدراسة:

تسعى الدراسة إلى اختبار الفروض التالية:

في ضوء تحديد مشكلة البحث وأهدافها، وإظهارها النظري تتحدد فروض الدراسة فيما يلي:

**الفرض الأول:** توجد فروق دالة إحصائياً بين الشباب الجامعي في كثافة وعادات وأنماط إستخدام الشباب لمواقع التواصل الإجتماعي بحسب المتغيرات الديموغرافية ( النوع - نوع الجامعة - الكلية - المستوى الإقتصادي الإجتماعي ).

**الفرض الثاني:** توجد فروق دالة إحصائياً بين المبحوثين عينة الدراسة في مدي متابعتهم وإعتمادهم علي الأخبار بإستمرار على مواقع التواصل الإجتماعي بحسب المتغيرات الديموغرافية ( النوع - نوع الجامعة - الكلية - المستوى الإقتصادي الإجتماعي ).

**الفرض الثالث:** توجد علاقة إرتباطية دالة إحصائياً بين كثافة وعادات وأنماط إستخدام الشباب لمواقع التواصل الإجتماعي وأثار الشائعات المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

**الفرض الرابع:** توجد فروق دالة إحصائياً بين الشباب الجامعي في كيفية التصدي للشائعات المنتشرة عبر مواقع التواصل الإجتماعي بحسب المتغيرات الديموغرافية ( النوع - نوع الجامعة - الكلية - المستوى الإقتصادي الإجتماعي ).

**الفرض الخامس:** توجد علاقة إرتباطية دالة إحصائياً بين متابعة الأخبار والإعتماد عليها بإستمرار على مواقع التواصل الاجتماعي وإدراك وجود مخاطر لشبكات مواقع التواصل الإجتماعي.

**الفرض السادس :** توجد فروق دالة إحصائياً بين الشباب الجامعي في دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات بحسب المتغيرات الديموغرافية ( النوع - نوع الجامعة - الكلية - المستوى الاقتصادي الاجتماعي ).

**الفرض السابع :** توجد فروق دالة إحصائياً بين المبحوثين في مدى وجود دور فعال للشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي على الشباب الجامعي في إحداث العنف والصراع السياسي لديهم بحسب المتغيرات الديموغرافية ( النوع - نوع الجامعة - الكلية - المستوى الاقتصادي الاجتماعي ).

### نوع الدراسة:

دراسة وصفية Descriptive Study والتي تهدف إلي تصنيف البيانات والحقائق التي يتم تجميعها وتسجيلها ثم تفسيرها وتحليل هذه البيانات تحليلاً شاملاً وإستخلاص دلالات مفيدة بشأنها<sup>(٢٨)</sup> ، فتسعي هذه الدراسة لرصد وتوصيف خطورة الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في إحداث العنف والصراع السياسي بين الشباب الجامعي.

### منهج الدراسة:

تستعين الدراسة بمنهج المسح Survey، والذي يهدف للحصول علي وصف دقيق للمشكلة والتأكد من جمع البيانات الضرورية وتحليلها بأكبر درجة من الدقة بهدف تصنيفها وتبويبها شاملاً ومحاولة تحليلها وتفسيرها.

### مجتمع الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة في مجتمع طلاب الجامعات المصرية مستخدمين مواقع التواصل الاجتماعي والذين تتراوح أعمارهم من ١٨ - ٢٢ عاماً من الإناث والذكور وتم تمثيل الدراسة من خلال الأنماط المختلفة للجامعات في مصر.

### عينة الدراسة:

اعتمد الباحث علي العينة العمدية في دراسة الجمهور، والتي تعتمد علي قيام الباحث باختيار مفردات دراسة بناءً علي خصائص معينة يجب توافرها في عينة الدراسة<sup>(٢٩)</sup>، وهي أن الباحث أجرى الدراسة الميدانية علي عينة عمدية من جمهور الشباب الجامعي المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي بالجامعات المصرية التالية: جامعة القاهرة أعرق الجامعات المصرية ممثلة للجامعات الحكومية الحضرية، وجامعة الأزهر بنين وبنات ممثلة للجامعات ذات الطابع الديني، والجامعة الأمريكية بالقاهرة ممثلة للجامعات ذات الطابع الدولي " الأجنبية " ( مستوى إقتصادي اجتماعي مختلف )، وجامعة ٦ أكتوبر ممثلة للجامعات الخاصة من الجنسين ذكور وإناث قوامها ٤٠٠ مبحوث يتم توزيعها بأسلوب التوزيع المتساوي، وتم اختيار ٤٠٠ مبحوثاً لإجراء الدراسة الميدانية عليهم ويرجع ذلك إلى أن معظم الدراسات المتشابهة مع موضوع الدراسة الحالية طبقت الدراسة الميدانية بها على ٤٠٠ مبحوث من

الشباب الجامعي، كما تم الاستعانة بأراء المتخصصين والخبراء في تحديد حجم العينة واختيار الجامعات كذلك (٣٠) (\*)

### مبررات إختيار الشباب الجامعي المصري كعينة للدراسة الميدانية الحالية:

- ١ - الشباب هم الفئة الأكثر تعرضاً لإستخدام مواقع التواصل الإجتماعي لأغراض وغايات تتعلق بالحصول علي المعلومات والأخبار.
- ٢ - أنه مجتمع له أهميته الخاصة بوصفه مجتمعاً إعلامياً، وهذه الفئة العمرية التي تبدأ من مرحلة التكوين إلى مرحلة النضوج تتميز بطابع الخصوصية التي تتمثل في تميز هذه الشريحة بوصفها أكثر الشرائح الإجتماعية إستخداماً لمواقع الشبكات الإجتماعية، كونهم من الشرائح العمرية الأكثر نشاطاً على شبكة الإنترنت وإسهاماً في المضامين التي يتبادلونها مع زملائهم وأصدقائهم ومعارفهم في مختلف شؤون الحياة، وخصوصاً النواحي الإعلامية والإخبارية السياسية.
- ٣ - اعتماد الشباب الجامعي على الإنترنت ومواقع الشبكات الاجتماعية باعتبارها بديلاً للمشاركة السياسية على أرض الواقع.
- ٤ - الشباب الجامعي المصري هو أكثر قدرة على النشاط والتفاعل والتحرك الإيجابي، والتأثير في كافة الأمور، وخاصة السياسية.
- ٥ - أن شريحة الشباب الجامعي من كبرى شرائح المجتمع المصري وأكثرها تأثيراً فيه.

### وقد اختار الباحث مواقع التواصل الإجتماعي للأسباب التالية:

- ١ - أن مواقع التواصل الإجتماعي أصبحت الأكثر ذيوماً وانتشاراً في المجتمع المصري.
- ٢ - إهتمام مروجي الشائعات بنشر محتواها عبر مواقع التواصل الإجتماعي بشكل كبير، لانها منصات يصعب السيطرة عليها وإخضاعها للرقابة المباشرة مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية.
- ٣ - إنتشار تطبيقات مواقع التواصل الإجتماعي في الهواتف المحمولة مما أسهم في إنتشارها بين الشباب الجامعي مجتمع الدراسة.

### توصيف عينة الدراسة الميدانية:

(\*) د/ تشام تشرنوا ، أستاذ العلاقات الدولية ، بكلية الآداب والعلوم ، بجامعة تسكيجي ، الولايات المتحدة الأمريكية.  
د/ محمد معوض إبراهيم ، أستاذ الإعلام ، معهد الدراسات العليا للطفولة ، جامعة عين شمس .  
د/ محمود حسن إسماعيل ، أستاذ الإعلام ، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس .  
د/ اعتماد خلف معيد ، أستاذ الإعلام ، معهد الدراسات العليا ، جامعة عين شمس .  
د/ فاتن عبدالرحمن الطنباري ، أستاذ الإعلام ، معهد الدراسات العليا ، جامعة عين شمس .  
د/ علي مجاهد ، أستاذ الرياضيات والإحصاء بكلية التجارة ، جامعة كفر الشيخ .  
د/ جمال النجار ، أستاذ الإعلام ، بكلية الدراسات الإسلامية والعربية بنات ، جامعة الأزهر بالقاهرة .  
د/ أمال عبدالسميع باظة ، أستاذ الصحة النفسية بكلية التربية ، جامعة كفر الشيخ .  
د/ محمد رضوان إبراهيم ، أستاذ الإحصاء والحاسب الآلي والبرمجيات بكلية التربية النوعية ، جامعة كفر الشيخ.

تم إختيار عينة الدراسة من أربع جامعات مصرية، هي: (جامعة القاهرة، جامعة الأزهر، الجامعة الأمريكية بالقاهرة، ٦ أكتوبر)؛ حتى تكون عينة ممثلة للنظام التعليمي في مصر في مرحلة التعليم العالي بمختلف أنواعه.

جدول رقم (١)  
يوضح توصيف عينة الدراسة الميدانية

المتغيرات		الإجمالي	
النوع	ك		%
النوع	ذكور	٢٠٠	٥٠
	إناث	٢٠٠	٥٠
الجامعة	الإجمالي	٤٠٠	١٠٠
	جامعة القاهرة	١٠٠	٢٥
	جامعة الأزهر	١٠٠	٢٥
	جامعة ٦ أكتوبر	١٠٠	٢٥
	الجامعة الأمريكية بالقاهرة	١٠٠	٢٥
الكلية	الإجمالي	٤٠٠	١٠٠
	نظرية	٢٠٠	٥٠
	عملية	٢٠٠	٥٠
الإقامة	الإجمالي	٤٠٠٠	١٠٠
	ريف	٢٠٠	٥٠
	حضر	٢٠٠	٥٠
السكن	الإجمالي	٤٠٠	١٠٠
	شقة إيجار	١٨	٤.٥
	شقة تملك	١٢٤	٣١
	منزل تملك	٢٢٦	٥٦.٥
	فيلا	٣٢	٨
الدخل الشهري	الإجمالي	٤٠٠	١٠٠
	أقل من ١٠٠٠ جنيه	٥٤	١٣.٥
	من ١٠٠٠ : ٢٠٠٠ جنيه	٧٧	١٩.٢
	من ٢٠٠٠ : ٣٠٠٠ جنيه	٤٥	١١.٢
	من ٣٠٠٠ : ٦٠٠٠ جنيه	٧٩	١٩.٨
من ٦٠٠٠ فأكثر	١٤٥	٣٦.٢	
إمتلاك وسائل تكنولوجيا حديثة	الإجمالي	٤٠٠	١٠٠
	كمبيوتر محمول	٣٣٥	٨٣.٨
	محمول	٣٨٢	٨٧
	لاب توب	٣٤٨	٨٧
	اى باد	٢٩٤	٧٣.٥
	سيارة	١٧٤	٤٣.٥
	فيزا كارد	١٨٤	٤٦
تكييف	٢٩٤	٧٣.٥	

تكشف بيانات الجدول السابق ما يلي: من حيث النوع: نسبة ٥٠% من أفراد العينة ذكور، ونسبة ٥٠% منهم إناث.

من حيث الجامعة: نسبة ٢٥% من أفراد العينة بجامعة القاهرة، ونسبة ٢٥% منهم بجامعة الأزهر، ونسبة ٢٥% منهم بجامعة ٦ أكتوبر، ونسبة ٢٥% منهم بالجامعة الأمريكية بالقاهرة.

من حيث الكلية التي تنتمي إليها: نسبة ٥٠% من أفراد العينة بالكليات النظرية، ونسبة ٥٠% منهم بالكليات العلمية.

من حيث الإقامة: نسبة ٥٧% من أفراد العينة مقيمين بالريف، ونسبة ٤٣% منهم مقيمين بالحضر.  
من حيث السكن: نسبة ٥٦.٥% من أفراد العينة يسكنون بمنزل تملكه، و نسبة ٣١% منهم يسكنون بشقة تملكه، ونسبة ٤.٥% منهم يسكنون بشقة إيجار، ونسبة ٨% منهم يسكنون بفيلا.  
من حيث الدخل الشهري: نسبة ٣٦.٢% من أفراد العينة دخلهم من ٦٠٠٠ جنية فأكثر، ونسبة ١٩.٨% دخلهم من ٣٠٠٠ إلى ٦٠٠٠ جنية، ونسبة ١٩.٢% دخلهم من ١٠٠٠ إلى ٢٠٠٠ جنية، ونسبة ١٣.٥% دخلهم أقل من ١٠٠٠ جنية، ونسبة ١١.٢% دخلهم من ٢٠٠٠ إلى ٣٠٠٠ جنية.

### أداة جمع البيانات:

اعتمد الباحث علي إستمارة الإستبيان لجمع البيانات لأنها تتناسب مع طبيعة الموضوع ونوع ومنهج الدراسة، وفي إطار منهج المسح بالعينة لجمع بيانات الدراسة الميدانية، وتم تطبيق الإستبيان من خلال توزيعه علي عينة عمدية قوامها ٤٠٠ مبحوثاً من الشباب الجامعي المستخدم لمواقع التواصل الإجتماعي، وتم إعداد إستمارة الإستبيان لتحقيق أهداف الدراسة، وقد اشتملت الاستمارة على ٢٦ سؤال فضلاً عن البيانات الشخصية للمبحوثين، وتضمنت أسئلة مغلقة وأسئلة متعددة الإجابات، قسمت على ستة محاور - محور التعرض وكثافة وعادات وأنماط استخدام الشباب لمواقع التواصل الإجتماعي، محور أسباب استخدام الشباب لمواقع التواصل الإجتماعي والأنشطة التي يقومون بها من خلال هذه المواقع الإجتماعية، محور الشائعات عبر مواقع التواصل الإجتماعي وأهدافها ومخاطرها ودورها في إحداث العنف والصراع السياسي بين الشباب الجامعي، محور أسباب ظهور وانتشار الشائعات عبر مواقع التواصل الإجتماعي ودورها في إحداث العنف والصراع السياسي بين الشباب، محور دور مواقع التواصل الإجتماعي في نشر الشائعات، محور كيفية التصدي للشائعات المنتشرة عبر مواقع التواصل الإجتماعي، كل محور تضمن عدداً من الاسئلة لقياس متغيرات الدراسة، وبما يحقق أهداف البحث المختلفة، وتم تصميم الاستمارة بالاستعانة بالإطار النظري للدراسة، والدراسات السابقة، وتم ملء الإستمارات من خلال المقابلة المباشرة مع عينة الدراسة، في شهري أبريل و مايو لعام ٢٠١٧م.

### إجراءات الصدق والثبات:

تم قياس الصدق الظاهري Face Validity من خلال:

- ١ - تصميم الاستمارة في ضوء أهداف وتساؤلات الدراسة.
- ٢ - عرض الاستمارة على عدد من السادة المحكمين من ذوي الخبرة في مجال الدراسة بالإعلام ومناهج البحث العلمي للتعرف علي مدي مصداقية الأداة ولتحقيق الهدف الذي أعدت من أجله الدراسة، وقد استجاب الباحث لآراء وإقتراحات السادة المحكمين حول الإستبانة ومدي ملاءمتها لقياس الهدف الذي صممت من أجله وهي مجموعة من الملاحظات من الأساتذة المحكمين، وقد أخذ الباحث بجميع هذه

الملاحظات وعدل من أداة الدراسة وصولاً إلى الشكل النهائي للاستبانة(\*)).

٣ - إضافة بعض الأسئلة التأكيدية التي تقيس نفس الإجابة بصيغ مختلفة في مواقع متباينة في صحيفة الإستبيان وذلك للوقوف علي درجة صدق وجدية المبحوثين في إجاباتهم علي الأسئلة.

### تم قياس الثبات Reliability من خلال:

يهدف الثبات إلي التأكد من وجود درجة كبيرة من الإتساق بين المبحوثين عند تطبيق صحيفة الإستبيان، ولذا قام الباحث بإجراء إختبار قبلي Pre Test علي عينة تضم ١٠% من المبحوثين تم إختيارهم بطريقة عشوائية من أجل التأكد من سلامة صحيفة الإستبيان وما تتضمنه من أسئلة وعليه قام الباحث بإعادة صياغة بعض الأسئلة كي تكون سهلة الفهم علي المبحوثين، وبهدف لا تحتل أي خطأ أو تأويل في الفهم.

وأيضاً قام الباحث باستخدام أسلوب إعادة الإختبار Test Retest للتأكد من ثبات البيانات وتم ذلك علي عينة عشوائية تضم ١٠% أي ٤٠ مفردة بعد فترة أسبوعين من تطبيق الإستبيان وبلغت نسبة معامل الثبات ٩٠% مما يشير إلي ثبات المقياس ودقته.

### المعالجة الإحصائية للبيانات:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة الميدانية، تم ترميز البيانات وإدخالها إلي الحاسب الآلي، ثم معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج " الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية Statistical Package for the Social Science" SPSS

وتم اللجوء إلى المعاملات والإختبارات الإحصائية التالية في تحليل بيانات الدراسة:

- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.

- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.

(السادة الأساتذة المحكمون تم ترتيبهم حسب الأقدمية في درجة الأستاذية .

د/ علي عوجة ، استاذ الإعلام ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة .

د/ محمد معوض إبراهيم ، استاذ الإعلام ، معهد الدراسات العليا للطفولة ، جامعة عين شمس .

د/ إعتقاد خلف معبد ، استاذ الإعلام ، معهد الدراسات العليا للطفولة ، جامعة عين شمس.

د/ جمال النجار ، استاذ الإعلام ، كلية الدراسات الإسلامية والعربية للبنات ، جامعة الأزهر بالقاهرة .

د/ فاتن عبد الرحمن الطنباري ، استاذ الإعلام ، معهد الدراسات العليا للطفولة ، جامعة عين شمس

د/ محمود حسن إسماعيل ، استاذ الإعلام ، معهد الدراسات العليا للطفولة ، جامعة عين شمس.

د/ طة نجم ، استاذ الإعلام ، كلية الآداب ، جامعة الإسكندرية .

د/ وائل إسماعيل عبدالباري ، استاذ الإعلام ، كلية البنات ، جامعة عين شمس.

د/ عابدين الشريف ، استاذ الإعلام ، كلية الآداب ، جامعة الزيتونة لليبيا .

د/ رفعت عارف الضبع ، استاذ الإعلام التربوي ، كلية التربية النوعية ، جامعة طنطا .

د/ صبحي عبدالفتاح الكافوري ، استاذ الصحة النفسية ، كلية التربية ، جامعة كفر الشيخ.

د/ أمال عبدالسميع باظة ، استاذ الصحة النفسية ، كلية التربية ، جامعة كفر الشيخ.

د/ ياسر مصطفى الجندي ، استاذ أصول التربية، كلية التربية ، جامعة كفر الشيخ.

د/ محمود عبدالعزيز طة ، استاذ تكنولوجيا التعليم ، كلية التربية ، جامعة كفر الشيخ.

د/ محمد المنوفي ، استاذ أصول التربية ، كلية التربية ، جامعة كفر الشيخ.

د/ علاء النجار ، استاذ علم النفس ، كلية التربية ، جامعة كفر الشيخ.

د/ همت بسيوني ، استاذ علم الاجتماع السياسي ، كلية الآداب ، جامعة كفر الشيخ.

د/ ممدوح عبدالواحد الحيطي ، استاذ علم الاجتماع السياسي ، كلية الآداب ، جامعة كفر الشيخ.

د/ فيصل متولي ، استاذ علم الاجتماع السياسي المساعد ، كلية الآداب ، جامعة كفر الشيخ.

د/ حازم أنور البنا ، استاذ الإعلام التربوي المساعد، كلية التربية النوعية ، جامعة المنصورة.

- معامل ارتباط بيرسون للعلاقة الخطية بين متغيرين.
- اختبار كا<sup>٢</sup> (Chi Square Test) لدراسة مستوى الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المتغيرات الاسمية (Nominal)
- اختبار (T- Test) لدراسة مستوى الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعتين من المبحوثين في احد متغيرات الفئة أو النسبة ( Interval Or Ratio )
- تحليل التباين ذي البعد الواحد (One Analysis of Variance) المعروف اختصاراً باسم ANOVA لدراسة مستوى الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لأكثر من مجموعتين من المبحوثين في أحد متغيرات الفئة أو النسبة (Interval Or Ratio)
- الإختبارات البعدية (Post Hoc Tests) بطريقة أقل فرق معنوي (Least Significance Difference) والمعروف اختصاراً باسم (LSD) لمعرفة مصدر التباين وإجراء المقارنات الثنائية بين المجموعات التي يثبت ANOVA وجود فروق دالة إحصائية بينها.

### المفاهيم المستخدمة في الدراسة:

يُعد تحديد المفاهيم والمصطلحات العلمية أمراً ضرورياً في البحث العلمي، لذا قام الباحث بتحديد عدد من المفاهيم المستخدمة في البحث كما يلي:

### مواقع التواصل الإجتماعي:

هي تلك المواقع الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه من خلال نظام إجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الإهتمامات والميول والهوايات، أو جمعه مع أصدقائه، ومن ثم تتيح للفرد إنشاء رسائل إلكترونية ونشرها بين أعضاء الموقع والمواقع المشتركة على الشبكات بحرية تامة (٣٠).

ويعرف الباحث مواقع التواصل الإجتماعي إجرائياً: بأنها تلك المواقع التي تتيح لمستخدميها إمكانية التفاعل مع الأصدقاء من خلال ما تقدمه من خدمات للتواصل الإجتماعي بين الأفراد يُمكن أن تشكل أساساً لتعبئة البشر ولتحقيق أغراض معينة تحت ظروف محددة كتنشر أكاذيب وشائعات مثلاً، وقد تكون مواقع التواصل الإجتماعي عامة يتفاعل مستخدموها في مختلف المجالات، وقد تكون شبكات إجتماعية متخصصة تتيح لمستخدميها إمكانية التفاعل في مجالات محددة فقط، علمية كانت، أو سياسية، أو طبية، أو تجارية، أو إقتصادية.

### الشائعات:

هي عبارة عن أخبار غير مؤكدة يتداولها الناس عن طريق الكلمات الشفهية في موقف قلق أو خطر، حيث أنها تروج - غالباً - في أوقات التوتر والأزمات، كما أنها تؤثر في العواطف، وتعطي تبريراً للواقع بطريقة سريعة، وهي في العادة قصيرة من حيث كلماتها بسيطة من حيث مضمونها، وبهذا فقد تمس الشائعة أحياناً معينة يحاول الناس إيجاد تبرير لوقوعها، كما قد تمس كذلك أشخاصاً معينين تدور

حولهم بعض الأفكار أو المعلومات التي يتخذها مروجو الشائعات أساساً في نشر الشائعة، وقد تنتقل الشائعة عن طريق الصحافة أو الإذاعة أو مختلف أجهزة الإعلام أو مواقع التواصل الاجتماعي، ومن أشكالها التثيرة والهمس والنكات والدعاية والقذف والتحويلات والتتبؤ بالأحداث المقبلة، كما أن هناك شائعات تأخذ شكلاً استفزازياً، وهي التي تبعث الذعر وتعمل علي نشره، مثل الشائعات عن هزيمة عسكرية أو غلو أسعار سلع معينة<sup>(٣١)</sup>.

**التعريف الإجرائي للشائعات:** هي كل خبر أو معلومة أو بيان أو صورة أو فيديو أو معلومات نصية أو معلومات غير نصية يتم نشرها أو مشاركتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي بوعي وبدون وعى بمضمون هذا الخبر أو المعلومة وعدم التأكد من مصداقية أو الثقة في مصدرها.

### العنف:

هو كل تصرف يؤدي إلي إلحاق الأذى بالآخرين، وقد يكون الأذى جسدياً أو نفسياً<sup>(٣٢)</sup>، وتشير الموسوعة العلمية (Universal) إلي أن مفهوم العنف يعني كل فعل يمارس من طرف فرد أو جماعة ضد آخرين عن طريق التعنيف قولاً أو فعلاً، وهو فعل عنيف يجسد القوة المادية أو المعنوية<sup>(٣٣)</sup>، فالعنف هو سلوك أو فعل يتسم بالعدوانية يصدر عن طرف قد يكون فرداً أو جماعة أو طبقة إجتماعية أو دولة، بهدف إستغلال وإخضاع طرف آخر في إطار علاقة قوة (مادية، معنوية) غير متكافئة إقتصادياً، سياسياً، علمياً، مما يتسبب في إحداث أضرار مادية أو معنوية أو نفسية لفرد أو جماعة أو طبقة إجتماعية.

**العنف إجرائياً:** هو أحداث المظاهرات والإعتداءات والقتل والتدمير والأضرار التي تلحق بأفراد أو بهيئات المجتمع نتيجة لنشر معلومات أو أخبار مضللة تحض علي ذلك متمثلة في الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة.

### الصراع السياسي:

هو ذلك الصراع الذي تتنافس فيه الحركات السياسية الشبابية من مختلف الاتجاهات والعقائد لجذب انتباه وسائل الإعلام كوسيلة لتحقيق النفوذ السياسي وكل من هولاء الخصوم أو المتنافسين السياسيين يحاول ترويج منظوره الخاص من الصراع في وسائل الإعلام في محاولة لحشد المساندة السياسية لقضيته أو وجهة نظره<sup>(٣٤)</sup>.

**الصراع السياسي إجرائياً:** هو تلك المنافسة التي تحدث بين الأفراد أو الأحزاب أو المؤسسات داخل المجتمع بهدف الحصول علي مكاسب سياسية معينة.

ويقصدالباحث بالشباب في هذه الدراسة (المعني الإجرائي): هي المرحلة العمرية التي تمتد من ١٨ إلى ٢٢ عاماً أي ما يقابلها تربوياً مرحلة التعليم الجامعي بالجامعات والمعاهد العليا.

**حدود الدراسة:****تمثلت حدود الدراسة الحالية فيما يلي:**

- **الحدود الموضوعية:** تقتصر الدراسة على الموضوعات والقضايا التي تعالجها، وهي الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي، ودورها في إحداث العنف والصراع السياسي بين الشباب الجامعي.

- **الحدود البشرية:** تقتصر الدراسة على الشباب المصري.

- **الحدود الزمنية:** تمثلت في الفترة الزمنية لتطبيق البحث الميداني وهي شهري أبريل ومايو ٢٠١٧م.

**الإطار النظري للدراسة:**

تتبنى الدراسة إثنين من نظريات الإعلام وهما من النظريات المفسرة لكيفية البحث عن المعلومات والمعارف والأحداث والموضوعات المختلفة وكيفية الحصول عليها من مصادرها المختلفة وهما: نظرية المجال العام ونظرية الاعتماد علي وسائل الإعلام.

**أولاً: نظرية المجال العام . The public sphere theory**

يقول يورجن هابرماس Jurgen Habermas في مقاله The Public Sphere يقصد بالمجال العام: تلك المساحة من الحياة الاجتماعية التي يتشارك فيها جميع أفراد المجتمع مكونة الرأي العام لدي هذا المجتمع، والتي تتشكل من مجموع المحادثات التي تجري بين كافة المواطنين، الذين يمثلون كياناً عاماً وذلك عند تمتعهم بالقدر الكافي من حرية التجمع، وتكوين الجمعيات، وحرية التعبير عن الآراء ونشرها حول القضايا ذات الاهتمام العام، ومثل هذا الكيان العام يتطلب عدة وسائل لنقل المعلومات والتأثير علي الجماهير، وتعمل وسائل الإعلام من صحف وإذاعة وتلفزيون، وإنترنت -حديثاً- كوسائل لتشكيل المجال العام<sup>(٣٥)</sup>، ومع ظهور الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي إتسعت آفاق هذا المجال إلي حد كبير وهو ما من شأنه أن يعيد صياغة المجال العام، حيث أصبح الفضاء المعلوماتي Cyber Space بيئة خصبة لطرح النقاش علي أساس تعدد الأصوات الفكرية وعدم هيمنة التفكير الأحادي علي عقول الناس<sup>(٣٦)</sup>.

وتقوم نظرية المجال العام في بنيتها الجديدة علي محاولة فهم حدود الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام الجديدة في إتاحة النقاش العام وتسهيل بلورت توافقات تعبر عن الرأي العام النشط، وبحيث تكون إطاراً نظرياً متكاملأً يمكنه توضيح حدود الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام الجديدة ممثله في المدونات والمنتديات ومجموعات النقاش في إدارة توجيه النقاش السياسي والاجتماعي في المجتمع من أجل تعزيز المشاركة العامة وترشيد مدخلات صناعة القرار وصولاً إلي دعم كفاءة الفعل الديمقراطي في المجتمعات عبر بلورة رأي عام يحظي باولويات تحظى باتفاق جماهيري وتمنح الشرعية للعمليات السياسية المختلفة<sup>(٣٧)</sup>.

ولقد ساهمت الثورة الاتصالية الكبرى والتكنولوجيات الجديدة لوسائل الإعلام الإلكترونية وعلى رأسها الإنترنت في ظهور فضاء عام إجتماعي جديد يخضع لمثالية هيرماس. ويعتمد علي أن يكون الراي العام حراً في حركة المعلومات وتبادل الأفكار بين المواطنين، فالإنترنت يقدم إمكانيات جديدة مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية، فهي تجعل من السهل نشر المعلومات بشكل كبير بين الأفراد.

وتؤكد نظرية المجال العام علي أن وسائل الإعلام الإلكترونية تخلق حالة من الجدل بين الجمهور تمنح تأثيراً في القضايا العامة وتؤثر علي الجهة الحاكمة<sup>(٣٨)</sup>.

### فروض نظرية المجال العام:

تفترض نظرية المجال العام أربع سمات رئيسية تميز الاتصال عبر ما أطلق عليه هيرماس "المجال العام" وهي<sup>(٣٩)</sup>.

- ١ - القدرة علي الوصول إلي دائرة الاتصال.
- ٢ - الحرية التي يتمتع بها الأفراد في الاتصال داخل هذه الدائرة.
- ٣ - بنية المناقشة.

٤ - طرح خطاب مبرر بأدلة إقناعية محددة.

### توظيف نظرية المجال العام في الدراسة الحالية:

تستفيد الدراسة الحالية من نظرية المجال العام Public Sphere من خلال التعرف علي الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي وخطورتها في إحداث العنف والصراع السياسي بين الشباب، حيث أنه وفقاً لهذه النظرية فإن مواقع التواصل الاجتماعي تتيح مجالاً عاماً يساعد علي طرح الشائعات والترويج لها من خلال ساحات النقاش المتوفرة عبر هذه المواقع، ومن ثم حدوث العنف والصراع السياسي بين الشباب، وايضا يُمكن الاستفادة من نظرية المجال العام من خلال وضع العديد من التساؤلات للخروج بنتائج وتوصيات للدراسة الحالية لمعرفة دور الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي وخطورتها في إحداث العنف والصراع السياسي بين الشباب.

### ثانياً : نظرية الإعتماد علي وسائل الإعلام . Media Dependency Theory

يستخدم الباحثون نظرية الإعتماد بوصفها الإطار النظري القادر علي تفسير الظواهر الإجتماعية في علاقاتها بوسائل الإعلام حيث يهتم المدخل الحالي برصد العلاقات والتفاعلات بين الأنظمة الفرعية في المجتمع.

وقد طرحت "ساندرا بول روكيتش" Sandra Paul Rockeach، و"دي فلير" Deviler نظرية الإعتماد علي وسائل الإعلام عام ١٩٧٦م، وينطلق من فكرة محورية مفادها أن تعقد المجتمعات، ومحدودية الخبرات المباشرة بالواقع الاجتماعي، فضلاً عن تراجع شبكات الاتصال الشخصي قد جعل من وسائل الإعلام المصدر الأول، والأبرز الذي يعتمد عليه الجمهور في إستقاء المعلومات عن

الأحداث والقضايا التي يفرزها هذا الواقع الاجتماعي . وفي هذا السياق تبدو نظرية الإعتماد علي وسائل الإعلام مدخلاً رئيسياً، فعند رصد ما قاله "ملفين ديفيلد، وساندرا بول روكيتش" في إطار التأثيرات المعرفية حول الغموض *Ambiguity* نجده يرتبط بنقص المعلومات، أو وجود معلومات متناقضة ومتضاربة لدي الناس لفهم معني حدث معين، أو لإيجاد تفسير صحيح للحدث من تفسيرات ممكنة وعديدة. ويحدث الغموض عندما يعلم الفرد بوقوع الأحداث ولا يعرف مغزي الحدث أو تفسيراته، ويصبح من السهل تصور مسئولية وسائل الإعلام في نشأة مشكلة الغموض وحلها، ويصبح من السهل فهم الإعتماد علي وسائل الإعلام في القضاء علي غموض المعلومات وعدم صحتها وصدقها<sup>(٤٠)</sup>. وفي حالات عدم الاستقرار ، ووجود صراع إجتماعي وسياسي يزداد إعتماد الأفراد علي وسائل الإعلام لحل هذا الغموض<sup>(٤١)</sup>، وهذا يدفع الناس إلي إنشاء علاقات متطورة من خلال وسائل الإعلام . ويمكن حل مشكلة الغموض سريعاً إذا ما قدمت وسائل الإعلام معلومات كافية وصحيحة وغير مضللة وقد يستمر لشهور أو سنوات في حالة نقص المعلومات<sup>(٤٢)</sup>. وفي أوقات الأزمات والثورات والاختلال الأمني في المجتمع تزداد مشكلة الغموض لدي الأفراد وتنتشر الشائعات بسرعة البرق ويصبح سعيهم للمعلومات الصحيحة والصادقة والواضحة من خلال الأخبار أكبر نشاطاً ، وتزداد حاجتهم لفهم ما يجري ، والسعي نحو فهم الظروف الشخصية والمجتمعية والبيئية لسد فجوة الفراغ المعرفي الذي تفرضه حالة الأزمة في المجتمع. وتعتمد فكرة نظرية الإعتماد علي وسائل الإعلام علي أن إستخدام الأفراد لوسائل الإعلام لا يتم بمعزل عن تأثير المجتمع الذي يعيش داخله وأن قدرة وسائل الإعلام علي التأثير تزداد عندما تقوم هذه الوسائل بوظيفة نقل المعلومات بشكل مستمر ومكثف، فعندما ظهر مفهوم الإعتماد علي وسائل الإعلام ، ملاء الفراغ الذي خلفه نموذج الإستخدامات والإشباع الذي أهمل تأثير وسائل الإعلام وركز علي المتلقي وأسباب إستخدامه لوسائل الإعلام. وخرجت هذه النظرية من الدوافع الإنسانية للمدرسة الإجتماعية ، حيث يري الباحثون أن هناك إعتماداً متبادلاً بين الإعلام الجماهيري ، والنظام الإجتماعي الذي ينشأ فيه ، لذا فإن شمولية نظرية الإعتماد ودقتها تجعلها من النظريات الإعلامية القليلة التي يمكن أن تساعد في فهم تأثيرات وسائل الإعلام وإستخداماته. ومن الأهداف الرئيسية لنظرية الإعتماد علي وسائل الإعلام الكشف عن الأسباب التي تجعل لوسائل الإعلام أحياناً أثراً قوياً ومباشرة وفي أحيان أخرى تكون لها تأثيرات غير مباشرة وضعيفة نوعاً ما، وتبين روكيتش ودي فليور أن المعلومة هنا هي كل الرسائل الإعلامية حتي الترفيهية منها، وأن تأثر الجمهور بهذا النظام الإجتماعي الذي يعيش بداخله ينعكس علي طريقة إستخدامه لوسائل الإعلام، ولا يقتصر التأثير علي النظام الإجتماعي فحسب، بل يشمل تأثير وسائل الإعلام في الجمهور. وكلما تعقدت البنية الإجتماعية قل التفاعل بين أفراد المجتمع ، مما يتيح للإعلام مجالاً واسعاً لملء الفراغ ، فيصبح الفرد أكثر إعتماداً علي وسائل الإعلام لإستقاء المعلومات، وعلي هذا فالجمهور عنصر فاعل وحيوي في الإتصال. ومن هنا وفي أثناء الأزمات والثورات والاختلالات الأمنية في المجتمع أو الفترات التي تعقبها تنتشر الشائعات في المجتمع

عبر مواقع التواصل الاجتماعي ويكون لها دور مؤثر في إحداث العنف والصراعات السياسية بين الشباب. ومن هذا المدخل يمكن لنا معرفة مدي إعتقاد الشباب الجامعي علي مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول المعلومات الغير صحيحة والمضللة والشائعات ودور ذلك في إحداث العنف والصراع السياسي. ويذكر "محمود حسن إسماعيل" <sup>(٤٣)</sup> أن نظرية الإعتقاد تعد نظرية شاملة، حيث تقدم نظرية كلية للعلاقات بين الإتصال والرأي العام، وتتجنب الأسئلة اليسيرة ذات العلاقة بتأثير وسائل الإعلام في المجتمع، كما يذكر أن أهم إضافة للنظرية هي أن المجتمع يؤثر في وسائل الإعلام، وهذا يعكس الميل العلمي السائد في العلوم الاجتماعية، وهو الميل إلي الحياة علي أنها منظومة مركبة من العناصر المتفاعلة، وليست نماذج منفصلة من الأسباب والنتائج.

وصنف " بلاك" Black وبرينت "Bryant"<sup>(٤٤)</sup> هذا المدخل علي أنه من المداخل المتكاملة للإسباب الآتية:

**أولاً:** تضمنها لعناصر من علم الاجتماع، ومفاهيم من علم النفس.

**ثانياً:** تفسيرها للعلاقات السببية بين الأنظمة المختلفة في المجتمع، مما يؤدي إلي تكامل هذه الأنظمة مع بعضها البعض.

**ثالثاً:** جمعها للعناصر الرئيسة لنظرية الإستخدامات والإشباعات من جهة، ونظريات التأثير التقليدية من جهة أخرى، علي الرغم من أن إهتمام هذه النظرية لا يتركز علي معرفة التأثير بحد ذاته، وإنما في تفسير تراوح التأثير بين القوة والضعف من جانب، والمباشر وغير المباشر من جانب آخر.

**رابعاً:** تقديمها لنظرة فلسفية تجمع بين الإهتمام بمضمون الرسائل والتأثير الذي يصيب الجمهور نتيجة التعرض لهذا المضمون.

ويري الباحث " وستجات" Westgate <sup>(٤٥)</sup> أنه من المعروف أن إعتقاد الأفراد علي الأخبار والمعلومات يزداد أثناء الكوارث والأزمات والثورات أو الفترات التي تعقبها، ولكنه يصبح نمط حياة للفرد حيث أصبحت وسائل الإعلام الإخبارية أيضاً تعتمد بصورة أكثر عمقاً علي الأفراد كمورد بشرية لتحقيق الشرعية لوجودها. وفي المجال السياسي أظهرت نتائج دراسة الباحث "أندرو" Andrew <sup>(٤٦)</sup> أن وسائل الإعلام الأمريكية تهتم أكثر بمحتوي العلاقات الخارجية، وأنها مازالت تلعب دوراً رئيسياً في فهم الجمهور للمعلومات عن المرشحين وأهدافهم، كما تؤثر علي قراراتهم الانتخابية. وفي السنوات الأخيرة وبسبب الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي وتأثيراتهم المتزايدة بإمكاناتهم المعلوماتية الهائلة وإستخداماتهم المتعددة التي أدخلت تعديلاً علي العلاقات التقليدية بين الفرد والنظام الإعلامي طبقاً لمدخل الإعتقاد ركزت العديد من الدراسات <sup>(٤٧)</sup> علي الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي، حيث اتضح أن من أهم أسباب الإعتقاد علي الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي هو الدافعية والإنغماس وليس الخصائص الديموغرافية، حيث تحول إعتقاد الجمهور علي الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي إلي

درجة الإدمان الذي لا ينتهي، وتستند دوافع البحث عن الأخبار على الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي في أغلب الأحوال إلى دوافع الفهم الاجتماعي.

وفيما يتعلق بمسار العلاقة بين وسائل الإعلام والمؤسسات والكيانات الاجتماعية يشير "كريج هايدن" Craig A. Hayden<sup>(٤٨)</sup>، إلى أن نظرية الاعتماد تقدم تفسيراً رصيناً لآليات تأثير القوي الاجتماعية في الخطاب الإعلامي، وأن النظام الاتصالي ممثلاً في وسائل الإعلام يعتمد في ممارساته على المصادر الإخبارية سواء الحكومية أو غير الحكومية.

### توظيف نظرية الاعتماد علي وسائل الإعلام في الدراسة الحالية:

تسعي الدراسة الحالية إلى الكشف عن طبيعة الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في إحداث العنف والصراع السياسي بين الشباب ، وهو ما يتفق مع الهدف الرئيسي للنظرية التي تسعى إلى تفسير: "لماذا يكون لوسائل الإعلام أحياناً أثراً قوياً ومباشرة وأحياناً تأثيرات ضعيفة علي الجوانب المعرفية؟"<sup>(49)</sup> تفترض النظرية أن الجمهور سيعتمد علي وسائل الإعلام وخاصة مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة بشكل متزايد لإستقاء المعلومات والأخبار من أجل تكوين مداركه ومعرفة مضامين التوجهات إزاء ما يحدث في المجتمع في أوقات التغيير والثورات والصراعات التي يسود فيها الشك والغموض، ولذا تفترض الدراسة أن الشائعات الموجودة في مصر وخطورة أخبارها ستمثل إحدى الحالات التي يعتمد فيها الجمهور أكثر علي مواقع التواصل الاجتماعي وخصوصاً أوقات الأزمات والثورات والفترات التي تعقبها، ومن المتوقع أن يعتمدوا علي مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة بصورة كبيرة في الحصول علي الأخبار والمعلومات، لإنتشار هذه المواقع، وإتاحتها بالنسبة لعينة الدراسة، وبالتالي سيكون هذا المدخل مناسباً لأهداف الدراسة.

### النتائج العامة للدراسة الميدانية:

#### المحور الأول: كثافة وعادات وانماط استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي:

#### ١- مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها الشباب الجامعي عينة الدراسة:

جدول رقم (٢)

يوضح مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها الشباب الجامعي عينة الدراسة.

مستوى الدلالة د ح ١	٢ ك	ترتيب	الإجمالي ن = ٤٠٠		مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها الشباب الجامعي عينة الدراسة
			ك	%	
٠.٠٠١	٢٨٥.٦١٠	١	٣٦٩	٩٢.٢	فيس بوك Facebook
٠.٦٨٩ غير دالة	٠.١٦٠	٤	٢٠٤	٥١	تويتر Twitter
٠.١١٠ غير دالة	٢.٥٦٠	٣	٢١٦	٥٤	يوتيوب You Tube
٠.٠٠١	٢٤٣.٣٦٠	٧	٤٤	١١	لينكد إن linked in
٠.٠٠١	٢٨.٠٩٠	٢	٢٥٣	٦٣.٢	واتس أب WhatsApp
٠.٠٠١	١١٨.٨١٠	٦	٩١	٢٢.٨	جوجل بلس Google+
٠.٠٠١	١٦.٨١٠	٥	١٥٩	٣٩.٨	انستغرام Instagram

يتضح من الجدول السابق أن : نسبة ٩٢.٢% من أفراد العينة يستخدمون موقع التواصل فيس

بوك Facebook كأكثر مواقع التواصل الاجتماعي تفضيلاً وإستخداماً لدي الشباب عينة الدراسة،

ونسبة ٦٣.٢% منهم يستخدمون موقع واتس أب WhatsApp، ونسبة ٥٤% منهم يستخدمون موقع يوتيوب You Tube، ونسبة ٥١% منهم يستخدمون موقع تويتر.

ويتضح وجود فروق في مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها الشباب الجامعي عينة الدراسة، حيث كانت قيم كا ٢ دالة عند مستوى ٠.٠٠٠١، بينما لم يكن بينهم فروق في استخدام تويتر Twitter و يوتيوب You Tube حيث كانت قيم كا ٢ غير دالة عند مستوى ٠.٠٠٠٥. مما يعني ارتفاع عدد أفراد العينة الذين يستخدمون ويفضلون موقع الفيس بوك كأحد أفضل مواقع التواصل الاجتماعي لدى الشباب الجامعي عينة الدراسة، وذلك يرجع للعديد من الأسباب منها جاذبية الفيس بوك وشعبية الجارفة، وأنه أكثر التطبيقات قرباً لفكرة مجتمع الشبكة، فهو شبكة إجتماعية علي الإنترنت تحاكي الشبكات الاجتماعية المنسوجة بين الأفراد في الواقع الحقيقي، وهذا جعل من الفيس بوك الشبكة الاجتماعية الأولى والأكثر تفضيلاً واستخداماً لدى الشباب عينة الدراسة، وهذه النتيجة إتفقت ودراسة (ممدوح عبدالواحد الحيطي، ٢٠١٥م)<sup>(٥٠)</sup>، التي توصلت إلي أن ما يزيد عن نصف أفراد العينة مشتركين في موقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك بنسبة ٦٧.٥٠%، يليه في الترتيب موقع تويتر بنسبة ٢٣.١٨%، ثم موقع يوتيوب بنسبة ١.٨٢%، واتفقت أيضاً ودراسة (ياسمين صلاح عبدالرحمن، ٢٠١٦م)<sup>(٥١)</sup> والتي جاء فيها أن من يفضلون استخدام الفيس بوك كأحد مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة ٩٤.٥%، يليه موقع اليوتيوب بنسبة ٥.٥%.

## ٢- منذ متى تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (٣)

بداية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى الشباب أفراد العينة.

مستوى الدلالة د ح ٢	٢ كا	الإجمالي		منذ كم عام تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي .
		ك	%	
٠.٠٠٠١	١٥.٩٩٥	١١٣	٢٨.٢	منذ أقل من عام
		١١٦	٢٩	من عام إلي أقل من ٣ أعوام
		١٧١	٤٢.٨	من ٣ أعوام فأكثر
		٤٠٠	١٠٠	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق أن: نسبة ٤٢.٨% من أفراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي منذ أكثر من ثلاثة أعوام، ونسبة ٢٩% منهم يستخدمونها من عام إلي ثلاثة أعوام، ونسبة ٢٨.٢% منهم يستخدمونها منذ أقل من عام.

ويتضح وجود فروق في منذ كم عام يستخدم الشباب الجامعي مواقع التواصل الاجتماعي؟، حيث كانت قيمة كا ٢ = ١٥.٩٩٥ وهي دالة عند مستوى ٠.٠٠٠١، مما يعني ارتفاع عدد الشباب الجامعي الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي منذ أكثر من ثلاثة أعوام ويعود إلي أن التعامل مع الفيس بوك

سهل الإستخدام، ويستطيع أي مُستخدم أن يتعامل معه ومع تطبيقاته بكل يسر مع إختلاف أعمار هؤلاء المستخدمين ومستوياتهم الإجتماعية والإقتصادية، حيث أن إستخدام الفيس بوك يحتاج إلي القليل من المعرفة في أسس إستخدام الحاسب الآلي والهواتف الذكية من أجل النشر وتحقيق التواصل عبر الإنترنت، وبشكل عام يمتاز الفيس بوك بالتصميم البسيط، وعرض المميزات عند الطلب، وسهولة إجراء المحادثات النصية ومحادثات الفيديو إضافة إلي توفير صوراً متزامنة مع الوقت للتحديثات، وإشعارات معينة تثير انتباه المستخدمين، وهذه النتيجة اتفقت ودراسة (نجوي إبراهيم سيد إبراهيم، ٢٠١٥م)<sup>(٥٢)</sup> التي توصلت إلي أن ما يزيد عن نصف أفراد العينة مشتركين في مواقع التواصل الإجتماعي منذ ثلاث سنوات فأكثر، ونسبة ٢٠.٧% منهم مشتركون من سنة إلي أقل من ثلاث سنوات، ونسبة ٥.٣% منهم مشتركون منذ أقل من سنتين، واتفقت أيضاً ودراسة ( أسماء سعيد غضبان، ٢٠١٥م).<sup>(٥٣)</sup>، واتفقت أيضاً ودراسة (نها نبيل الاسودوي، ٢٠١٢م)<sup>(٥٤)</sup>، وإختلفت ودراسة ( تركي بن عبدالعزيز السديري، ٢٠١٤م)<sup>(٥٥)</sup> التي توصلت إلي أن ٢٨.٧% من أفراد العينة لم يستخدموا مواقع التواصل الإجتماعي مطلقاً في التوعية ضد خطر الشائعات في الترتيب الأول، يليه نسبة ٢١.٧% من أفراد يستخدمونها منذ أقل من عام في الترتيب الثاني.

### ٣- معدل إستخدام الشباب الجامعي عينة الدراسة لمواقع التواصل الإجتماعي:

جدول رقم (٤)

يوضح معدل إستخدام الشباب الجامعي عينة الدراسة لمواقع التواصل الإجتماعي.

مستوى الدلالة د ح ٢	٢ ك	الإجمالي		معدل إستخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الإجتماعي
		%	ك	
٠.٠٠١	٢٠.٦١٥	٤٢.٢	١٦٩	يوميًا
		٣٤	١٣٦	من ٤ - ٦ أيام في الأسبوع
		٢٣.٨	٩٥	من ١-٣ أيام في الأسبوع
		١٠٠	٤٠٠	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق أن: نسبة ٤٢.٢% من أفراد العينة يستخدمون موقع التواصل الإجتماعي يوميًا، ونسبة ٣٤% منهم يستخدمونها من ٤ - ٦ أيام في الأسبوع، ونسبة ٢٣.٨% منهم يستخدمونها ١-٣ أيام في الأسبوع.

ويتضح وجود فروق في معدل إستخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الإجتماعي، حيث كانت قيمة كا = ٢٠.٦١٥ وهي دالة عند مستوى ٠.٠٠١، مما يعني إرتفاع عدد أفراد العينة الذين يستخدمون مواقع التواصل الإجتماعي يوميًا، ويشير هذا الإرتفاع في إستخدام مواقع التواصل الإجتماعي إلي أن هذه المواقع أصبحت مهمة للشباب وضرورة من ضرورات حياتهم لتلقي الأخبار والمعلومات من خلال هذه المواقع، وانها أصبحت مكاناً يُعبر عن شخصياتهم وآرائهم وأفكارهم، وملأها يلجأ إليه الشباب

في متابعة ومناقشة كل ما يرويدون في شتي مجالات الحياة بحرية وإهتمام، ويرجع الباحث السبب في كثرة الإستخدام اليومي (دائماً) إلي وجود مساحة من الوقت لدي طلبة الجامعات تساعدهم علي الإستخدام المنتظم لهذه المواقع الإجتماعية، واتفقت هذه النتيجة ودراسة (أسماء سعيد غضبان، ٢٠١٥م)<sup>(٥٦)</sup>، والتي جاء فيها أن نسبة من يستخدمون مواقع التواصل الإجتماعي يومياً بنسبة ٨٠.٥% من أفراد العينة في الترتيب الأول، يليه من يستخدمونها أكثر أيام الأسبوع بنسبة ١٧.٩% في الترتيب الثاني، ثم مرة في الأسبوع في الترتيب الأخير بنسبة ١.٧%.

#### ٤- عدد الساعات التي تقضيها يومياً في استخدام مواقع التواصل الإجتماعي من وجهة نظر الشباب عينة الدراسة:

جدول رقم (٥)

عدد الساعات التي تقضيها يومياً في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الشباب عينة الدراسة.

مستوى الدلالة ح د ٣	٢ ك	الإجمالي		عدد الساعات التي تقضيها يومياً في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي
		%	ك	
٠.٠٠٠١	٢٥.٣٠٠	٢١	٨٤	ساعة يومياً
		٣٢.٨	١٣١	من ساعة الي ساعتين يومياً
		١٧	٦٨	ثلاث ساعات يومياً
		٢٩.٢	١١٧	أكثر من ثلاث ساعات يومياً
		١٠٠	٤٠٠	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق أن: نسبة ٣٢.٨% من أفراد العينة يقضون يومياً في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من ساعة الي ساعتين يومياً، ونسبة ٢٩.٢% منهم يقضون يومياً ثلاث ساعات فأكثر، ونسبة ٢١% منهم يقضون ساعة يومياً، ونسبة ١٧% منهم يقضون يومياً ثلاث ساعات. ويتضح وجود فروق في عدد الساعات التي تقضيها يومياً في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، حيث كانت قيمة كا = ٢٥.٣٠٠ وهي دالة عند مستوى ٠.٠٠٠١، مما يعني إرتفاع عدد أفراد العينة الذين يقضون يومياً في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من ساعة إلى ساعتين يومياً، ويرى الباحث أن الإستخدام المتزايد والمكثف من قبل المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي يؤكد علي أهميتها وإستخداماتها المتنوعة والمتجددة في جميع المجالات من قبل المبحوثين لا سيما فئة الشباب، وتتفق هذه النتيجة ودراسة (ياسمين صلاح عبدالرحمن، ٢٠١٦م)<sup>(٥٧)</sup>، حيث جاءت النسبة الأعلى للإستخدام من ساعة إلى ثلاث ساعات يومياً في الترتيب الأول بنسبة ٣٦.٢% لدي أفراد العينة، يليه من ٤ - ٦ ساعات يومياً بنسبة ٣٠.٥% في الترتيب الثاني لدي أفراد العينة، واتفقت كذلك ودراسة (أسماء سعيد غضبان، ٢٠١٥م)<sup>(٥٨)</sup> والتي جاءت نتائجها أن نسبة ٤٥.٠% من المبحوثين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي من ساعة إلى ساعتين يومياً، يليه من يستخدمونها ثلاث ساعات فأكثر يومياً بنسبة ٣٩.٧%، ثم من يستخدمونها أقل من ساعة يومياً بنسبة ١٥.٢%.

## ٥- الوسيلة التي يستخدمها الشباب الجامعي عند الدخول على مواقع التواصل الاجتماعي المفضلة لديهم:

جدول رقم (٦)

يوضح الوسيلة التي يستخدمها الشباب الجامعي عند الدخول على مواقع التواصل الاجتماعي المفضلة لديهم

مستوى الدلالة د ح ١	٢ ك	ترتيب	الإجمالي ن=٤٠٠		الوسيلة التي يستخدمها الشباب الجامعي عند الدخول على مواقع التواصل الاجتماعي المفضلة لديهم
			ك	%	
٠.٠١	٧.٢٩٠	٣	١٧٣	٤٣.٢	جهاز كمبيوتر عادي في المنزل
٠.٠١	٩.٦١٠	٢	٢٣١	٥٧.٨	لاب توب Lap Top
٠.٠٠١	١١٨.٨١٠	١	٣٠٩	٧٧.٢	هاتف ذكي Smart Phone
٠.٠٠١	٨١.٠٠٠	٤	١١٠	٢٧.٥	كمبيوتر لوحي I Pad - Tab
٠.٠٠١	١٥٣.٧٦٠	٥	٧٦	١٩	كل ما سبق

يتضح من الجدول السابق أن: نسبة ٧٧.٢% من أفراد العينة يستخدمون عند دخولهم على مواقع التواصل الاجتماعي المفضلة لديهم هاتف ذكي Smart Phone، ونسبة ٥٧.٨% منهم يستخدمون لاب توب Lap Top، ونسبة ٤٣.٢% منهم يستخدمون جهاز كمبيوتر عادي في المنزل، ونسبة ٢٧.٥% منهم يستخدمون كمبيوتر لوحي I Pad - Tab.

ويتضح وجود فروق في الوسيلة التي يستخدمها الشباب الجامعي عند الدخول على مواقع التواصل الاجتماعي المفضلة لديهم، حيث كانت قيم كا ٢ دالة عند مستوى دلالة أقل من ٠.٠٠٠١، ويمكن تفسير ذلك في ضوء كثافة إنتشار الهواتف المحمولة الذكية بين أفراد الشريحة العمرية التي ينتمي إليها الباحثون عينة الدراسة، وهي شريحة الشباب، وهو الإنتشار الذي يرجع لخواص هذا الوسيط من حيث تعدد وظائفه وصغر حجمه بما يسمح بحمله في أي مكان يتواجد فيه الفرد، فضلاً عن خصوصية استخدامه واقتصاره على مستخدمه فقط، إضافة إلي وجود الإنترنت علي هذه الأجهزة من خلال تحميله عبر شبكة المحمول المستخدمة ورخص سعره مكن جميع الأفراد في المجتمع من استخدامه، وقد إتفقت هذه النتيجة ودراسة (نجوي إبراهيم سيد إبراهيم ، ٢٠١٥م)<sup>(٩)</sup>، التي توصلت إلى أن هناك وسيلتين كانتا الأكثر استخداماً في الدخول لمواقع التواصل الاجتماعي فضاء الهاتف المحمول الذكي Smart Phone في المقدمة بنسبة ٥٣.٨%، تلاه في المرتبة الثانية جهاز كمبيوتر محمول Laptop بنسبة ٣٣%، ثم جهاز الكمبيوتر العادي بنسبة ١٢.٣%، واتفقت أيضاً ودراسة (إيمان عبدالمنعم محمد عزب، ٢٠١٦م)<sup>(١٠)</sup> والتي توصلت إلي أن نسبة ٥٦.٣% من أفراد العينة يستخدمون الهاتف الذكي المحمول Smart Phone للدخول لمواقع التواصل الاجتماعي المفضلة لديهم، ونسبة ١٤.٤% منهم يستخدمون جهاز كمبيوتر محمول Lap Top في الترتيب الثاني، ونسبة ١٤.٢% منهم يستخدمون كمبيوتر لوحي I Pad - Tab.

**المحور الثاني : أسباب استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي والأنشطة التي يقومون بها والتعامل مع الاخبار والمعلومات التي تنشر عبر هذه المواقع:**

٦- أهم الأسباب التي تجعل الشباب الجامعي حريصاً على تصفح موقع التواصل الاجتماعي المفضلة لديهم:

جدول رقم (٧)

يوضح أهم الأسباب التي تجعل الشباب الجامعي حريصاً على تصفح موقع التواصل الاجتماعي المفضلة لديهم

مستوى الدلالة ح ١	٢ ك	ترتيب	الإجمالي ن = ٤٠٠		أهم الأسباب التي تجعل الشباب الجامعي حريصاً على تصفح مواقع التواصل الاجتماعي المفضلة لديهم
			ك	%	
٠.٠١	٩.٠٠٠	١	٢٣٠	٥٧.٥	١- للتواصل مع الاهل والأصدقاء.
٠.٠٠١	٣٦.٠٠٠	٤	١٤٠	٣٥	٢- للتعرف على اصدقاء جدد.
٠.٠٠١	٢٨.٠٩٠	٣	١٤٧	٣٦.٨	٣- المشاركة بالنشر على الصفحات (منشورات - تعليقات - تغريدات).
٠.٠١	٨.٤١٠	٢	١٧١	٤٢.٨	٤- للقضاء على وقت الفراغ.
٠.٠٠١	٤٧.٦١٠	٦	١٣١	٣٢.٨	٥- لمتابعة الاخبار والأحداث الجارية.
٠.٠٠١	٥٤.٧٦٠	٨	١٢٦	٣١.٥	٦- للتعبير عن رأيي بحرية مطلقة.
٠.٠٠١	٤٠.٩٦٠	٥	١٣٦	٣٤	٧- للإطلاع على الاعلانات دائماً.
٠.٠٠١	٤٧.٦١٠	٦	١٣١	٣٢.٨	٨- لمسايرة التطورات الحديثة.
٠.٠٠١	٢٨.٠٩٠	٣	١٤٧	٣٦.٨	٩- لزيادة الوعي الثقافي.
٠.٠٠١	٥٣.٢٩٠	٧	١٢٧	٣١.٨	١٠- لدعم قضية معينة أو من بها.

يتضح من الجدول السابق أن: نسبة ٥٧.٥% من أفراد العينة يرون أن الأسباب التي تجعلهم حريصين على تصفح مواقع التواصل الاجتماعي المفضلة لديهم هي للتواصل مع الأهل والأصدقاء، وهي الوظيفة التي تؤديها هذه المواقع بشكل عام حيث تتيح التواصل مع الآخرين وتبادل الآراء والأفكار المختلفة بشكل سريع وسهل، ونسبة ٤٢.٨% منهم حريصون على تصفحها للقضاء على وقت الفراغ، ويرجع الباحث استخدام الشباب عينة الدراسة مواقع التواصل الاجتماعي المفضلة لديهم للقضاء على وقت الفراغ وذلك لأن أهم ما يميز مواقع التواصل الاجتماعي في العصر الحديث خصوصاً بعد تعقد نظم الحياة في المجتمعات وإنشغال الشباب طوال العام بالدراسة والعمل، فمواقع التواصل الاجتماعي أخذت علي عاتقها هذا الدور وبشكل منقطع النظير في توفير جو يساعد علي التسلية والإستمتاع في أي وقت وتفضية وقت الفراغ. ونسبة ٣٦.٨% منهم حريصون على تصفحها للمشاركة بالنشر على الصفحات (منشورات - تعليقات - تغريدات)، وهذه من المميزات والخصائص الإيجابية التي أتاحتها مواقع التواصل الاجتماعي لمستخدميها وأحد عوامل الجذب لهذه المواقع، ونسبة ٣٦.٨% منهم حريصون على تصفحها لزيادة وعيهم الثقافي، حيث تسهم هذه المواقع في تعريف المبحوثين بالأحداث والوقائع الجارية لحظة بلحظة وقت وقوعها دون الإنتظار لطبع أو إرسال مراسل أو غيرها من الأدوات التي تستخدمها وسائل

الإعلام الأخرى في بث أخبارها ومعلوماتها عن الأحداث الجارية وهذا من طبيعته زيادة الوعي الثقافي والمعرفي لدى الأفراد.

ويتضح وجود فروق في أهم الأسباب التي تجعل الشباب الجامعي حريصاً على تصفح مواقع التواصل الإجتماعي المفضلة لديهم، حيث كانت قيم كا ٢ دالة عند مستوى دلالة أقل من ٠.٠٠٠١، وهذا ما يتفق ودراسة ( أسماء سعيد غضبان، ٢٠١٥م) <sup>(٦١)</sup>، والتي جاء فيها حرص أفراد العينة علي إستخدام مواقع التواصل الإجتماعي المفضلة لديهم بسبب للتواصل مع الأهل والأصدقاء في الترتيب الأول بنسبة ٦١.٦%، يليه استخدام لتصفح الأخبار بشكل عام بنسبة ٥٦.٣%، ثم إستخدام للتسلية وقضاء وقت الفراغ بنسبة ٣١.٤%.

٧- أهم الأنشطة التي يمكن أن يقوم بها الشباب الجامعي عينة الدراسة من خلال إستخدامه لمواقع التواصل الإجتماعي:

جدول رقم (٨)

يوضح أهم الأنشطة التي يمكن أن يقوم بها الشباب الجامعي عينة الدراسة من خلال إستخدامه لمواقع التواصل الإجتماعي

مستوى الدلالة ح د	كا	ترتيب	الإجمالي ن=٤٠٠		أهم الأنشطة التي يمكن ان يقوم بها الشباب الجامعي عينة الدراسة من خلال إستخدامه لمواقع التواصل الإجتماعي
			ك	%	
غير دالة	١.٢١٠	٢	١٨٩	٤٧.٢	١- متابعة تحديثات الأصدقاء.
غير دالة	١.٠٠٠	١	١٩٠	٤٧.٥	٢- تحديث الحالة الخاصة بي .
٠.٠٠٠١	٢٢.٠٩٠	٦	١٥٣	٣٨.٢	٣- مشاركة ما ينشره الآخرون من صور وفيديوهات
٠.٠٠٠١	٥٩.٢٩٠	٨	١٢٣	٣٠.٨	٤- التعرف وإنشاء الصداقات.
غير دالة	١.٦٩٠	٣	١٨٧	٤٦.٨	٥- متابعة الأخبار التي تنشرها صفحات وحسابات وسائل الإعلام
٠.٠٠٠١	٣٤.٨١٠	٧	١٤١	٣٥.٢	٦- المشاركة بالنشر على الصفحات (المنشورات والتعليقات)
٠.٠٠٠١	٢١.١٦٠	٥	١٥٤	٣٨.٥	٧- التثقيف والإطلاع على كل ما هو جديد.
٠.٠٠٠١	١٠٤.٠٤٠	٩	٩٨	٢٤.٥	٨- إستخدامها لإغراض علمية ومهنية .
٠.٠٠٠١	١٣.٦٩٠	٤	١٦٣	٤٠.٨	٩- للتعرف على وجهات النظر المختلفة تجاه القضايا والأحداث الجارية
٠.٠٠٠١	١٤٦.٤١٠	١٠	٧٩	١٩.٨	١٠- الإطلاع على الإعلانات دائما.

يتضح من الجدول السابق أن: نسبة ٤٧.٥% من أفراد العينة يرون أن أهم الأنشطة التي يمكن أن يقوموا بها من خلال إستخدام مواقع التواصل الإجتماعي هو تحديث الحالة الخاصة بهم وذلك لإضافة كل ما هو جديد لصفحاتهم من أخبار ومعلومات وصور ومقاطع فيديو وهذا ما يعرف الآن بصحافة المواطن، ونسبة ٤٧.٢% منهم يرون أنه متابعة تحديثات الأصدقاء وهذا النشاط هو ما يعطي مواقع التواصل الإجتماعي صفة الإجتماعية والتواصل، ونسبة ٤٦.٨% منهم يرون أنه متابعة الأخبار

التي تنشرها صفحات وحسابات وسائل الإعلام وهذا يتلاءم مع تغير مجريات الأحداث التي تحصل في العالم ورغبة المبحوثين في معرفتها ومتابعتها، ونسبة ٣٦.٨% منهم يرون أنه التعرف على وجهات النظر المختلفة تجاه القضايا والأحداث الجارية.

ويتضح وجود فروق في أهم الأنشطة التي يمكن أن يقوم بها الشباب الجامعي عينة الدراسة من خلال إستخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي، حيث كانت قيم كا ٢ دالة عند مستوى دلالة ٠.٠٠٠١، بينما لم يكن بينهم فروق في كلٍ من متابعة تحديثات الأصدقاء وتحديث الحالة الخاصة بهم ومتابعة الأخبار التي تنشرها صفحات وحسابات وسائل الإعلام حيث كانت قيم كا<sup>٢</sup> غير دالة عند مستوى ٠.٠٠٠٥.

٨- نوعية الصفحات التي يفضل الشباب الجامعي عينة الدراسة متابعتها في مواقع التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (٩)

يوضح نوعية الصفحات التي يفضل الشباب الجامعي عينة الدراسة متابعتها في مواقع التواصل الاجتماعي

نوعية الصفحات التي يفضل الشباب الجامعي عينة الدراسة متابعتها في مواقع التواصل الاجتماعي	الإجمالي ن=٤٠٠		ترتيب	كا	مستوى الدلالة ح د
	ك	%			
١- صفحات سياسية	٢٣٩	٥٩.٨	١	١٥.٢١٠	٠.٠٠٠١
٢- صفحات اقتصادية.	١٨٥	٤٦.٢	٢	٢.٢٥٠	٠.١٣٤ غير دالة
٣- صفحات رياضية	١٣٣	٣٣.٢	٦	٤٤.٨٩٠	٠.٠٠٠١
٤- صفحات اجتماعية	١٤١	٣٥.٢	٥	٣٤.٨١٠	٠.٠٠٠١
٥- صفحات دينية	١٧٠	٤٢.٥	٤	٩.٠٠٠	٠.٠١
٦- صفحات ثقافية	١٧٠	٤٢.٥	٤	٩.٠٠٠	٠.٠١
٧- صفحات ساخرة	١١٦	٢٩	٨	٧٠.٥٦٠	٠.٠٠٠١
٨- صفحات فنية	١٢٤	٣١	٧	٥٧.٧٦٠	٠.٠٠٠١
٩- صفحات تعليمية	١٧٤	٤٣.٥	٣	٦.٧٦٠	٠.٠١

يتضح من الجدول السابق أن: نسبة ٥٩.٨% من أفراد العينة يفضلون متابعة الصفحات السياسية في مواقع التواصل الاجتماعي ويشير ذلك إلى تأثير هذه الصفحات علي حياة الشباب وإهتمامهم بها خاصة مع التطورات السياسية المتسارعة في مصر من مرورها بثورتين وما تبعهم من أحداث وموضوعات سياسية مختلفة وسعي الشباب للمشاركة السياسية وإيصال وجهات نظره وآرائه للمجتمع عبر هذه المواقع، ونسبة ٤٦.٢% منهم يفضلون متابعة الصفحات الاقتصادية وذلك لما للصفحات الاقتصادية من أهمية مجتمعية وتأثير كبير علي معيشة الأفراد داخل المجتمع، فهذا يجعل من متابعتها أمراً ضرورياً بالنسبة للشباب عينة الدراسة، ونسبة ٤٣.٥% منهم يفضلون متابعة الصفحات التعليمية، ويرجع الباحث هذا إلى انتشار الصفحات التعليمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وإقبال الشباب عليها من كل الأعمار ومختلف المراحل الدراسية للمتابعة والإستفادة بكل ما هو جديد في مجال التعليم ومن

أجل متابعة البحوث العلمية ورغبة من الشباب في رفع مستواهم العلمي ومواكبة آخر النظريات العلمية والمعرفية، ونسبة ٤٢.٥% منهم يفضلون متابعة الصفحات الدينية ويشير ذلك إلى أهمية الصفحات الدينية ورغبة الشباب في معرفة الآراء الدينية وفقاً لمتغيرات العصر والتعرف إلى فقه الواقع والتوصل إلى الدين الصحيح بعيداً عن الشبهات والمحرمات، كما أن هذه الصفحات تتيح للشباب الحرية في مناقشة بعض القضايا الدينية التي يرون أنه من الصعب نقاشها مع الأهل ومن خلال هذه الصفحات يتم التواصل بشكل مباشر مع من يملكون العلم الديني لمناقشة القضايا الدينية المختلفة، ونسبة ٤٢.٥% منهم يفضلون متابعة الصفحات الثقافية، ويرجع الباحث إهتمام الشباب بالصفحات الثقافية إلى حاجة الشباب ليكونوا علي وعي وإدراك بالأحداث الثقافية في المجتمع، ويتم من خلال مواقع التواصل الإجتماعي الدعوة لأحداث ثقافية وعلمية للوصول إلى أكبر شريحة من الشباب فيتم التجمع في أحد المراكز الثقافية وتخصيص موضوعات معينة لنقاشها وتبادل الآراء حولها، كما يتم إنشاء مجموعات خاصة عبر فيس بوك وينضم إليها كل من يرغب في التعمق في موضوع علمي أو ثقافي محدد كقراءة بعض الكتب ومناقشتها أو الإطلاع على آخر الإنجازات المعرفية والثقافية.

ويتضح وجود فروق في نوعية الصفحات التي يفضل الشباب الجامعي عينة الدراسة متابعتها في مواقع التواصل الإجتماعي، حيث كانت قيم كا<sup>٢</sup> دالة عند مستوى دلالة أقل من ٠.٠٠١، بينما لم يكن بينهم فروق في الصفحات الاقتصادية حيث كانت قيم كا<sup>٢</sup> غير دالة عند مستوى ٠.٠٠٥. وهذه النتيجة اتفقت ودراسة (أسماء سعيد غضان، ٢٠١٥م)<sup>(٦٢)</sup>، والتي تصدرت فيها الصفحات السياسية قائمة الصفحات التي يتابعها الشباب عينة الدراسة بنسبة بلغت ٦٤.٩%، وإختلفت ودراسة (عبدالله عبدالله الوزان، ٢٠١٥م)<sup>(٦٣)</sup> والتي جاء في نتائجها تصدر الصفحات الخاصة بالشئون العامة الصفحات التي يفضلها الشباب عينة الدراسة على مواقع التواصل الإجتماعي بنسبة ٨٨.٣%، يليه الصفحات الرياضية بنسبة ٨٦%، ثم الصفحات الإجتماعية جاءت في الترتيب الثالث بنسبة ٨١.٣%.

#### ٩- مدى متابعة الأخبار باستمرار على مواقع التواصل الإجتماعي لدي الشباب عينة الدراسة:

جدول (١٠)

يوضح مدى متابعة الأخبار باستمرار على مواقع التواصل الإجتماعي لدي الشباب عينة الدراسة

مستوى الدلالة د ح ٢	كا	الإجمالي		مدى متابعة الأخبار باستمرار على مواقع التواصل الإجتماعي لدي الشباب عينة الدراسة
		%	ك	
٠.٠٠١	١٥٧.١١٥	٤٠.٢	١٦١	دائماً
		٥٤.٨	٢١٩	أحياناً
		٥	٢٠	لا
		١٠٠	٤٠٠	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق أن: نسبة ٥٤.٨% من أفراد العينة يتابعون الأخبار باستمرار على مواقع التواصل الاجتماعي (أحياناً)، ونسبة ٤٠.٢% منهم يتابعونها (دائماً)، ونسبة ٥% منهم لا يتابعون الأخبار باستمرار على مواقع التواصل الاجتماعي.

ويتضح وجود فروق في مدى متابعة الأخبار باستمرار على مواقع التواصل الاجتماعي، حيث كانت قيمة كا = ٢١٥.١٥٧ وهي دالة عند مستوى ٠.٠٠١، مما يعني ارتفاع عدد أفراد العينة يتابعون الأخبار باستمرار على مواقع التواصل الاجتماعي. وهذا مؤشر قوي على أهمية مواقع التواصل الاجتماعي بالنسبة للشباب عينة الدراسة في الحصول على الأخبار والمعلومات ودليل قوي أيضاً على اعتماد الشباب واستخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي وتأكيداً على تمتع هذه المواقع بالوظيفة الإعلامية الإخبارية، وإتفقت هذه النتيجة ودراسة (عبدالله عبدالله محمد الوزان، ٢٠١٥م)<sup>(٦٤)</sup> والتي جاء بنتائجها أن أفراد العينة يتابعون الأخبار عبر وسائل التواصل الاجتماعي أحياناً بنسبة ٦٢.٣% في الترتيب الأول، يليه دائماً بنسبة ٢١.٧% في الترتيب الثاني، ثم لا بنسبة ١٦% في الترتيب الأخير.

#### ١٠- أسباب متابعة الشباب الجامعي عينة الدراسة للأخبار على مواقع التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (١١)

يوضح أسباب متابعة الشباب الجامعي عينة الدراسة للأخبار على مواقع التواصل الاجتماعي.

مستوى الدلالة ح د	٢٤	ترتيب	الإجمالي ن=٣٨٠		أسباب متابعة الشباب الجامعي عينة الدراسة للأخبار على مواقع التواصل الاجتماعي.
			ك	%	
٠.٠٠١	٥٤.٥٦٨	١	٢٦٢	٦٨.٩	١- الأخبار والمعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي سريعة وسهلة الانتشار
٠.٣٥٦	٠.٨٥٣	٣	١٨١	٤٧.٦	٢- الأخبار على مواقع التواصل الاجتماعي مدعمة بالصورة الحية والفيديو.
٠.٠٠١	١٢.١٦٨	٤	١٥٦	٤١.١	٣- نوع وشكل الأخبار في وسائل الإعلام التقليدية لاترضي فضولي.
٠.٩١٨	٠.٠١١	٢	١٩١	٥٠.٣	٤- شكل الأخبار في وسائل الإعلام التقليدية غير واضح
٠.٠٠١	٦٠.٨٠٠	٥	١١٤	٣٠	٥- مصادر الأخبار في وسائل الإعلام الأخرى غير واضحة أو غير صادقة

يتضح من الجدول السابق أن: نسبة ٦٨.٩% من أفراد العينة يتابعون الأخبار على مواقع التواصل الاجتماعي لأن الأخبار والمعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي سريعة وسهلة الانتشار، ويرى الباحث أن إختيار الشباب أفراد العينة هذا البديل ليتصدر البدائل يتمشى تماماً مع ما وضحة العلماء من خصائص ومميزات لمواقع التواصل الاجتماعي في أنها سريعة وسهلة الإنتشار بين الأفراد وذلك لإتاحتها مايعرف بصحافة المواطن التي تمكن كل فرد من وضع المحتوى الذي يناسبه وفي الوقت الذي يناسبه، ونسبة ٥٠.٣% منهم يتابعونها على مواقع التواصل الاجتماعي لان شكل الأخبار في وسائل الإعلام التقليدية غير واضح، ونسبة ٤٧.٦% منهم يتابعونها على مواقع التواصل الاجتماعي

لأن الأخبار على مواقع التواصل الاجتماعي مدعمة بالصورة الحية والفيديو، ونسبة ٤١.١% منهم يتابعونها على مواقع التواصل الاجتماعي لأن نوع وشكل الأخبار في وسائل الإعلام التقليدية لا ترضي فضولهم.

ويتضح وجود فروق في أسباب متابعة الشباب الجامعي للأخبار على مواقع التواصل الاجتماعي، حيث كانت قيم كاي دالة عند مستوى دلالة ٠.٠٠٠١، بينما لم يكن بينهم فروق في متابعة الأخبار على مواقع التواصل الاجتماعي بسبب أن الأخبار على مواقع التواصل الاجتماعي مدعمة بالصورة الحية والفيديو، ولأن شكل الأخبار في وسائل الإعلام التقليدية غير واضح حيث كانت قيم كاي غير دالة عند مستوى ٠.٠٠٥.

١١- ما يقوم به الشباب الجامعي عينة الدراسة في حالة اهتمامهم بخبر أو حدث أو موضوع عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (١٢)

يوضح ما يقوم به الشباب الجامعي عينة الدراسة في حالة اهتمامهم بخبر أو حدث أو موضوع عبر مواقع التواصل الاجتماعي

مستوى الدلالة د ح ١	كا	ترتيب	الإجمالي ن=٣٨٠		ما يقوم به الشباب الجامعي عينة الدراسة في حالة إهتمامهم بخبر أو حدث أو موضوع عبر مواقع التواصل الاجتماعي
			%	ك	
٠.٠٠١	١٦.٨٤٢	١	٦٠.٥	٢٣٠	١- قراءة الموضوع كاملاً أو معظمه قراءة سريعة
٠.٠٠١	١٧.٦٩٥	٣	٣٩.٢	١٤٩	٢- إختيار جزء من الموضوع وقراءته قراءة عميقة
٠.٠١	٧.١١٦	٢	٤٣.٢	١٦٤	٣- قراءة تعليقات المستخدمين الآخرين على مواقع التواصل الاجتماعي.
٠.٠٠١	٢٦.٣١٦	٥	٣٦.٨	١٤٠	٤- قراءة العناوين ومشاهدة الصور فقط.
٠.٠٠١	٢٥.٢٧٤	٤	٣٧.١	١٤١	٥- انتقل الى مصدر الخبر نفسة للتأكد من صحة المعلومات
٠.٠١	٧.١١٦	٢	٤٣.٢	١٦٤	٦- اتناقش مع الأصدقاء لمعرفة تفاصيل الخبر بالكامل والتأكد من صحتها

يتضح من الجدول السابق أن: نسبة ٦٠.٥% من أفراد العينة في حالة إهتمامهم بخبر أو حدث أو موضوع عبر مواقع التواصل الاجتماعي يقومون بقراءة الموضوع كاملاً أو معظمه قراءة سريعة، ويرى الباحث أن هذ إختيار منطقي من قبل العينة فكلما كان الموضوع ذات أهمية ويهم أكبر عدد من الأفراد داخل المجتمع يجذب الناس لمتابعته وقراءته كاملاً وهذا يحقق عنصراً مهماً من عناصر متابعة أي خبر صحفي في أي وسيلة إعلامية، ونسبة ٤٣.٢% منهم يقوموا بقراءة تعليقات المستخدمين الآخرين على مواقع التواصل الاجتماعي، ونسبة ٤٣.٢% منهم يقوموا بالتناقش مع الأصدقاء لمعرفة تفاصيل الخبر بالكامل والتأكد من صحتها، ونسبة ٣٩.٢% منهم إختيار جزء من الموضوع وقراءته قراءة عميقة.

ويتضح وجود فروق في ما يقوم به الشباب الجامعي عينة الدراسة في حالة إهتمامهم بخبر او حدث أو موضوع عبر مواقع التواصل الاجتماعي حيث كانت قيم كا<sup>٢</sup> دالة عند مستوى أقل من ٠.٠٠١ .

١٢- مدى مصداقية وسائل الإعلام الجديدة في نشر الأخبار والمعلومات المدعمة بالصورة الحية والفيديو:

جدول رقم (١٣)

يوضح مدى مصداقية وسائل الإعلام الجديدة في نشر الأخبار والمعلومات المدعمة بالصورة الحية والفيديو.

مستوى الدلالة ح د ٢	كا	الإجمالي		مدى مصداقية وسائل الإعلام الجديدة في نشر الأخبار والمعلومات المدعمة بالصورة الحية والفيديو
		%	ك	
٠.٦٦٢ غير دالة	٠.٨٢٦	٣٢.١	١٢٢	صادقة
		٣٥.٥	١٣٥	إلى حد ما
		٣٢.٤	١٢٣	غير صادقة
		١٠٠	٣٨٠	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق أن: نسبة ٣٢.١% من أفراد العينة يرون أن وسائل الإعلام الجديدة صادقة في نشر الأخبار والمعلومات المدعمة بالصورة الحية والفيديو، ونسبة ٣٥.٥% منهم يرون أنها صادقة إلى حد ما، ونسبة ٣٢.٤% منهم يرون أنها غير صادقة.

ويتضح عدم وجود فروق في مدى مصداقية وسائل الإعلام الجديدة في نشر الأخبار والمعلومات المدعمة بالصورة الحية والفيديو، حيث كانت قيمة كا<sup>٢</sup> = ٠.٨٢٦ وهي غير دالة عند مستوى ٠.٠٠٥ ، وهذه النتيجة مؤشر قوي على مدى المصداقية التي أصبحت تتمتع بها مواقع التواصل الاجتماعي لدى الأفراد في المجتمع المعاصر.

١٣- مدى سرعة انتشار الأخبار والمعلومات عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (١٤)

يوضح مدى سرعة انتشار الأخبار والمعلومات عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

مستوى الدلالة ح د ٢	كا	الإجمالي		مدى سرعة انتشار الأخبار والمعلومات عبر مواقع التواصل الاجتماعي
		%	ك	
٠.٠٠١	٩٠.٢٧٤	٥٥.٨	٢١٢	سريعة
		٢٦.٣	١٠٠	بطيئة
		١٧.٩	٦٨	محدودة
		١٠٠	٣٨٠	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق أن: نسبة ٥٥.٨% من أفراد العينة يرون أن انتشار الأخبار والمعلومات عبر مواقع التواصل الإجتماعي سريعة، ونسبة ٢٦.٣% منهم يرون أنها بطيئة، ونسبة ١٧.٩% منهم يرون أنها محدودة.

ويتضح وجود فروق في مدى سرعة انتشار الأخبار والمعلومات عبر مواقع التواصل الإجتماعي، حيث كانت قيمة كا = ٩٠.٢٧٤ وهي دالة عند مستوى ٠.٠٠٠١، مما يعني ارتفاع عدد أفراد العينة الذين يرون أن انتشار الأخبار والمعلومات عبر مواقع التواصل الإجتماعي سريعة وهذا يتمشي مع الخصائص والميزات التي تتمتع بها مواقع التواصل الإجتماعي من حيث السرعة والانتشار في نقل الأحداث والأخبار والوقائع المختلفة أنياً في أي وقت من الليل أو النهار.

١٤- تأثير سرعة انتشار الأخبار على مواقع التواصل الاجتماعي على انتشار الشائعات عبر هذه المواقع:

جدول رقم (١٥)

يوضح تأثير سرعة انتشار الأخبار على مواقع التواصل الاجتماعي على انتشار الشائعات عبر هذه المواقع .

مستوى الدلالة د ح ٤	٢ كا	الإجمالي		تأثير سرعة انتشار الأخبار على مواقع التواصل الاجتماعي على انتشار الشائعات عبر هذه المواقع.
		%	ك	
٠.٠٠٠١	٢٧١.٧٦٣	٤٣.٩	١٦٧	عالي
		٣٦.٣	١٣٨	متوسط
		١٢.٤	٤٧	منخفض
		٣.٧	١٤	ضعيف
		٣.٧	١٤	ضعيف جداً
		١٠٠	٣٨٠	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق أن: نسبة ٤٣.٩% من أفراد العينة يرون أن تأثير سرعة انتشار الأخبار على مواقع التواصل الاجتماعي على انتشار الشائعات عبر هذه المواقع عالي، ونسبة ٣٦.٣% منهم يروا أنه تأثير متوسط، ونسبة ١٢.٤% منهم يرون أنه تأثير منخفض، ونسبة ٣.٧% منهم يرون أنه تأثير ضعيف، ونسبة ٣.٧% منهم يروا أنه تأثير ضعيف جداً.

ويتضح وجود فروق في تأثير سرعة انتشار الأخبار على مواقع التواصل الاجتماعي على انتشار الشائعات عبر هذه المواقع، حيث كانت قيمة كا = ٢٧١.٧٦٣ وهي دالة عند مستوى ٠.٠٠٠١، مما يعني ارتفاع عدد أفراد العينة الذين يرون أن تأثير سرعة انتشار الأخبار على مواقع التواصل الاجتماعي على انتشار الشائعات عبر هذه المواقع عالي وذلك يرجع إلى انتشار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بين جميع فئات المجتمع صغيراً أو كبيراً شاباً أو مراهقاً وسهولة التعامل مع هذه التطبيقات جعلها متاحة

لجميع الناس في كل وقت وبالتالي أصبح الأفراد يعتمدون عليها في معرفة كل شيء، فهنا تجد الشائعات أرضاً خصبة للإنتشار إذا تهيأت الظروف لها.

## ١٥- كيفية تعامل الشباب الجامعي مع الأخبار والمعلومات حول الاحداث الجارية التي تنشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (١٦)

يوضح كيفية تعامل الشباب الجامعي مع الأخبار والمعلومات حول الاحداث الجارية التي تنشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي ن=٣٨٠

الاتجاه	المتوسط المرجح	معارض		محايد		موافق		العبارة
		%	ك	%	ك	%	ك	
موافق	٢.٧٣	٢.٤	٩	٢٢.١	٨٤	٧٥.٥	٢٨٧	١ - أثق في الخبر المنشور خاصة في وجود صورة او فيديو تابع للخبر وأقوم بإبداء الرأي ب (لايك Like - تعليق Comment - مشاركة Share - إعادةالتغريدة Retweet)
موافق	٢.٣٤	٩.٧	٣٧	٤٦.٣	١٧٦	٤٣.٩	١٦٧	٢- أفحص محتويات الاخبار والمعلومات كاملة والتحقق من مصدرها قبل الاعجاب بها أو التعليق عليها أو اعادة نشرها علي صفحتي.
محايد	٢.٣١	١٩.٧	٧٥	٢٩.٧	١١٣	٥٠.٥	١٩٢	٣ أقوم باعادة نشر الأخبار والمعلومات التي تصلني عبر مواقع التواصل الاجتماعي مباشرة دون التحقق من صحتها لمجرد انها تنمشي مع وجهة نظري ومعتقداتي.
محايد	٢.٣٠	٢٠	٧٦	٢٩.٧	١١٣	٥٠.٣	١٩١	٤- اذا كانت الاخبار والمعلومات المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي غير صحيحة أقوم بالتعليق عليها والإبلاغ عنها ومحاولة نشر التصحيح لها
موافق	٢.٣٦	١٢.٩	٤٩	٣٧.٩	١٤٤	٤٩.٢	١٨٧	٤- أكتفي بمتابعه الخبر دون اضافة اى تعليق او البحث عن مصدره.
موافق	٢.٤٨	١٣.٢	٥٠	٢٥.٥	٩٧	٦١.٣	٢٣٣	٦- اتابع تعليقات الاصدقاء على الخبر وعمل حوار ونقاش حول الخبر من خلال المتابعة والرد على تعليقاتهم حول الخبر نفسه.
موافق	٢.٦٦	٥.٨	٢٢	٢٢.٤	٨٥	٧١.٨	٢٧٣	٧- أعيد نشر الأخبار الغريبة والغير متوقعه عبر مواقع التواصل الاجتماعي من باب التسليه اوحتى يكون لي السبق في نشرها.
موافق	٢.٤١	٦.١	٢٣	٤٦.٨	١٧٨	٤٧.١	١٧٩	٨- أتجاهل البحث عن مصدر الاخبار أو صحتها ولا اقوم بمشاركتها والتعليق عليها.

يتضح من الجدول السابق أن: أفراد العينة كانوا موافقين على كيفية التعامل مع الأخبار

والمعلومات حول الأحداث الجارية التي تنشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي وجاءت النتائج كالتالي:

- أثق في الخبر المنشور خاصة في وجود صورة أو فيديو تابع للخبر وأقوم بإبداء الرأي ب (لايك Like - تعليق Comment - مشاركة Share - إعادةالتغريدة Retweet) بمتوسط ٢.٧٣، وهذا يدل علي مدي تفاعل أفراد العينة من الشباب مع مواقع التواصل الاجتماعي والمصادقية التي أصبحت تتمتع بها تلك المواقع.

- أُعيد نشر الأخبار الغربية والغير متوقعه عبر مواقع التواصل الإجتماعى من باب التسلية أو حتى يكون لى السبق فى نشرها بمتوسط ٢.٦٦.
- اتابع تعليقات الأصدقاء على الخبر وعمل حوار ونقاش حول الخبر من خلال المتابعة والرد على تعليقاتهم حول الخبر نفسه بمتوسط ٢.٤٨.
- أتجاهل البحث عن مصدر الأخبار أو صحتها ولا أقوم بمشاركتها والتعليق عليها بمتوسط ٢.٤١.
- اكتفى بمتابعة الخبر دون إضافة أى تعليق او البحث عن مصدره بمتوسط ٢.٣٦.
- أفحص محتويات الأخبار والمعلومات كاملة والتحقق من مصدرها قبل الإعجاب بها أو التعليق عليها أو إعادة نشرها على صفحتى. بمتوسط ٢.٣٤.
- وكان الشباب الجامعي عينة الدراسة محايدين لكل من:
- أقوم باعادة نشر الأخبار والمعلومات التى تصلنى عبر مواقع التواصل الإجتماعى مباشرة دون التحقق من صحتها لمجرد أنها تتمشى مع وجهة نظرى ومعتقداتى بمتوسط ٢.٣١.
- إذا كانت الأخبار والمعلومات المنشورة عبر مواقع التواصل الإجتماعى غير صحيحة أقوم بالتعليق عليها والإبلاغ عنها ومحاولة نشر التصحيح لها بمتوسط ٢.٣٠.
- المحور الثالث : الشائعات عبر مواقع التواصل الإجتماعى وأهدافها ومخاطرها ودورها في إحداث العنف**

### والصراع السياسي بين الشباب الجامعي.

#### ١٦- للوصول لماهية الشائعات- حدد درجة موافقتك علي العبارات الآتية :

جدول رقم (١٧)

يوضح ماهية الشائعات ن=٣٨٠

الاتجاه	المتوسط المرجح	معارض		محايد		موافق		العبارة
		%	ك	%	ك	%	ك	
موافق	٢.٧٤	٢.١	٨	٢١.٣	٨١	٧٦.٦	٢٩١	الشائعات هي معلومات منتشرة على مواقع التواصل الاجتماعي يتداولها المستخدمون ينقصها الصحة والصواب وغير مطابقة للواقع .
موافق	٢.٤١	٤.٢	١٦	٥٠.٥	١٩٢	٤٥.٣	١٧٢	تمتد الشائعات لتشمل مختلف القضايا السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية.
محايد	٢.٣٠	١٤.٢	٥٤	٤١.٦	١٥٨	٤٤.٢	١٦٨	الشائعات وسيلة أو أداة لقياس ردود فعل الجماهير نحو القضايا والقرارات المهمة في الدولة
موافق	٢.٤٢	٩.٢	٣٥	٣٩.٢	١٤٩	٥١.٦	١٩٦	قد تستند الشائعة إلي بعض الحقائق وتعمل علي تضخيمها والمبالغة في تأثيراتها.
موافق	٢.٦٣	٥.٥	٢١	٢٥.٥	٩٧	٦٨.٩	٢٦٢	لا تستند الشائعة إلي مصدر أو مصادر موثوق بها.
محايد	٢.٢٧	١٣.٩	٥٣	٤٥.٣	١٧٢	٤٠.٨	١٥٥	تستخدم الشائعة لمواجهة التعقيم ، والغموض حول بعض المشكلات والقضايا.
موافق	٢.٣٨	٢٠.٣	٧٧	٢١.١	٨٠	٥٨.٧	٢٢٣	قد تكون الشائعة مختلفة ولا تستند إلي واقع حقيقي.

يتضح من الجدول السابق أن: أفراد العينة كانوا موافقين على ماهية الشائعات وكانت النتائج

كالتالي:

- الشائعات هي معلومات منتشرة على مواقع التواصل الاجتماعي يتداولها المستخدمون ينقصها الصحة والصواب وغير مطابقة للواقع بمتوسط ٠٢.٧٤ ، وهذا مؤشر قوي على إتفاق إختيار الشباب عينة الدراسة مع ما وضعه العلماء من تعريفات للشائعات بشكل سليم وواضح.
- لا تستند الشائعة إلى مصدر أو مصادر موثوق بها بمتوسط ٢.٦٣.
- قد تستند الشائعة إلى بعض الحقائق وتعمل على تضخيمها والمبالغة في تأثيراتها بمتوسط ٢.٤٢.
- تمتد الشائعات لتشمل مختلف القضايا السياسية والإقتصادية والإجتماعية والثقافية بمتوسط ٢.٤١.
- قد تكون الشائعة مختلفة ولا تستند إلى واقع حقيقي بمتوسط ٢.٣٨.
- وكانوا محايدين لكل من:
- الشائعات وسيلة أو أداة لقياس ردود فعل الجماهير نحو القضايا والقرارات المهمة في الدولة بمتوسط ٢.٣٠.

- اذا تستخدم الشائعة لمواجهة التعقيم، والغموض حول بعض المشكلات والقضايا بمتوسط ٢.٢٧.

١٧- أهداف الشائعات التي تنشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الشباب عينة الدراسة:

جدول رقم (١٨)

يوضح أهداف الشائعات التي تنشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الشباب عينة الدراسة:

مستوى الدلالة ح ١	٢ ك	ترتيب	الإجمالي ن=٣٨٠		أهداف الشائعات التي تنشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الشباب عينة الدراسة
			ك	%	
٠.٠٠١	٤١.٧٧٩	٢	٢٥٣	٦٦.٦	تفكك وحدة المجتمع .
١.٠٠٠ غير دالة	٠.٠٠٠	٤	١٩٠	٥٠	تدمير النظام القيمي والسلام المجتمعي .
٠.٢١٨ غير دالة	١.٥١٦	٥	١٧٨	٤٦.٨	التشكيك وتحطيم الثقة في المصادر الإعلامية .
٠.٠٠٥	٤.٦٤٢	٣	٢١١	٥٥.٥	وإثارة البلبلة والفوضى بين الأفراد.
٠.٠٠١	١٧.٦٩٥	٦	١٤٩	٣٩.٢	نشر الكراهية والخصومة والبغضاء بين أفراد المجتمع الواحد
٠.٠٠١	٥٩.٢١١	١	٢٦٥	٦٩.٧	إثارة العنف والصراع السياسي داخل المجتمع .

يتضح من الجدول السابق أن: نسبة ٦٩.٧% من أفراد العينة يرون أن أهداف الشائعات التي

تنشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي إثارة العنف والصراع السياسي داخل المجتمع، ويرى الباحث أن هذه نتيجة حتمية لإنتشار الشائعات في أي مجتمع بما تحمله من أخبار كاذبة وأفكار مضللة وتحريض ضد أطراف معينة داخل المجتمع ، ونسبة ٦٦.٦% منهم يرون أن هدفها تفكيك وحدة المجتمع، ونسبة ٥٥.٥% منهم يرون أن هدفها إثارة البلبلة والفوضى بين الأفراد، ونسبة ٥٠% منهم يرون أن هدفها تدمير النظام القيمي والسلام المجتمعي.

ويتضح وجود فروق في أهداف الشائعات التي تنتشر عبر مواقع التواصل الإجتماعي حيث كانت قيم كا<sup>٢</sup> دالة عند مستوى أقل من ٠.٠٥، فيما عدا تدمير النظام القيمي والسلام المجتمعي و لمعرفة وجهات النظر المختلفة حول تلك القضايا والتشكيك وتحطيم الثقة في المصادر الإعلامية لم يكن هناك فروق بين أفراد العينة حيث كان قيم كا<sup>٢</sup> غير دالة عند مستوى ٠.٠٥...

### ١٨- مدى وجود دور كبير وفعال للشائعات عبر مواقع التواصل الإجتماعي على الشباب الجامعي عينة الدراسة في إحداث العنف والصراع السياسي لديهم:

جدول رقم (١٩)

يوضح مدى وجود دور كبير وفعال للشائعات عبر مواقع التواصل الإجتماعي على الشباب الجامعي عينة الدراسة في إحداث العنف والصراع السياسي لديهم

مستوى الدلالة ح د	كا	الإجمالي		مدى وجود دور كبير وفعال للشائعات عبر مواقع التواصل الإجتماعي على الشباب الجامعي عينة الدراسة في إحداث العنف والصراع السياسي لديهم
		%	ك	
٠.٠٠١	٢٤٠٠.٧٧٩	٦٧.٤	٢٥٦	نعم
		٣٠	١١٤	أحياناً
		٢.٦	١٠	لا
		١٠٠	٣٨٠	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق أن: نسبة ٦٧.٤% من أفراد العينة يرون وجود دور كبير وفعال للشائعات عبر مواقع التواصل الإجتماعي على الشباب الجامعي في إحداث العنف والصراع السياسي لديهم، ويرى الباحث أن هذه النتيجة مؤشر قوي وفعال لإجراء مثل هذه الدراسة للكشف والتحليل لإبعاد دور الشائعات عبر مواقع التواصل الإجتماعي وخطورتها في إحداث العنف والصراع السياسي بين الشباب، ونسبة ٣٠% منهم يرون وجود دور فعال أحياناً، ونسبة ٢.٦% منهم يرون عدم وجود دور كبير وفعال للشائعات عبر مواقع التواصل الإجتماعي على الشباب الجامعي في إحداث العنف والصراع السياسي لديهم.

ويتضح وجود فروق في مدى وجود دور كبير وفعال للشائعات عبر مواقع التواصل الإجتماعي على الشباب الجامعي في إحداث العنف والصراع السياسي لديهم، حيث كانت قيمة كا<sup>٢</sup> = ٢٤٠٠.٧٧٩ وهي دالة عند مستوى ٠.٠٠١، مما يعني ارتفاع عدد أفراد العينة الذين يرون وجود دور كبير وفعال للشائعات عبر مواقع التواصل الإجتماعي على الشباب الجامعي عينة الدراسة في إحداث العنف والصراع السياسي لديهم.

## ١٩- أوقات بروز الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في إحداث العنف والصراع السياسي بين الشباب:

جدول رقم (٢٠)

يوضح أوقات بروز الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في إحداث العنف والصراع السياسي بين الشباب

مستوى الدلالة ح	٢ ك	ترتيب	الإجمالي ن=٣٨٠		أوقات بروز الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في إحداث العنف والصراع السياسي بين الشباب
			%	ك	
٠.٠٥	٥.٥٦٨	٦	٤٣.٩	١٦٧	أجواء الترقب
٠.٠٨١ غير دالة	٣.٠٤٢	٤	٥٤.٥	٢٠٧	وقت الأزمات
٠.٦٠٨ غير دالة	٠.٢٦٣	٥	٥١.٣	١٩٥	الانقلابات
٠.٠٠١	٥٣.٠٦٣	٢	٦٨.٧	٢٦١	الحروب
٠.٠٠١	٦٩.٠٦٣	١	٧١.٣	٢٧١	العمليات الإرهابية في المجتمع
٠.٠٠١	٢٠.٣٧٩	٣	٦١.٦	٢٣٤	وقت الثورات

يتضح من الجدول السابق أن: نسبة ٧١.٣% من أفراد العينة يرون أن أوقات بروز الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في إحداث العنف والصراع السياسي بين الشباب أثناء العمليات الإرهابية في المجتمع، ونسبة ٦٨.٧% منهم يرون أنها تبرز وقت الحروب، ونسبة ٦١.٦% منهم يرون أنها تبرز في وقت الثورات، ونسبة ٥٤.٥% منهم يرون انها تبرز وقت الأزمات.

ويتضح وجود فروق في أوقات بروز الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في إحداث العنف والصراع السياسي بين الشباب حيث كانت قيم ك<sup>٢</sup> دالة عند مستوى أقل من ٠.٠٥، فيما عدا بروزها في وقت الازمات وفي الانقلابات لم يكن هناك فروق بين افراد العينة حيث كان قيم ك<sup>٢</sup> غير دالة عند مستوى ٠.٠٥. ويرجع ذلك إلي أن الشائعات تحتاج إلي ظروف خاصة كي تنمو وتزدهر وتؤدي دورها المنوط بها في المجتمع وهو التدمير والتخريب والعنف والصراع بكل أشكاله، فالشباب بكل وعي وإدراك إختار البدائل التي تمثل الأرض الخصبة لنمو وازدهار الشائعات ووضعها في مقدمة البدائل التي اختارها ووجد أنها تنمشي معه.

## ٢٠- دور الشائعات المنشورة عبر مواقع التواصل الإجتماعي في صناعة العنف والصراع السياسي بين الشباب:

جدول رقم (٢١)

يوضح دور الشائعات المنشورة عبر مواقع التواصل الإجتماعي في صناعة العنف والصراع السياسي بين الشباب.

مستوى الدلالة د ح ٥	كا ٢	الإجمالي		دور الشائعات المنشورة عبر مواقع التواصل الإجتماعي في صناعة العنف والصراع السياسي بين الشباب
		%	ك	
٠.٠٠١	١٦١.٢٦٣	٣٢.١	١٢٢	كبير جدا
		٣٣.٩	١٢٩	كبير
		٢٥	٩٥	متوسط
		٥	١٩	ضعيف
		٣.٩	١٥	ضعيف جدا
		١٠٠	٣٨٠	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق أن: نسبة ٣٢.١% من أفراد العينة يرون أن دور الشائعات المنشورة عبر مواقع التواصل الإجتماعي كبيرة جداً في صناعة العنف والصراع السياسي بين الشباب، ونسبة ٣٣.٩% منهم يرون أنه دور كبير، ونسبة ٢٥% منهم يرون أنه دور متوسط، ونسبة ٥% منهم يرون أنه دور ضعيف، ونسبة ٣.٩% منهم يرون أنه دور ضعيف جداً.

ويتضح وجود فروق في دور الشائعات المنشورة عبر مواقع التواصل الإجتماعي في صناعة العنف والصراع السياسي بين الشباب، حيث كانت قيمة كا<sup>٢</sup> = ١٦١.٢٦٣ وهي دالة عند مستوى ٠.٠٠١، مما يعني ارتفاع عدد أفراد العينة الذين يرون أن دور الشائعات المنشورة عبر مواقع التواصل الإجتماعي كبير في صناعة العنف والصراع السياسي بين الشباب وتمثل هذه النتيجة ضرورة حتمية لإجراء مزيد من البحوث والدراسات حول موضوع الشائعات في المجتمع لما لها من خطورة وإنعكاسات سلبية علي تقدم أي مجتمع.

## ٢١- مدى وجود مخاطر لشبكات مواقع التواصل الاجتماعي على الشباب:

جدول رقم (٢٢)

يوضح مدى وجود مخاطر لشبكات مواقع التواصل الاجتماعي على الشباب.

مستوى الدلالة ح د	٢ ك	الإجمالي		مدى وجود مخاطر لشبكات مواقع التواصل الاجتماعي على الشباب
		%	ك	
٠.٠٠١	١٦٣.٨٥٣	٤٥.٣	١٧٢	نعم
		٥٢.١	١٩٨	إلى حد ما
		٢.٦	١٠	لا
		١٠٠	٣٨٠	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق أن: نسبة ٤٥.٣% من الشباب أفراد العينة يرون وجود مخاطر لشبكات مواقع التواصل الاجتماعي عليهم، ونسبة ٥٢.١% منهم يرون أنها لها وجود مخاطر إلى حد ما، ونسبة ٢.٦% منهم يرون عدم وجود مخاطر لشبكات مواقع التواصل الاجتماعي. ويتضح وجود فروق في مدى وجود مخاطر لشبكات مواقع التواصل الاجتماعي، حيث كانت قيمة كا = ١٦٣.٨٥٣ وهي دالة عند مستوى ٠.٠٠٠١، مما يعني ارتفاع عدد أفراد العينة الذين يرون وجود مخاطر لشبكات مواقع التواصل الاجتماعي.

## ٢٢- مخاطر مواقع شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الشباب الجامعي عينة الدراسة:

جدول رقم (٢٣)

يوضح مخاطر مواقع شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الشباب الجامعي عينة الدراسة ن=٣٧٠

الاتجاه	المتوسط المرجح	لا		إلى حد ما		نعم		العبارة
		%	ك	%	ك	%	ك	
نعم	٢.٧١	٠	٠	٢٩.٥	١٠٩	٧٠.٥	٢٦١	سرعة نشر الأخبار بلا حدود مما جعلها عرضة للشائعات.
نعم	٢.٣٩	٩.٢	٣٤	٤٢.٧	١٥٨	٤٨.١	١٧٨	تحريف الحقائق والتشكيك فيها .
إلى حد ما	٢.١٩	٢١.١	٧٨	٣٨.١	١٤١	٤٠.٨	١٥١	إثارة الفتن الإقليمية والعقائدية.
نعم	٢.٤٤	٤.١	١٥	٤٧.٦	١٧٦	٤٨.٤	١٧٩	التشهير والإساءة بأشخاص معينة .
نعم	٢.٣٩	٨.١	٣٠	٤٤.١	١٦٣	٤٧.٨	١٧٧	نشر أخبار ومعلومات وغير مطابقة للواقع بصورة خاطئة وغير صحيحة.

يتضح من الجدول السابق أن: أفراد العينة يرون أن هناك مخاطر دائمة لشبكات التواصل

الاجتماعي هي:

- سرعة نشر الأخبار بلا حدود مما جعلها عرضة للشائعات بمتوسط ٢.٧١

- تحريف الحقائق والتشكيك فيها بمتوسط ٢.٣٩.

- التشهير والإساءة بأشخاص معينة بمتوسط ٢.٤٤.
  - نشر أخبار ومعلومات وغير مطابقة للواقع بصورة خاطئة وغير صحيحة بمتوسط ٢.٣٩.
  - وكان هناك مخاطر تحدث إلى حد ما وهي.
  - إثارة الفتن الإقليمية والعقائدية بمتوسط ٢.١٩.
- ٢٣- دور الشائعات المنشورة عبر مواقع التواصل الإجتماعى في إحداث العنف والصراع السياسى بين الشباب من النواحي الإجتماعية، الإقتصادية، السياسية والثقافية:
- (أ) دور الشائعات التى تنشر عبر مواقع التواصل الإجتماعى في إحداث العنف والصراع السياسى من الناحية الإجتماعية:

جدول رقم (٢٤)

يوضح دور الشائعات التى تنشر عبر مواقع التواصل الإجتماعى في إحداث العنف والصراع السياسى من الناحية الإجتماعية.

مستوى الدلالة ح د	٢ ك	ترتيب	الإجمالي ن = ٣٨٠		دور الشائعات التى تنشر عبر مواقع التواصل الإجتماعى في إحداث العنف والصراع السياسى من الناحية الإجتماعية
			ك	%	
٠.٠٠١	٢١٥.٢٥٣	١	٣٣٣	٨٧.٦	تعميم مشاعر الإحباط فى المجتمع
٠.٠٠١	١٩.٤٦٣	٤	٢٣٣	٦١.٣	تدنى المعنويات وإعاقة الفكر فى المجتمع
٠.٠٠١	١٢٥.٠٦٣	٣	٢٩٩	٧٨.٧	تدمير النظام القيمى والاخلاقى والسلام الإجتماعى
٠.٠٠١	١٢٩.٦٩٥	٢	٣٠١	٧٩.٢	تكدير السلم المجتمعى
٠.٠٠١	٣٥٦.٣٧٩	٥	٦	١.٦	آخري تذكر

يتضح من الجدول السابق أن: نسبة ٨٧.٦% من أفراد العينة يرون أن دور الشائعات التى تنشر عبر مواقع التواصل الاجتماعى في إحداث العنف والصراع السياسى من الناحية الإجتماعية هو تعميم مشاعر الإحباط فى المجتمع، ونسبة ٧٩.٢% منهم يرون أنها تكدير السلم المجتمعى، ونسبة ٧٨.٧% منهم يروا انها تدمير النظام القيمى والأخلاقى والسلام الإجتماعى، ونسبة ٦١.٣% منهم يرون أنها تدنى المعنويات وإعاقة الفكر فى المجتمع.

ويتضح وجود فروق في دور الشائعات التى تنشر عبر مواقع التواصل الإجتماعى في إحداث العنف والصراع السياسى من الناحية الإجتماعية حيث كانت قيم كا ٢ دالة عند مستوى ٠.٠٠٠١، وهذا يدل على أن الشائعات عبر مواقع التواصل الإجتماعى تلعب دوراً خطيراً في إحداث العنف والصراع السياسى من الناحية الإجتماعية لدي الشباب.

(ب) دور الشائعات التى تنشر عبر مواقع التواصل الاجتماعى في إحداث العنف والصراع السياسى من الناحية الاقتصادية:

## جدول رقم (٢٥)

يوضح دور الشائعات التي تنتشر عبر مواقع التواصل الإجتماعي في إحداث العنف والصراع السياسي من الناحية الإقتصادية

مستوى الدلالة ح د	٢كا	ترتيب	الإجمالي ن=٣٨٠		دور الشائعات التي تنتشر عبر مواقع التواصل الإجتماعي في إحداث العنف والصراع السياسي من الناحية الإقتصادية
			ك	%	
٠.٠٠١	٥٣.٠٦٣	٢	٢٦١	٦٨.٧	التأثير على قطاع الانتاج والتوزيع
٠.٠٠١	٣٧.٨٩٥	٣	٢٥٠	٦٥.٨	التأثير على التصدير للدولة
٠.٠٠١	٦٩.٠٦٣	١	٢٧١	٧١.٣	التأثير على الدولة وعلاقتها بالدول الأخرى
٠.٠٠١	١٩.٤٦٣	٤	٢٣٣	٦١.٣	إضعاف روح العمل والانتاج وحركة البيع والتبادل التجاري
٠.٠٠١	٣٥٢.٥١٦	٥	٧	١.٨	آخري تذكر

يتضح من الجدول السابق أن: نسبة ٧١.٣% من أفراد العينة يرون أن دور الشائعات التي تنتشر عبر مواقع التواصل الإجتماعي في إحداث العنف والصراع السياسي من الناحية الإقتصادية التأثير على الدولة وعلاقتها بالدول الأخرى، ونسبة ٦٨.٧% منهم يرون أنها التأثير على قطاع الإنتاج والتوزيع، ونسبة ٦٥.٨% منهم يرون أنها التأثير على التصدير للدولة، ونسبة ٦١.٣% منهم يرون أنها إضعاف روح العمل والإنتاج وحركة البيع والتبادل التجاري.

ويتضح وجود فروق في دور الشائعات التي تنتشر عبر مواقع التواصل الإجتماعي في إحداث العنف والصراع السياسي من الناحية الإقتصادية، حيث كانت قيم كاً دالة عند مستوى ٠.٠٠٠١، وهذه النتائج تبين أن الشائعات لها تأثير كبير علي الإقتصاد والعمل علي كساده في حال انتشرت الشائعات في المجتمع.

(ج) دور الشائعات التي تنتشر عبر مواقع التواصل الإجتماعي في إحداث العنف والصراع السياسي من الناحية السياسية:

## جدول (٢٦)

يوضح دور الشائعات التي تنتشر عبر مواقع التواصل الإجتماعي في إحداث العنف والصراع السياسي من الناحية السياسية.

مستوى الدلالة ح د	٢كا	ترتيب	الإجمالي ن=٣٨٠		دور الشائعات التي تنتشر عبر مواقع التواصل الإجتماعي في إحداث العنف والصراع السياسي من الناحية السياسية
			ك	%	
٠.٠٠١	٣٦.٦٤٢	١	٢٤٩	٦٥.٥	البلبه والفوضى في المجتمع
٠.٠٠١	١٩.٤٦٣	٣	٢٣٣	٦١.٣	احتجاجات وتظاهرات الأفراد ضد القرارات السياسية في الدولة
٠.٠٠١	٣٤.٢٠٠	٢	٢٤٧	٦٥	الحراك السياسي في كثير من الدول العربية او ما يعرف بثورات الربيع العربي
٠.٠١	٩.٤٧٤	٤	٢٢٠	٥٧.٩	صناعة الازمات والارتباك في الدولة
٠.٠٥	٤.٢١١	٥	٢١٠	٥٥.٣	تشوية صورة بعض الأفراد والرموز والأحزاب السياسية في الدولة

يتضح من الجدول السابق أن: نسبة ٦٥.٥% من أفراد العينة يرون أن دور الشائعات التي تنتشر عبر مواقع التواصل الإجتماعي في إحداث العنف والصراع السياسي من الناحية السياسية هو

البلبية والفوضى في المجتمع، ونسبة ٦٥% منهم يرون أنه الحراك السياسي في كثير من الدول العربية أو ما يعرف بثورات الربيع العربي، ونسبة ٦١.٣% منهم يرون أنه إحتجاجات وتظاهرات الأفراد ضد القرارات السياسية في الدولة، ونسبة ٥٧.٩% منهم يرون أنه صناعة الأزمات والارتباك في الدولة. ويتضح وجود فروق في دور الشائعات التي تنتشر عبر مواقع التواصل الإجتماعي في إحداث العنف والصراع السياسي من الناحية السياسية، حيث كانت قيم كا<sup>٢</sup> دالة عند مستوى دلالة أقل ٠.٠٠٥. (د) دور الشائعات التي تنتشر عبر مواقع التواصل الإجتماعي في إحداث العنف والصراع السياسي من الناحية الثقافية:

جدول رقم (٢٧)

يوضح دور الشائعات التي تنتشر عبر مواقع التواصل الإجتماعي في إحداث العنف والصراع السياسي من الناحية الثقافية.

مستوى الدلالة ح د	كا	ترتيب	الإجمالي ن=٣٨٠		دور الشائعات التي تنتشر عبر مواقع التواصل الإجتماعي في إحداث العنف والصراع السياسي من الناحية الثقافية
			ك	%	
٠.٠٠١	١٩٤.٦٩٥	١	٣٢٦	٨٥.٨	نشر معلومات مغلوبة ومشوهة لدي الشباب
٠.٠٨١ غير دالة	٣.٠٤٢	٤	٢٠٧	٥٤.٥	خلق نوع من البلبية في الأفكار لدي الشباب
٠.٠١	٨.٢٥٣	٥	١٦٢	٤٢.٦	التأثير على نمط تربية الشباب وأساليب تفكيرهم
٠.٠٠١	٧٦.٠٥٣	٣	٢٧٥	٧٢.٤	التأثير على الثقافة العامة لدي الشباب والنشء داخل المجتمع
٠.٠٠١	١٦٩.٧٧٩	٢	٣١٧	٨٣.٤	تربة خصبة لإيجاد جيل من الشباب يفكر بشكل سلبي يسهل توجيهه إلي التطرف والعنف والصراع داخل المجتمع

يتضح من الجدول السابق أن: نسبة ٨٥.٨% من أفراد العينة يرون أن دور الشائعات التي تنتشر عبر مواقع التواصل الإجتماعي في إحداث العنف والصراع السياسي من الناحية الثقافية هو نشر معلومات مغلوبة ومشوهة لدي الشباب، ونسبة ٨٣.٤% منهم يرون أنه تربة خصبة لإيجاد جيل من الشباب يفكر بشكل سلبي يسهل توجيهه إلي التطرف والعنف والصراع داخل المجتمع، ونسبة ٧٢.٤% منهم يرون أنه التأثير على الثقافة العامة لدى الشباب والنشء داخل المجتمع، ونسبة ٥٤.٥% منهم يرون أنه خلق نوع من البلبية في الأفكار لدي الشباب.

ويتضح وجود فروق في دور الشائعات التي تنتشر عبر مواقع التواصل الإجتماعي في إحداث العنف والصراع السياسي من الناحية الثقافية، حيث كانت قيم كا<sup>٢</sup> دالة عند مستوى دلالة أقل ٠.٠٠١، بينما لم يكن بينهم فروق في خلق نوع من البلبية في الأفكار لدي الشباب حيث كانت قيم كا<sup>٢</sup> غير دالة عند مستوى ٠.٠٠٥.

**المحور الرابع: أسباب ظهور وانتشار الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في إحداث العنف والصراع السياسي بين الشباب:-**

**٢٤- أسباب ظهور وانتشار الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في إحداث العنف والصراع السياسي بين الشباب:**

جدول رقم (٢٨)

يوضح أسباب ظهور وانتشار الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في إحداث العنف والصراع السياسي بين الشباب ن=٣٧٠

الاتجاه	المتوسط المرجح	معارض		محايد		موافق		العبرة
		%	ك	%	ك	%	ك	
موافق	٢.٧١	٢.١	٨	٢٥.٣	٩٦	٧٢.٦	٢٧٦	صمت الاعلام التقليدي عن إظهار الحقائق.
موافق	٢.٣٧	٥.٥	٢١	٥١.٦	١٩٦	٤٢.٩	١٦٣	غياب المتحدث الرسمي بإسم الوزارات والمؤسسات والجهات الرسمية.
موافق	٢.٣٧	١٥.٣	٥٨	٣٢.٤	١٢٣	٥٢.٤	١٩٩	عدم وجود وعي ثقافي بين الأفراد والجهل المتوغل في بعض طبقات المجتمع.
محايد	٢.٢٤	١١.١	٤٢	٥٣.٧	٢٠٤	٣٥.٣	١٣٤	التناقض والاختلاف الفكري والثقافي بين الاطراف المختلفة.
محايد	٢.٣٢	١٩.٥	٧٤	٢٩.٢	١١١	٥١.٣	١٩٥	عدم وجود رقابة مجتمعية أو أمنية وخاصة على مواقع التواصل الاجتماعي.
محايد	٢.١٩	١٧.٩	٦٨	٤٤.٧	١٧٠	٣٧.٤	١٤٢	عدم تنفيذ المشروعات القومية وانجازها في مواعيدها المحددة مما يترك مجالاً كبيراً لاطلاق الشائعات.
محايد	٢.٢٨	٢١.٦	٨٢	٢٩.٢	١١١	٤٩.٢	١٨٧	ضعف الوازع الديني بالنسبة لبعض أفراد المجتمع.
موافق	٢.٦٩	٣.٩	١٥	٢٣.٢	٨٨	٧٢.٩	٢٧٧	تفاوت القيم الاجتماعية في المجتمع المصري.
موافق	٢.٤٠	٢.٦	١٠	٥٥	٢٠٩	٤٢.٤	١٦١	عدم وجود رقابة لتنفيذ الشائعات واثبات عكسها .
محايد	٢.٣٢	١٦.٦	٦٣	٣٥	١٣٣	٤٨.٤	١٨٤	الاستعمال الخاطي لمواقع التواصل الاجتماعي.
محايد	٢.٣٣	١٢.٦	٤٨	٤١.٦	١٥٨	٤٥.٨	١٧٤	اعادة نشر المعلومات والاخبار الخاطئة من باب التسلية والترفية.
موافق	٢.٣٩	١٢.٤	٤٧	٣٥.٥	١٣٥	٥٢.١	١٩٨	وراء نشر الشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي مرضى نفسيون.

**يتضح من الجدول السابق أن: أفراد العينة موافقين على أسباب ظهور وانتشار الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في إحداث العنف والصراع السياسي بين الشباب وجاءت النتائج كالتالي:**

- صمت الإعلام التقليدي عن إظهار الحقائق بمتوسط ٢.٧١.
- تفاوت القيم الاجتماعية في المجتمع المصري بمتوسط ٢.٦٩.
- عدم وجود رقابة لتنفيذ الشائعات واثبات عكسها بمتوسط ٢.٤٠.
- وراء نشر الشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي مرضى نفسيون بمتوسط ٢.٣٩.
- غياب المتحدث الرسمي بإسم الوزارات والمؤسسات والجهات الرسمية بمتوسط ٢.٣٧.

- عدم وجود وعى ثقافى بين الأفراد والجهل المتوغل فى بعض طبقات المجتمع بمتوسط ٢.٣٧.
- وكان رأيهم محايداً على باقى الأسباب.

### المحور الخامس : دور مواقع التواصل الإجتماعى فى نشر الشائعات:-

#### ٢٥ - دور مواقع التواصل الإجتماعى فى نشر الشائعات:

جدول رقم (٢٩)

يوضح دور مواقع التواصل الإجتماعى فى نشر الشائعات ن=٣٨٠

الاتجاه	المتوسط المرجح	معارض		محايد		موافق		العبارة
		%	ك	%	ك	%	ك	
موافق	٢.٧٢	٢.٦	١٠	٢٢.٦	٨٦	٧٤.٧	٢٨٤	لعبت مواقع التواصل الإجتماعى دوراً كبيراً فى تسهيل نشر الشائعات.
موافق	٢.٤٥	٢.٦	١٠	٤٩.٧	١٨٩	٤٧.٦	١٨١	أصبحت مواقع التواصل الإجتماعى تؤدى دور الوسيلة الناقله للشائعات.
محايد	٢.٢٩	١١.٦	٤٤	٤٨.٢	١٨٣	٤٠.٣	١٥٣	لعبت مواقع التواصل الإجتماعى دوراً كبيراً فى تسهيل التواصل بين مروجى الشائعات لعدم وجود رقابة فى التواصل بينهم .
محايد	٢.٢٨	١٣.٧	٥٢	٤٥	١٧١	٤١.٣	١٥٧	ساعدت مواقع التواصل الإجتماعى فى تقليل دور المؤسسات الامنية فى الوصول الى مروجى الشائعات.
موافق	٢.٦٩	٧.٤	٢٨	١٦.٦	٦٣	٧٦.١	٢٨٩	أصبح بإمكان كل فرد نشر مايريد عبر مواقع التواصل الإجتماعى لسهولة استخدامها.
موافق	٢.٣٧	٥.٣	٢٠	٥٢.٩	٢٠١	٤١.٨	١٥٩	أثرت مواقع التواصل الإجتماعى على دور وسائل الإعلام التقليدية فى التصدى للشائعات .
موافق	٢.٤٠	١٣.٢	٥٠	٣٣.٢	١٢٦	٥٣.٧	٢٠٤	الاحبار والمعلومات الكاذبة عبر مواقع التواصل الإجتماعى أكثر تنوعاً فى أشكالها من وسائل الإعلام الأخرى.
محايد	٢.٢٣	١٥.٣	٥٨	٤٦.١	١٧٥	٣٨.٧	١٤٧	الشائعات عبر مواقع التواصل الإجتماعى أكبر جذباً واثارة من وسائل الإعلام الأخرى.
موافق	٢.٤١	١٢.٦	٤٨	٣٣.٩	١٢٩	٥٣.٤	٢٠٣	الشائعات عبر مواقع التواصل الإجتماعى أكثر سرعة فى الانتقال والانتشار من وسائل الإعلام الأخرى.

يتضح من الجدول السابق أن: أفراد العينة موافقون على دور مواقع التواصل الإجتماعى فى نشر الشائعات وكانت النتائج كالتالى:

- لعبت مواقع التواصل الإجتماعى دوراً كبيراً فى تسهيل نشر الشائعات بمتوسط ٢.٧٢
- أصبح بإمكان كل فرد نشر مايريد عبر مواقع التواصل الإجتماعى لسهولة استخدامها بمتوسط ٢.٦٩.
- أصبحت مواقع التواصل الإجتماعى تؤدى دور الوسيلة الناقله للشائعات بمتوسط ٢.٤٥.
- الشائعات عبر مواقع التواصل الإجتماعى أكثر سرعة فى الانتقال والانتشار من وسائل الإعلام الأخرى. بمتوسط ٢.٤١.
- الأخبار والمعلومات الكاذبة عبر مواقع التواصل الإجتماعى أكثر تنوعاً فى أشكالها من وسائل الإعلام الأخرى. بمتوسط ٢.٤٠.

- أثرت مواقع التواصل الاجتماعي على دور وسائل الإعلام التقليدية في التصدي للشائعات بمتوسط ٢.٣٧.

- وكان رأيهم محايداً على باقي الأدوار .

**المحور السادس : للوصول لكيفية التصدي للشائعات المنتشرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في إحداث العنف والصراع السياسي :**

**٢٦ - كيفية التصدي للشائعات المنتشرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في إحداث العنف والصراع السياسي:**

جدول رقم (٣٠)

يوضح كيفية التصدي للشائعات المنتشرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في إحداث العنف والصراع السياسي ن=٣٨٠

الاتجاه	المتوسط المرجح	معارض		محايد		موافق		العبرة
		%	ك	%	ك	%	ك	
موافق	٢.٧٢	٢.٤	٩	٢٢.٩	٨٧	٧٤.٧	٢٨٤	التأكد من صحة المعلومات والايخبار والروابط الواردة مع الخبر المنشور على مواقع التواصل الاجتماعي
موافق	٢.٣٥	٥.٣	٢٠	٥٤.٢	٢٠٦	٤٠.٥	١٥٤	السرعة في الرد على الشائعات المنتشرة على مواقع التواصل الاجتماعي وتكذيبها
موافق	٢.٤٠	١٥	٥٧	٢٩.٧	١١٣	٥٥.٣	٢١٠	نشر الأخبار الدقيقة والموضوعية التي تتسم بالصحة والموضوعية على مواقع التواصل الاجتماعي
موافق	٢.٨٠	٢.٩	١١	١٣.٩	٥٣	٨٣.٢	٣١٦	تحديد مصادر الشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي ومروجيها والتشهير بهم ومحاسبتهم
موافق	٢.٣٨	٦.٣	٢٤	٤٩.٢	١٨٧	٤٤.٥	١٦٩	التعاون بين الافراد على مواقع التواصل الاجتماعي وجهات الامن في مكافحة الشائعات وملاحقة مروجيها.
موافق	٢.٤٢	١٣.٢	٥٠	٣١.٣	١١٩	٥٥.٥	٢١١	استخدام الوسائل التقنية والحديثة في رصد وتتبع مصادر الشائعات.
موافق	٢.٤٧	٣.٩	١٥	٤٥.٥	١٧٣	٥٠.٥	١٩٢	رفع المستوى الثقافي والمعرفي للمستخدمين والتخلي بالتفكير المنطقي والنقدى عند متابعة اى خبر عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
موافق	٢.٤٨	١٠.٨	٤١	٣٠	١١٤	٥٩.٢	٢٢٥	وضع تشريعات رادعة للجرائم المعلوماتية ونشر الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومضاعفة العقوبات على مروجي الشائعات.
موافق	٢.٥٥	٦.١	٢٣	٣٢.٦	١٢٤	٦١.٣	٢٣٣	فرض رقابة على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وحظر ماينشر عبرها من شائعات وإغلاق المواقع المشبوهة التي تروج لهذه الشائعات.
موافق	٢.٦٣	٢.٩	١١	٣١.١	١١٨	٦٦.١	٢٥١	ضرورة تبنى وزارة التربية والتعليم والتعليم العالي ووزارة التعليم العالي وضع مقرر دراسي يتناول خطورة الشائعات واثارها السلبية وكيفية التصدي لها.

يتضح من الجدول السابق أن: أفراد العينة موافقون على كيفية التصدي للشائعات المنتشرة عبر

مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في إحداث العنف والصراع السياسي وجاءت النتائج كالتالي:

- التعاون بين الأفراد على مواقع التواصل الاجتماعي وجهات الأمن في مكافحة الشائعات

وملاحقة مروجيها بمتوسط ٢.٨٠.

- التأكد من صحة المعلومات والأخبار والروابط الواردة مع الخبر المنشور على مواقع التواصل الإجتماعى بمتوسط ٢٠٧٢.
- ضرورة تبني وزارة التربية والتعليم ووزارة التعليم العالى وضع مقرر دراسى يتناول خطورة الشائعات وآثارها السلبية وكيفية التصدى لها بمتوسط ٢٠٦٣.
- فرض رقابة على إستخدام شبكات التواصل الإجتماعى وحظر ما ينشر عبرها من شائعات وإغلاق المواقع المشبوهة التى تروج لهذه الشائعات بمتوسط ٢٠٥٥.
- وضع تشريعات رادعة للجرائم المعلوماتية ونشر الشائعات عبر مواقع التواصل الإجتماعى ومضاعفة العقوبات على مروجى الشائعات بمتوسط ٢٠٤٨.
- رفع المستوى الثقافى والمعرفى للمستخدمين والتحلى بالتفكير المنطقى والنقدى عند متابعة أى خبر عبر مواقع التواصل الإجتماعى بمتوسط ٢٠٤٧.
- إستخدام الوسائل التقنية والحديثة فى رصد وتتبع مصادر الشائعات بمتوسط ٢٠٤٢.
- نشر الأخبار الدقيقة والموضوعية التى تتسم بالصحة والموضوعية على مواقع التواصل الإجتماعى بمتوسط ٢٠٤٠.
- التعاون بين الأفراد على مواقع التواصل الإجتماعى وجهات الأمن فى مكافحة الشائعات وملاحقة مروجيها بمتوسط ٢٠٣٨.
- السرعة فى الرد على الشائعات المنشرة على مواقع التواصل الإجتماعى وتكذيبها بمتوسط ٢٠٣٥.

### فروض الدراسة:

#### تحاول الدراسة إختبار الفروض الآتية :

- الفرض الأول :** توجد فروق دالة إحصائياً بين الشباب الجامعي في كثافة وعادات وانماط استخدام الشباب لمواقع التواصل الإجتماعى بحسب المتغيرات الديموغرافية (النوع - نوع الجامعة - الكلية - المستوى الإقتصادي الإجتماعى).
- ١(أ)- الفروق بين الذكور والإناث في كثافة وعادات وانماط استخدام الشباب لمواقع التواصل الإجتماعى:

جدول رقم (٣١)

يوضح الفروق بين الذكور والإناث في كثافة وعادات وانماط استخدام الشباب لمواقع التواصل الإجتماعى

مستوى المعنوية ٣٩٨ ح.د	ت	إناث (ن=٢٠٠)		ذكور (ن=٢٠٠)		الجنس  المتغير
		ع	م	ع	م	
٠.١٦٦ غير دالة	١.٣٨٧	٢.٨٧	١٢.٣	٣.٢٥	١٢.٧	كثافة وعادات وانماط استخدام الشباب لمواقع التواصل الإجتماعى

يتضح من الجدول السابق: عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات الذكور والإناث في كثافة وعادات وأنماط استخدام الشباب لمواقع التواصل الإجتماعي، حيث كانت قيمة (ت) غير دالة عند مستوى ٠.٠٠٥.

١(ب)- الفروق بين الجامعات في كثافة وعادات وأنماط استخدام الشباب لمواقع التواصل الإجتماعي:

جدول رقم (٣٢)

يوضح الفروق في كثافة وعادات وأنماط استخدام الشباب لمواقع التواصل الإجتماعي باختلاف الجامعات.

مستوى معنوية	ف	متوسط	د . ح	مجموع الدرجات	البيان	الفروق تبعاً إلى
٠.٠٠١	١٧.٦٦٢	١٤٧.٧٢٩	٣	٤٤٣.١٨٧	بين مجموعات	كثافة وعادات وأنماط استخدام الشباب لمواقع التواصل الإجتماعي
		٨.٣٦٤	٣٩٦	٣٣١٢.٢٥٠	داخل	
			٣٩٩	٣٧٥٥.٤٣٨	مجموع	

من خلال الجدول السابق يتبين : وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة باختلاف الجامعة في كثافة وعادات وأنماط استخدام الشباب لمواقع التواصل الإجتماعي، حيث كانت قيمة (ف) وهي دالة عند مستوى ٠.٠٠٠١ .

جدول رقم (٣٣)

يوضح نتائج اختبار LSD للمقارنات الثنائية كثافة وعادات وأنماط استخدام الشباب لمواقع التواصل الإجتماعي بين الجامعات المختلفة.

الامريكية	٦ أكتوبر	الأزهر	القاهرة	انحراف معياري	متوسط	ن	الجامعات
-	-	-		٢.٩٣	١١.٠	١٠٠	القاهرة
*٢.٩٥٠٠	*١.٦٥٠٠	*١.٢٥٠٠		٣.١٩	١٢.٣	١٠٠	الأزهر
-	٠.٤٠٠٠-			٢.٩٩	١٢.٧	١٠٠	٦ أكتوبر
*١.٧٠٠٠				٢.٤٠	١٣.٩	١٠٠	الامريكية
-				٣.٠٧	١٢.٥	٤٠٠	الإجمالي
*١.٣٠٠٠							كثافة وعادات وأنماط استخدام الشباب لمواقع التواصل الإجتماعي

من الجدول السابق يتبين: وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة بجامعة القاهرة وأفراد العينة بجامعة الأزهر في كثافة وعادات وأنماط استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي لصالح أفراد العينة بجامعة الأزهر عند مستوى ٠.٠٠٥ .

وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة بجامعة القاهرة وأفراد العينة بجامعة ٦ أكتوبر في كثافة وعادات وأنماط استخدام الشباب لمواقع التواصل الإجتماعي لصالح أفراد العينة بجامعة ٦ أكتوبر عند مستوى ٠.٠٠٥ .

وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة بجامعة القاهرة وأفراد العينة بالجامعة الأمريكية في كثافة وعادات وأنماط استخدام الشباب لمواقع التواصل الإجتماعي لصالح أفراد العينة بالجامعة الأمريكية عند مستوى ٠.٠٠٥ .

وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة بجامعة الأزهر وأفراد العينة بالجامعة الأمريكية في كثافة وعادات وأنماط استخدام الشباب لمواقع التواصل الإجتماعي لصالح أفراد العينة بالجامعة الأمريكية عند مستوى ٠.٠٠٥ .

وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة بجامعة ٦ أكتوبر وأفراد العينة بالجامعة الأمريكية في كثافة وعادات وأنماط استخدام الشباب لمواقع التواصل الإجتماعي لصالح أفراد العينة بالجامعة الأمريكية عند مستوى ٠.٠٠٥ .

١(ج)- الفروق بين الكليات النظرية والعلمية في كثافة وعادات وأنماط استخدام الشباب لمواقع التواصل الإجتماعي:

جدول رقم ( ٣٤ )

يوضح الفروق بين الكليات النظرية والعلمية في كثافة وعادات وانماط استخدام الشباب لمواقع التواصل الإجتماعي.

المتغير	الكلية	نظري (ن=٢٠٠)		علمي (ن=٢٠٠)		ت	مستوى المعنوية ح.د ٣٩٨
		ع	م	ع	م		
كثافة وعادات وانماط استخدام الشباب لمواقع التواصل الإجتماعي		١٢.٨	٢.٥٩	١٢.٢	٣.٤٦	٢٠١٢	٠.٠٥

يتضح من الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة احصائية بين متوسطي درجات الكليات النظرية والعلمية في كثافة وعادات وأنماط استخدام الشباب لمواقع التواصل الإجتماعي لصالح الكليات النظرية، حيث كانت قيمة (ت) دالة عند مستوى ٠.٠٠٥ .

١(د)- الفروق بين المستوي الإقتصادي الإجتماعي في كثافة وعادات وأنماط استخدام الشباب لمواقع التواصل الإجتماعي:

جدول رقم ( ٣٦ )

يوضح الفروق في كثافة وعادات وانماط استخدام الشباب لمواقع التواصل الإجتماعي باختلاف المستوي الإقتصادي الإجتماعي.

الفروق تبعا إلى	البيان	مجموع الدرجات	ح . د	متوسط	ف	مستوى معنوية
كثافة وعادات وانماط استخدام الشباب لمواقع التواصل الإجتماعي	بين مجموعات	٣٥٠.٩٤١	٢	١٧٥.٤٧١	٢٠.٤٦٢	٠.٠٠١
	داخل	٣٤٠٤.٤٩٦	٣٩٧	٨.٥٧٨		
	مجموع	٣٧٥٥.٤٣٧	٣٩٩			

من خلال الجدول السابق يتبين: وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة باختلاف المستوى الاقتصادي الاجتماعي في كثافة وعادات وأنماط استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي، حيث كانت قيمة (ف) دالة عند مستوى ٠.٠٠٠١ .

جدول رقم (٣٧)

يوضح اختبار LSD للمقارنات الثنائية بين المستوى الاقتصادي الاجتماعي في كثافة وعادات وأنماط استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي.

مرتفع	متوسط	منخفض	انحراف معياري	متوسط	ن	المستوى الاقتصادي الاجتماعي
-	*٢.٢١٢٧-		٢.٦٧	٩.٧	٢٣	منخفض
*٣.٥٥٥٦			٣.٠٦	١١.٩	١٨٧	متوسط
-			٢.٨٢	١٣.٣	١٩٠	مرتفع
*١.٣٤٢٩			٣.٠٧	١٢.٥	٤٠٠	جملة

وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة ذوي المستوى الاجتماعي الاقتصادي المنخفض وأفراد العينة ذوي المستوى الاجتماعي المتوسط في كثافة وعادات وأنماط استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي لصالح أفراد العينة ذوي المستوى الاجتماعي المتوسط عند مستوى ٠.٠٠٥ .

وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة ذوي المستوى الاجتماعي الاقتصادي المنخفض وأفراد العينة ذوي المستوى الاجتماعي المرتفع في كثافة وعادات وأنماط استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي لصالح أفراد العينة ذوي المستوى الاجتماعي المرتفع عند مستوى ٠.٠٠٥ .

وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة ذوي المستوى الاجتماعي الاقتصادي المتوسط وأفراد العينة ذوي المستوى الاجتماعي المرتفع في كثافة وعادات وأنماط استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي لصالح أفراد العينة ذوي المستوى الاجتماعي المرتفع عند مستوى ٠.٠٠٥ .

مما سبق يتضح تحقق صحة الفرض الأول .

الفرض الثاني : توجد فروق دالة إحصائية بين المبحوثين عينة الدراسة في مدي متابعتهم وإعتمادهم على الأخبار باستمرار على مواقع التواصل الاجتماعي بحسب المتغيرات الديموغرافية ( النوع - نوع الجامعة - الكلية - المستوى الاقتصادي الاجتماعي ).

## ٢(أ)- الفروق بين الجنسين في مدي متابعتهم الأخبار باستمرار على مواقع التواصل الإجتماعي:

جدول رقم (٣٨)

يوضح قيمة كا٢ لدلالة الفروق بين الذكور والإناث في مدي متابعتهم الأخبار باستمرار على مواقع التواصل الإجتماعي.

مستوى الدلالة د ح ٢	كا٢	إجمالي		الإناث		الذكور		النوع مدى المتابعة
		%	ك	%	ك	%	ك	
٠.٨٧٨ غير دالة	٠.٢٦٠	٤٠.٢	١٦١	٣٩.٥	٧٩	٤١	٨٢	اتابعها بانتظام
		٥٤.٨	٢١٩	٥٥	١١٠	٥٤.٥	١٠٩	اتابعها احيانا
		٥	٢٠	٥.٥	١١	٤.٥	٩	نادراً ما اتابعها
		١٠٠	٤٠٠	١٠٠	٢٠٠	١٠٠	٢٠٠	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق: عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة الذكور والإناث في مدي متابعتهم الأخبار باستمرار على مواقع التواصل الإجتماعي، حيث كانت قيمة كا٢ = ٠.٢٦٠ وهي غير دالة عند مستوى دلالة ٠.٠٥٠٥.

## ٢(ب)- الفروق بين الجامعات في مدي متابعتهم الأخبار باستمرار على مواقع التواصل الإجتماعي:

جدول (٣٩)

يوضح قيمة كا٢ لدلالة الفروق بين الجامعات في مدي متابعتهم الأخبار باستمرار على مواقع التواصل الإجتماعي.

مستوى الدلالة د ح ٦	كا٢	الأمريكية		٦ أكتوبر		الأزهر		القاهرة		الجامعة مدى المتابعة
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٠.٠٠١	٥٨.٩٣٧	٦٥	٦٥	٢٥	٢٥	٢٠	٢٠	٥١	٥١	اتابعها بانتظام
		٣٢	٣٢	٧١	٧١	٧٣	٧٣	٤٣	٤٣	اتابعها احيانا
		٣	٣	٤	٤	٧	٧	٦	٦	نادراً ما اتابعها
		١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	الجملة

معامل التوافق = ٠.٣٥٨ وهي دالة عند مستوى ٠.٠١.

يتضح من الجدول السابق: وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الجامعات الحكومية والخاصة والأمريكية في مدي متابعتهم الأخبار باستمرار على مواقع التواصل الإجتماعي، حيث كانت قيمة كا٢ = ٥٨.٩٣٧ وهي دالة عند مستوى دلالة ٠.٠٠٠٠١.

## ٢(ج) الفروق بين طلاب الكليات النظرية والعملية في الأخبار باستمرار على مواقع التواصل الاجتماعي:

## جدول (٤٠)

يوضح قيمة كا٢ لدلالة الفروق بين طلاب الكليات النظرية وطلاب الكليات العملية في مدى متابعتهم الأخبار باستمرار على مواقع التواصل الاجتماعي .

مستوى الدلالة د ح ٢	كا٢	إجمالي		العملية		النظرية		الدراسة مدى المتابعة
		%	ك	%	ك	%	ك	
٠.٣٧٥ غير دالة	١.٩٦٠	٤٠.٢	١٦١	٣٩	٧٨	٤١.٥	٨٣	اتابعها بانتظام
		٥٤.٨	٢١٩	٥٤.٥	١٠٩	٥٥	١١٠	اتابعها احيانا
		٥	٢٠	٦.٥	١٣	٣.٥	٧	نادرا ما اتابعها
		١٠٠	٤٠٠	١٠٠	٢٠٠	١٠٠	٢٠٠	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق: عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة بالكليات النظرية والكليات العملية في مدى متابعتهم الأخبار باستمرار على مواقع التواصل الاجتماعي، حيث كانت قيمة كا<sup>٢</sup> = ١.٩٦٠ وهي غير دالة عند مستوى دلالة ٠.٠٠٥ .

٢(د)- الفروق بين المستويات الاجتماعية الاقتصادية في مدى متابعتهم الأخبار باستمرار على مواقع التواصل الاجتماعي:

## جدول رقم (٤١)

يوضح قيمة كا٢ لدلالة الفروق بين المستويات الاجتماعية الاقتصادية في مدى متابعتهم الأخبار باستمرار على مواقع التواصل الاجتماعي.

مستوى الدلالة د ح ٤	كا٢	إجمالي		مرتفع		متوسط		منخفض		المستوى مدى المتابعة
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٠.٠٠١	٢٩.٨٧٨	٤٠.٢	١٦١	٤٠	٧٦	٣٨.٥	٧٢	٥٦.٥	١٣	اتابعها بانتظام
		٥٤.٨	٢١٩	٥٥.٨	١٠٦	٥٨.٣	١٠٩	١٧.٤	٤	اتابعها احيانا
		٥	٢٠	٤.٢	٨	٣.٢	٦	٢٦.١	٦	نادرا ما اتابعها
		١٠٠	٤٠٠	١٠٠	١٩٠	١٠٠	١٨٧	١٠٠	٢٣	الجملة

معامل التوافق = ٠.٢٦٤ وهي دالة عند مستوى ٠.٠٠١ .

يتضح من الجدول السابق: وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المستويات الاجتماعية الاقتصادية في مدى متابعتهم الأخبار باستمرار على مواقع التواصل الاجتماعي، حيث كانت قيمة كا<sup>٢</sup> = ٢٩.٨٧٨ وهي دالة عند مستوى دلالة ٠.٠٠٠١ .

مما سبق يتضح تحقق صحة الفرض الثاني.

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين كثافة وعادات وأنماط استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي وآثار الشائعات المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

## جدول رقم (٤٢)

يوضح العلاقة بين كثافة وعادات وأنماط استخدام الشباب لمواقع التواصل الإجتماعى وأثار الشائعات المنشورة عبر مواقع التواصل الإجتماعى.

كثافة وعادات وأنماط استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي				المتغير
معامل الارتباط	الاتجاه	القوة	مستوى الدلالة	
*.١٥٢	طردي	ضعيف	٠.٠١	الآثار الاجتماعية للشائعات التي تنشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي
٠.٠٠٦	لا توجد علاقة			الآثار الاقتصادية للشائعات التي تنشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي
*.١١٠	طردي	ضعيف	٠.٠٥	الآثار السياسية للشائعات التي تنشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي
٠.٠٧٢	لا توجد علاقة			الآثار الثقافية للشائعات التي تنشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي

## يتضح من الجدول السابق:

-وجود علاقة طردية ضعيفة بين كثافة وعادات وأنماط استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي والآثار الاجتماعية للشائعات التي تنشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث كانت ( $r > 0.3$ ) وهي دالة عند مستوى ٠.٠٥.

-عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة وعادات وأنماط استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي والآثار الاقتصادية للشائعات التي تنشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث كانت ( $r$ ) غير دالة عند مستوى ٠.٠٥.

-وجود علاقة طردية ضعيفة بين كثافة وعادات وأنماط استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي والآثار السياسية للشائعات التي تنشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث كانت ( $r > 0.3$ ) وهي دالة عند مستوى ٠.٠٥.

-عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة وعادات وأنماط استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي والآثار الثقافية للشائعات التي تنشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث كانت ( $r$ ) غير دالة عند مستوى ٠.٠٥.

مما سبق يتضح عدم تحقق صحة الفرض الثالث.

الفرض الرابع: توجد فروق دالة إحصائية بين الشباب الجامعي في كيفية التصدي للشائعات المنتشرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي بحسب المتغيرات الديموغرافية (النوع - نوع الجامعة - الكلية - المستوى الاقتصادي الاجتماعي).

٤(أ) - الفروق بين الذكور والإناث في كيفية التصدي للشائعات المنتشرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

## جدول رقم (٤٣)

يوضح الفروق بين الذكور والإناث في كيفية التصدي للشائعات المنتشرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

المتغير	الجنس	ذكور (ن=١٩١)		إناث (ن=١٨٩)		ت	مستوى المعنوية ح.د ٣٧٨
		ع	م	ع	م		
كيفية التصدي للشائعات المنتشرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي		٢٥.٩	٢.٢٢	٢٤.٥	٣.١٤	٤.٨٦٣	٠.٠٠١

يتضح من الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات الذكور والإناث في كيفية التصدي للشائعات المنتشرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي لصالح الذكور، حيث كانت قيمة (ت) دالة عند مستوى ٠.٠٠٠١.

## ٤(ب)- الفروق بين الجامعات في كيفية التصدي للشائعات المنتشرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

## جدول رقم (٤٤)

يوضح الفروق في كيفية التصدي للشائعات المنتشرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي باختلاف الجامعات.

مستوى معنوية	ف	متوسط	ح . د	مجموع الدرجات	البيان	الفروق تبعا إلى
٠.٠٠١	٦.٩٩٢	٥٢.٢٣٢	٣	١٥٦.٦٩٥	بين مجموعات	كيفية التصدي للشائعات المنتشرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي
		٧.٤٧٠	٣٧٦	٢٨٠٨.٧٣٧	داخل	
			٣٧٩	٢٩٦٥.٤٣٢	مجموع	

من خلال الجدول السابق يتبين : وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة باختلاف الجامعة في كيفية التصدي للشائعات المنتشرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث كانت قيمة (ف) وهي دالة عند مستوى ٠.٠٠٠١ .

## جدول رقم (٤٥)

يوضح نتائج اختبار LSD للمقارنات الثنائية في كيفية التصدي للشائعات المنتشرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي بين الجامعات المختلفة.

الجامعات	ن	متوسط	انحراف معياري	القاهرة	الأزهر	٦ أكتوبر	الأمريكية
كيفية التصدي للشائعات المنتشرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي	٩٤	٢٥.١	١.٨٧		٠.٧٦٥٠-	٠.٤٧٦١-	*٠.٩٢٢١
	٩٣	٢٥.٩	٢.٥٩			٠.٢٨٨٩	*١.٦٨٧٢
	٩٦	٢٥.٦	٣.١٢				*١.٣٩٨٢
	٩٧	٢٤.٢	٣.١٣				
	٣٨٠	٢٥.٢	٢.٧٩				

من الجدول السابق يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة بجامعة القاهرة وأفراد العينة بالجامعة الأمريكية في كيفية التصدي للشائعات المنتشرة عبر مواقع التواصل الإجتماعي لصالح أفراد العينة بالجامعة الأمريكية عند مستوى ٠.٠٠٥ .

وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة بجامعة الأزهر وأفراد العينة بالجامعة الأمريكية في كيفية التصدي للشائعات المنتشرة عبر مواقع التواصل الإجتماعي لصالح أفراد العينة بالجامعة الأمريكية عند مستوى ٠.٠٠٥ .

وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة بجامعة ٦ أكتوبر وأفراد العينة بالجامعة الأمريكية في كيفية التصدي للشائعات المنتشرة عبر مواقع التواصل الإجتماعي لصالح أفراد العينة بالجامعة الأمريكية عند مستوى ٠.٠٠٥ .

٤(ج)- الفروق بين الكليات النظرية والعلمية في كيفية التصدي للشائعات المنتشرة عبر مواقع التواصل الإجتماعي:

جدول رقم (٤٦)

يوضح الفروق بين الكليات النظرية والعلمية في كيفية التصدي للشائعات المنتشرة عبر مواقع التواصل الإجتماعي.

مستوى المعنوية ٣٧٨ ح.د	ت	علمي (ن=١٨٧)		نظري (ن=١٩٣)		الكلية المتغير
		ع	م	ع	م	
٠.٥٢٦ غير دالة	٠.٦٣٥	٢.٩٠	٢٥.١	٢.٦٩	٢٥.٣	كيفية التصدي للشائعات المنتشرة عبر مواقع التواصل الإجتماعي

يتضح من الجدول السابق عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات الكليات النظرية والعلمية في كيفية التصدي للشائعات المنتشرة عبر مواقع التواصل الإجتماعي، حيث كانت قيمة (ت) غير دالة عند مستوى ٠.٠٠٥ .

٤(د)- الفروق بين المستوي الإقتصادي الإجتماعي في كيفية التصدي للشائعات المنتشرة عبر مواقع التواصل الإجتماعي:

جدول رقم (٤٧)

يوضح الفروق في كيفية التصدي للشائعات المنتشرة عبر مواقع التواصل الإجتماعي باختلاف المستوي الإقتصادي الإجتماعي.

مستوى معنوية	ف	متوسط	ح . د	مجموع الدرجات	البيان	الفروق تبعا إلى
٠.٠١	٦.٥٠٣	٤٩.٤٤٤	٢	٩٨.٨٨٨	بين مجموعات	كيفية التصدي للشائعات المنتشرة عبر مواقع التواصل الإجتماعي
		٧.٦٠٤	٣٧٧	٢٨٦٦.٥٤٤	داخل	
			٣٧٩	٢٩٦٥.٤٣٢	مجموع	

من خلال الجدول السابق يتبين : وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة باختلاف المستوي الإقتصادي الإجتماعي في كيفية التصدى للشائعات المنتشرة عبر مواقع التواصل الإجتماعي، حيث كانت قيمة (ف) دالة عند مستوى ٠.٠٠١ .

جدول رقم (٤٨)

يوضح إختبار LSD للمقارنات الثنائية بين المستوي الإقتصادي الإجتماعي في كيفية التصدى للشائعات المنتشرة عبر مواقع التواصل الإجتماعي.

مرتفع	متوسط	منخفض	انحراف معياري	متوسط	ن	المستوي الإقتصادي الإجتماعي
١.٩٥٨٦*	١.١٤٧٩		٠.٨٥	٢٦.٧	١٧	منخفض
٠.٨١٠٨*			٢.٢٥	٢٥.٦	١٨١	متوسط
			٣.٢٧	٢٤.٧	١٨٢	مرتفع
			٢.٧٩	٢٥.٢	٣٨٠	جملة

يتضح من الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة ذوي المستوى الاجتماعي الاقتصادي المنخفض وأفراد العينة ذوي المستوى الاجتماعي المرتفع في كيفية التصدى للشائعات المنتشرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي لصالح أفراد العينة ذوي المستوى الاجتماعي المنخفض عند مستوى ٠.٠٠٥ .

وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة ذوي المستوى الاجتماعي الاقتصادي المتوسط وأفراد العينة ذوي المستوى الاجتماعي المرتفع في كيفية التصدى للشائعات المنتشرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي لصالح أفراد العينة ذوي المستوى الاجتماعي المتوسط عند مستوى ٠.٠٠٥ .

مما سبق يتضح تحقق صحة الفرض الرابع.

الفرض الخامس : توجد علاقة إرتباطية دالة إحصائياً بين متابعة الأخبار والإعتماد عليها بإستمرار على مواقع التواصل الاجتماعي وإدراك وجود مخاطر لها علي الشباب الجامعي عينة الدراسة.

جدول رقم (٤٩)

يوضح العلاقة بين متابعة الأخبار بإستمرار على مواقع التواصل الاجتماعي وإدراك وجود مخاطر لها.

متابعة الأخبار بإستمرار على مواقع التواصل الاجتماعي				المتغير
معامل الارتباط	الاتجاه	القوة	مستوى الدلالة	
٠.٣٤٨**	طردي	متوسط	٠.٠٠١	إدراك وجود مخاطر لشبكات مواقع التواصل الاجتماعي

يتضح من الجدول السابق :

-وجود علاقة طردية ضعيفة بين متابعة الأخبار بإستمرار على مواقع التواصل الاجتماعي وإدراك وجود مخاطر لشبكات مواقع التواصل الاجتماعي، حيث كانت (٠.٣ < r < ٠.٧) وهي دالة عند مستوى ٠.٠٠١ ،

اي ان متابعة الأخبار بإستمرار على مواقع التواصل الإجتماعي يجعل المبحوثين يزيد إدراكهم لوجود مخاطر لشبكات مواقع التواصل الإجتماعي.  
مما سبق يتضح عدم تحقق صحة الفرض الثالث.

الفرض السادس : توجد فروق دالة إحصائياً بين الشباب الجامعي في دور مواقع التواصل الإجتماعي في نشر الشائعات بحسب المتغيرات الديموغرافية ( النوع - نوع الجامعة - الكلية - المستوى الإقتصادي الإجتماعي ).

٦(أ) - الفروق بين الذكور والإناث في دور مواقع التواصل الإجتماعي في نشر الشائعات:

جدول رقم (٥٠)

يوضح الفروق بين الذكور والإناث في دور مواقع التواصل الإجتماعي في نشر الشائعات.

مستوى المعنوية د.ح ٣٧٨	ت	إناث (ن=١٨٩)		ذكور (ن=١٩١)		الجنس المتغير
		ع	م	ع	م	
٠.٠٦٦ غير دالة	١.٨٤٥	٢.٧٦	٢١.٦	٣.٠٩	٢٢.١	دور مواقع التواصل الإجتماعي في نشر الشائعات

يتضح من الجدول السابق عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات الذكور والإناث في دور مواقع التواصل الإجتماعي في نشر الشائعات، حيث كانت قيمة (ت) غير دالة عند مستوى ٠.٠٥.

٦(ب) - الفروق بين الجامعات في دور مواقع التواصل الإجتماعي في نشر الشائعات:

جدول رقم (٥١)

يوضح دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات بين الجامعات المختلفة

انحراف معياري	متوسط	ن	الجامعات
٢.٤٣	٢٢.٢	٩٤	القاهرة
٣.٠٢	٢١.٨	٩٣	الأزهر
٣.٢٣	٢١.٩	٩٦	٦ أكتوبر
٢.٩٨	٢١.٤	٩٧	الأمريكية
٢.٩٤	٢١.٨	٣٨٠	الإجمالي

دور مواقع التواصل الإجتماعي  
في نشر الشائعات

## جدول رقم (٥٢)

يوضح الفروق في دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات باختلاف الجامعات.

مستوى معنوية	ف	متوسط	د . ح	مجموع الدرجات	البيان	الفروق تبعا إلى
٠.٢٣٦ غير دالة	١.٤٢١	١٢.٢٢٨	٣	٣٦.٦٨٣	بين مجموعات	دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات
		٨.٦٠٦	٣٧٦	٣٢٣٥.٨٧٢	داخل	
			٣٧٩	٣٢٧٢.٥٥٥	مجموع	

من خلال الجدول السابق يتبين: عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات

أفراد العينة باختلاف الجامعة في دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات، حيث كانت قيمة (ف) غير دالة عند مستوى ٠.٠٥ .

٦(ج)- الفروق بين الكليات النظرية والعلمية في دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات:

## جدول رقم (٥٣)

يوضح الفروق بين الكليات النظرية والعلمية في دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات.

مستوى المعنوية ٣٧٨ ح.د	ت	علمي (ن=١٨٧)		نظري (ن=١٩٣)		الكلية المتغير
		ع	م	ع	م	
٠.٧٥٤ غير دالة	٠.٣١٤	٢.٩١	٢١.٨	٢.٩٧	٢١.٩	دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات

يتضح من الجدول السابق عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات الكليات

النظرية والعلمية في دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات لصالح الكليات النظرية، حيث كانت قيمة (ت) غير دالة عند مستوى ٠.٠٥ .

٦(د)- الفروق بين المستوي الإقتصادي الاجتماعي في دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات:

## جدول رقم (٥٤)

يوضح الفروق في دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات باختلاف المستوي الإقتصادي الاجتماعي.

مستوى معنوية	ف	متوسط	د . ح	مجموع الدرجات	البيان	الفروق تبعا إلى
٠.٠٠١	٧.١٦٣	٥٩.٩٠٥	٢	١١٩.٨١١	بين مجموعات	دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات
		٨.٣٦٣	٣٧٧	٣١٥٢.٧٤٥	داخل	
			٣٧٩	٣٢٧٢.٥٥٥	مجموع	

من خلال الجدول السابق يتبين: وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد

العينة باختلاف المستوي الإقتصادي الاجتماعي في دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات، حيث كانت قيمة (ف) دالة عند مستوى ٠.٠٠١ .

جدول رقم (٥٥)

يوضح اختبار LSD للمقارنات الثنائية بين المستوي الاقتصادي الإجتماعي في دور مواقع التواصل الإجتماعي في نشر الشائعات.

مرتفع	متوسط	منخفض	انحراف معياري	متوسط	ن	المستوي الاقتصادي الإجتماعي
*٢.٦٩٨٥	*٢.٢٠٤١		١.٦٧	٢٤.٢	١٧	منخفض
٠.٤٩٤٤			٢.٥٣	٢١.٩	١٨١	متوسط
			٣.٢٩	٢١.٥	١٨٢	مرتفع
			٢.٩٤	٢١.٨	٣٨٠	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة ذوي المستوى الاقتصادي المنخفض وأفراد العينة ذوي المستوى الاجتماعي المتوسط في دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات لصالح أفراد العينة ذوي المستوى الاجتماعي المنخفض عند مستوى ٠.٠٠٥.

وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة ذوي المستوى الاجتماعي الاقتصادي المنخفض وأفراد العينة ذوي المستوى الاجتماعي المرتفع في دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات لصالح أفراد العينة ذوي المستوى الاجتماعي المنخفض عند مستوى ٠.٠٠٥. مما سبق يتضح تحقق صحة الفرض السادس.

**الفرض السابع:** توجد فروق دالة إحصائية بين المبحوثين في مدي وجود دور فعال للشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي على الشباب الجامعي في إحداث العنف والصراع السياسي لديهم بحسب المتغيرات الديموغرافية ( النوع - نوع الجامعة - الكلية - المستوى الاقتصادي الاجتماعي ) .  
٧(أ)- الفروق بين الجنسين في مدي وجود دور فعال للشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي على الشباب الجامعي في إحداث العنف والصراع السياسي لديهم:

جدول رقم (٥٦)

يوضح قيمة كا<sup>٢</sup> لدلالة الفروق بين الذكور والإناث في مدي وجود دور فعال للشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي على الشباب الجامعي في إحداث العنف والصراع السياسي لديهم.

مستوى الدلالة ح ٢	كا <sup>٢</sup>	إجمالي		الإناث		الذكور		النوع دور للشائعات
		%	ك	%	ك	%	ك	
٠.٠٠٠١	١٥.٠٠١	٦٧.٤	٢٥٦	٦٤	١٢١	٧٠.٧	١٣٥	نعم
		٣٠	١١٤	٣٦	٦٨	٢٤.١	٤٦	أحياناً
		٢.٦	١٠	٠	٠	٥.٢	١٠	لا
		١٠٠	٣٨٠	١٠٠	١٨٩	١٠٠	١٩١	الإجمالي

معامل التوافق = ٠.١٩٥ وهي دالة عند مستوى ٠.٠٠٠١.

يتضح من الجدول السابق: وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة الذكور والإناث في مدي وجود دور فعال للشائعات عبر مواقع التواصل الإجتماعي على الشباب الجامعي في إحداث العنف والصراع السياسي لديهم، حيث كانت قيمة كا = ٢١.٠٠١ وهي دالة عند مستوى دلالة ٠.٠٠٠١.

٧(ب)- الفروق بين الجامعات في مدي وجود دور فعال للشائعات عبر مواقع التواصل الإجتماعي على الشباب الجامعي في إحداث العنف والصراع السياسي لديهم:

جدول رقم (٥٧)

يوضح قيمة كا لدلالة الفروق بين الجامعات في مدي وجود دور فعال للشائعات عبر مواقع التواصل الإجتماعي على الشباب الجامعي في إحداث العنف والصراع السياسي لديهم.

مستوى الدلالة د ح ٦	كا ٢١	الأمريكية		٦ أكتوبر		الأزهر		القاهرة		الجامعة دور للشائعات
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٠.٠٠٠١	٢٩.٣٢١	٧٨.٤	٧٦	٥٣.١	٥١	٦٤.٥	٦٠	٧٣.٤	٦٩	نعم
		٢١.٦	٢١	٤٦.٩	٤٥	٣٠.١	٢٨	٢١.٣	٢٠	أحيانا
		٠	٠	٠	٠	٥.٤	٥	٥.٣	٥	لا
		١٠٠	٩٧	١٠٠	٩٦	١٠٠	٩٣	١٠٠	٩٤	الإجمالي

معامل التوافق = ٠.٢٦٨ وهي دالة عند مستوى ٠.٠٠٠١.

يتضح من الجدول السابق: وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الجامعات الحكومية والخاصة والأمريكية في مدي وجود دور فعال للشائعات عبر مواقع التواصل الإجتماعي على الشباب الجامعي في إحداث العنف والصراع السياسي لديهم، حيث كانت قيمة كا = ٢٩.٣٢١ وهي دالة عند مستوى دلالة ٠.٠٠٠١.

٧(ج) الفروق بين طلاب الكليات النظرية والعملية في مدي وجود دور فعال للشائعات عبر مواقع التواصل الإجتماعي على الشباب الجامعي في إحداث العنف والصراع السياسي لديهم:

جدول رقم (٥٨)

يوضح قيمة كا لدلالة الفروق بين طلاب الكليات النظرية وطلاب الكليات العملية في مدي وجود دور فعال للشائعات عبر مواقع التواصل الإجتماعي على الشباب الجامعي في إحداث العنف والصراع السياسي لديهم.

مستوى الدلالة د ح ٢	كا ٢١	إجمالي		العملية		النظرية		الدراسة دور للشائعات
		%	ك	%	ك	%	ك	
٠.٠٠٥	٦.٢٢٥	٦٧.٤	٢٥٦	٧٣.٣	١٣٧	٦١.٧	١١٩	نعم
		٣٠	١١٤	٢٤.١	٤٥	٣٥.٨	٦٩	أحيانا
		٢.٦	١٠	٢.٧	٥	٢.٦	٥	لا
		١٠٠	٣٨٠	١٠٠	١٨٧	١٠٠	١٩٣	الإجمالي

معامل التوافق = ٠.١٢٧ وهي دالة عند مستوى ٠.٠٠٥.

يتضح من الجدول السابق: وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة بالكلية النظرية والكلية العملية في مدي وجود دور فعال للشائعات عبر مواقع التواصل الإجتماعي على الشباب الجامعي في إحداث العنف والصراع السياسي لديهم، حيث كانت قيمة كا = ٦.٢٢٥ وهي دالة عند مستوى دلالة ٠.٠٥.

٧(د)- الفروق بين المستويات الإجتماعية الإقتصادية في مدي وجود دور فعال للشائعات عبر مواقع التواصل الإجتماعي على الشباب الجامعي في إحداث العنف والصراع السياسي لديهم:

جدول رقم (٥٩)

يوضح قيمة كا لدلالة الفروق بين المستويات الإجتماعية الإقتصادية في مدي وجود دور فعال للشائعات عبر مواقع التواصل الإجتماعي على الشباب الجامعي في إحداث العنف والصراع السياسي لديهم.

مستوى الدلالة د ح ٤	كا <sup>٢</sup>	إجمالي		مرتفع		متوسط		منخفض		المستوى دور للشائعات
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٠.٠٥	١٢.٥٣٤	٦٧.٤	٢٥٦	٦٦.٥	١٢١	٦٨	١٢٣	٧٠.٦	١٢	نعم
		٣٠	١١٤	٣٣.٥	٦١	٢٦.٥	٤٨	٢٩.٤	٥	أحيانا
		٢.٦	١٠	٠	٠	٥.٥	١٠	٠	٠	لا
		١٠٠	٣٨٠	١٠٠	١٨٢	١٠٠	١٨١	١٠٠	١٧	الإجمالي

معامل التوافق = ٠.١٧٩ وهي دالة عند مستوى ٠.٠٥.

يتضح من الجدول السابق: وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المستويات الإجتماعية الإقتصادية في مدي وجود دور فعال للشائعات عبر مواقع التواصل الإجتماعي على الشباب الجامعي في إحداث العنف والصراع السياسي لديهم، حيث كانت قيمة كا<sup>٢</sup> = ١٢.٥٣٤ وهي دالة عند مستوى دلالة ٠.٠٥.

مما سبق يتضح تحقق صحة الفرض السابع.

أولاً : أهم الإستنتاجات والخلاصات:

استطاعت مواقع التواصل الإجتماعي في السنوات الأخيرة أن تنتشر بوتيرة سريعة بفعل إنتشار الإنترنت وتوافر أجهزة المحمول الذكية التي تعمل عليها هذه التطبيقات المختلفة، وأصبحت ذات أهمية كبيرة في التأثير على إتجاهات وآراء الشباب وتحديد مواقفه إزاء مختلف القضايا والموضوعات من خلال إمداده بكافة الأخبار والمعلومات، وتعد مواقع التواصل الاجتماعي إحدى وسائل الإعلام الجديد المهمة التي تتمتع بدرجة مصداقية عالية لدى الأفراد في المجتمع في الوقت الحاضر، فإستخدام مواقع التواصل الإجتماعي في نشر الشائعات يؤدي إلي إحداث العنف والصراع السياسي بين الشباب نتيجة لحماسهم الزائد وتطلعهم للمشاركة السياسية بجدية، فمن خلال نشر الشائعات المختلفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي تستطيع تعبئة الرأي العام وتوجيهه نحو أحداث بعينها وجعله يضعها في أولوياته، بينما تخرج أحداث أخرى من دائرة اهتمامه، وهذه القدرة هي التي تبرر القوة التأثيرية لتلك المواقع الاجتماعية، حيث

تكمن وظيفة مواقع التواصل الاجتماعي في إمداد الأفراد بالمعلومات والأخبار حول كافة الموضوعات المختلفة.

وفي إطار إنتشار الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في إحداث العنف والصراع السياسي بين الشباب نلاحظ أن الفيس بوك Face book جاء كأكثر مواقع التواصل الاجتماعي تفضيلاً وإستخداماً لدي الشباب عينة الدراسة في الترتيب الأول بنسبة ٩٢.٢%، يليه في الترتيب الثاني الواتس أب WhatsApp بنسبة ٦٣.٢%، ثم حل في الترتيب الثالث اليوتيوب بنسبة ٥٤%، وهذا يرجع إلي ما للفيس بوك من مميزات كبيرة تجعله في مقدمة مواقع التواصل الاجتماعي وأكثرها تفضيلاً لدي الشباب عينة الدراسة كما سهولة الإستخدام بحيث يستطيع أي مُستخدم أن يتعامل معه ومع تطبيقاته بكل يسر مع إختلاف أعمار هؤلاء المستخدمين ومستوياتهم الإجتماعية والإقتصادية، بالإضافة إلي البقاء علي اتصال في أي مكان، وهو ما يزيد من شعبيتها ويطيل فترات إستخدامها، وكذلك فورية تشارك المعلومات المحدثه عبر الفيس بوك بما يتيح وضع آخر الأخبار والمعلومات إضافة إلي البث المباشر للفيديو ولحظية تحميل الصور، وكذلك الحصول علي تعليقات جعل من الفيس بوك موقعاً ذا شعبيه كبيرة، وإتاحته ميزة تعدد الأبعاد التشاركية، وأيضاً الإشتراك المجاني في الاستفاده من الخدمة، كل هذا جعل من الفيس بوك أكثر مواقع التواصل الاجتماعي تفضيلاً واستخدماً وشعبية.

أكدت نتائج الدراسة أن من أهم الأسباب التي جعلت الشباب الجامعي عينة الدراسة حريصين على تصفح مواقع التواصل الاجتماعي المفضلة لديهم هي للتواصل مع الأهل والأصدقاء بنسبة ٥٧.٥% في الترتيب الأول، يليه نسبة ٤٢.٨% منهم حريصون على تصفحها للقضاء على وقت الفراغ، ثم نسبة ٣٦.٨% منهم حريصون على تصفحها للمشاركة بالنشر على الصفحات (منشورات - تعليقات - تغريدات) وهذا مؤشر قوي علي أن مواقع التواصل الاجتماعي وسائل إجتماعية وترفيهيه من الدرجة الأولى.

تشير نتائج الدراسة إلي أن نسبة ٤٣.٩% من أفراد العينة يرون أن تأثير سرعة إنتشار الأخبار على مواقع التواصل الاجتماعي على إنتشار الشائعات عبر هذه المواقع (عالي) في الترتيب الأول، يليه نسبة ٣٦.٣% منهم يرون أنه تأثير (متوسط) في الترتيب الثاني، ثم نسبة ١٢.٤% منهم يرون أنه تأثير (منخفض)، وهذا يدل علي أن هناك علاقة طردية بين سرعة إنتشار الأخبار عبر مواقع التواصل الاجتماعي علي إنتشار الشائعات عبر تلك المواقع وهذه النتيجة غاية في الأهمية، فلو استطعنا التحكم في نشر الأخبار من خلال مواقع التواصل نستطيع الحد من إنتشار الشائعات.

أكدت نتائج الدراسة أن أفراد العينة كانوا موافقين على ماهية الشائعات وكانت النتائج:

- الشائعات هي معلومات منتشرة على مواقع التواصل الاجتماعي يتداولها المستخدمون ينقصها الصحة والصواب وغير مطابقة للواقع بمتوسط ٢.٧٤ .

- لا تستند الشائعة إلي مصدر أو مصادر موثوق بها بمتوسط ٢.٦٣ .

- قد تستند الشائعة إلى بعض الحقائق وتعمل على تضخيمها والمبالغة في تأثيراتها بمتوسط ٢.٤٢.
- تمتد الشائعات لتشمل مختلف القضايا السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية بمتوسط ٢.٤١.
- قد تكون الشائعة مختلفة ولا تستند إلى واقع حقيقي بمتوسط ٢.٣٨.
- وكانوا محايدين لكل من:
- الشائعات وسيلة أو أداة لقياس ردود فعل الجماهير نحو القضايا والقرارات المهمة في الدولة بمتوسط ٢.٣٠.
- اذا تستخدم الشائعة لمواجهة التعقيم ، والغموض حول بعض المشكلات والقضايا بمتوسط ٢.٢٧.
- وهذه النتائج السابقة تدل على أن الشباب عينة الدراسة كانوا على علم ودراية بما هي الشائعات وأثارها السلبية القائلة على المجتمع سياسياً واقتصادياً واجتماعياً وكانوا موافقين على أن للشائعات آثاراً تدميرية قاتلة وتخريبية للمجتمع.
- تشير نتائج الدراسة كذلك إلى أن نسبة ٦٩.٧% من أفراد العينة يرون أن أهداف الشائعات التي تنتشر عبر مواقع التواصل الإجتماعي إثارة العنف والصراع السياسي داخل المجتمع في الترتيب الأول، يليه نسبة ٦٦.٦% منهم يرون أن هدفها تفكك وحدة المجتمع في الترتيب الثاني، ونسبة ٥٥.٥% منهم يرون أن هدفها إثارة البلبلة والفوضى بين الأفراد في الترتيب الثالث، ثم نسبة ٥٠% منهم يرون أن هدفها تدمير النظام القيمي والسلام المجتمعي، وهذا مؤشر قوي على أن للشائعات آثاراً تدميرية على المجتمع وتخلق سلبيات كثيرة يصعب التغلب عليها وعلى آثارها، وفي بعض الأحيان قد تدفع المجتمع إلى الإتهيار والحروب الأهلية والصراعات الداخلية والعنف المجتمعي.
- أظهرت نتائج الدراسة أن نسبة ٧١.٣% من أفراد العينة يرون أن أوقات بروز الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي يحدث أثناء العمليات الإرهابية في المجتمع في الترتيب الأول، ونسبة ٦٨.٧% منهم يرون أنها تبرز وقت الحروب في الترتيب الثاني، ونسبة ٦١.٦% منهم يرون أنها تبرز في وقت الثورات في الترتيب الثالث، ونسبة ٥٤.٥% منهم يرون أنها تبرز وقت الأزمات في الترتيب الرابع والأخير، ويرى الباحث من خلال النتائج السابقة أن من أنسب الأوقات لبروز الشائعات في المجتمع هي أوقات الإضطرابات في المجتمع بشكل عام، فتعد هذه الفترات أرضاً خصبة لظهور الشائعات وانتشارها وخصوصاً إذا تدخلت قوتي خارجية، بهدف نشر شائعات معينة لخلق نوع من الفوضى، وأوضح مثال على ذلك تبني الولايات المتحدة الأمريكية خلق فوضى خلاقة في الدول العربية أثناء فترات ثورات الربيع العربي من خلال وجود أفراد من أجهزة مخابراتها داخل مصر وقيامهم ببث شائعات ونشرها بين الشباب المصري بهدف التأثير على المجتمع والوصول لأهداف معينة.
- أشارت نتائج الدراسة أن أفراد العينة يرون أن هناك مخاطر دائمة لشبكات التواصل الاجتماعي هي:
- سرعة نشر الأخبار بلا حدود مما جعلها عرضة للشائعات بمتوسط ٢.٧١
- تحريف الحقائق والتشكيك فيها بمتوسط ٢.٣٩.

- التشهير والإساءة بأشخاص معينة بمتوسط ٢.٤٤ .  
 - نشر أخبار ومعلومات غير مطابقة للواقع بصورة خاطئة وغير صحيحة بمتوسط ٢.٣٩ .  
 - وكان هناك مخاطر تحدث إلى حد ما وهي إثارة الفتن الإقليمية والعقائدية بمتوسط ٢.١٩ .  
 أكدت نتائج الدراسة أن نسبة ٨٧.٦% من أفراد العينة يرون أن دور الشائعات التي تنتشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي في إحداث العنف والصراع السياسي من الناحية الاجتماعية هو تعميم مشاعر الإحباط في المجتمع في الترتيب الأول ، ونسبة ٧٩.٢% منهم يرون أنها تكدير السلم المجتمعي في الترتيب الثاني، ونسبة ٧٨.٧% منهم يرون أنها تدمير النظام القيمي والأخلاقي والسلام الاجتماعي في الترتيب الثالث، ونسبة ٦١.٣% منهم يرون أنها تدنى المعنويات وإعاقة الفكر في المجتمع في الترتيب الأخير، وهذا يوضح لنا أن للشائعات تأثيرات سلبية من الناحية الاجتماعية علي الشباب في المجتمع من خلال خلق نوع من الركود واللامبالاة لدي الشباب والتأثير علي الحراك المجتمعي والتغيير والتطوير والتنمية الاجتماعية.

كما أوضحت نتائج الدراسة كذلك أن نسبة ٧١.٣% من أفراد العينة يرون أن دور الشائعات التي تنتشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي في إحداث العنف والصراع السياسي من الناحية الاقتصادية التأثير على الدولة وعلاقتها بالدول الأخرى، ونسبة ٦٨.٧% منهم يرون أنها التأثير على قطاع الإنتاج والتوزيع، ونسبة ٦٥.٨% منهم يرون أنها التأثير على التصدير للدولة، ونسبة ٦١.٣% منهم يرون أنها إضعاف روح العمل والإنتاج وحركة البيع والتبادل التجاري، وهذه النتيجة مؤشر قوي علي أن الشائعات لها دوراً كبيراً في التأثير علي التنمية الاقتصادية وتدمير سبل الإنتاج والتقدم الاقتصادي في المجتمع من خلال صرف الأفراد عن العمل والإنتاج وتوجيههم نحو العنف والصراع والإضراب والإحتجاج بسبب بث شائعات غير صحيحة وهناك العديد من الأمثلة التي حدثت في مصر أثناء الإضرابات منها إضراب عمال مصانع غزل المحلة عن العمل والإنتاج بعد ثورة ٢٥ يناير مباشرة بسبب نشر شائعات تصرح بتسريح العمال معاش مبكر بسبب تكديس العمالة وعدم حصولهم علي مستحقاتهم المالية وهناك العديد من الأمثلة علي الأخرى علي ذلك في مصر والتي تعطل العمل والإنتاج بسببها وكل ذلك بسبب إنتشار الشائعات المضللة.

أشارت نتائج الدراسة أيضاً أن نسبة ٦٥.٥% من أفراد العينة يرون أن دور الشائعات التي تنتشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي في إحداث العنف والصراع السياسي من الناحية السياسية هو البلبة والفوضى في المجتمع، ونسبة ٦٥% منهم يرون أنه الحراك السياسي في كثير من الدول العربية أو ما يعرف بثورات الربيع العربي، ونسبة ٦١.٣% منهم يرون أنه إحتجاجات وتظاهرات الأفراد ضد القرارات السياسية في الدولة، ونسبة ٥٧.٩% منهم يرون أنه صناعة الأزمات والارتباك في الدولة، ويرى الباحث أن النواحي السياسية من أهم وأخطر النواحي التي تؤثر عليها الشائعات في المجتمع وذلك لأن الشائعات

إذا أدت أهدافها من النواحي السياسية فإنها قادرة علي تدمير المجتمع والجنوح به إلى الحروب الأهلية والصراعات المختلفة.

كما أوضحت نتائج الدراسة أيضاً أن نسبة ٨٥.٨% من أفراد العينة يرون أن دور الشائعات التي تنتشر عبر مواقع التواصل الإجتماعي في إحداث العنف والصراع السياسي من الناحية الثقافية هو نشر معلومات مغلوطة ومشوهة لدى الشباب، ونسبة ٨٣.٤% منهم يرون أنه تربة خصبة لإيجاد جيل من الشباب يفكر بشكل سلبي يسهل توجيهه إلى التطرف والعنف والصراع داخل المجتمع، ونسبة ٧٢.٤% منهم يرون أنه التأثير علي الثقافة العامة لدي الشباب والنشء داخل المجتمع، ونسبة ٥٤.٥% منهم يرون أنه خلق نوع من البلبه في الأفكار لدي الشباب، ويرى الباحث في هذه النتائج أن للشائعات تأثيرات سلبية كبيرة في الناحية الثقافية في حالة إنتشارها في المجتمع بسبب أنها تكون قادرة علي تشويه الهوية الثقافية للشباب، وتستطيع بشكل كبير توجيه الشباب وجهات متطرفة وتجذبهم تجاه الجماعات الإرهابية المتطرفة في المجتمع وليس أدل على ذلك من صفحات منظمة داعش الإرهابية على مواقع التواصل الإجتماعي التي تنتشر شائعات كاذبة وغير صحيحة ومضللة عن ثوابت الدين الإسلامي وأنها تزعم قيام خلافة إسلامية تقوم علي العدل في الدول العربية وما إلي ذلك من أكاذيب وشائعات مضللة تستطيع من خلالها تشويه الهوية الثقافية للشباب وجذبهم للقتال في صفوف منظمة داعش الإرهابية.

أشارت نتائج الدراسة أن أفراد العينة كانوا موافقين على أسباب ظهور وانتشار الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في إحداث العنف والصراع السياسي بين الشباب من خلال:

- صمت الإعلام التقليدي عن إظهار الحقائق بمتوسط ٢.٧١.
  - تفاوت القيم الإجتماعية في المجتمع المصري بمتوسط ٢.٦٩.
  - عدم وجود رقابة لتنفيذ الشائعات وإثبات عكسها بمتوسط ٢.٤٠.
  - وراء نشر الشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي مرضى نفسيون بمتوسط ٢.٣٩.
  - غياب المتحدث الرسمي بإسم الوزارات والمؤسسات والجهات الرسمية بمتوسط ٢.٣٧.
  - عدم وجود وعي ثقافي بين الأفراد والجهل المتوغل في بعض طبقات المجتمع بمتوسط ٢.٣٧.
- بينت الدراسة أيضاً أن أفراد العينة موافقين على دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات وكانت النتائج كالتالي:

- لعبت مواقع التواصل الاجتماعي دوراً كبيراً في تسهيل نشر الشائعات بمتوسط ٢.٧٢.
- أصبح بإمكان كل فرد نشر مايريد عبر مواقع التواصل الاجتماعي بسهولة إستخدامها بمتوسط ٢.٦٩.
- أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي تؤدي دور الوسيلة الناقلة للشائعات بمتوسط ٢.٤٥.
- الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي أكثر سرعة في الإنتقال والإنتشار من وسائل الإعلام الأخرى. بمتوسط ٢.٤١.

- الأخبار والمعلومات الكاذبة عبر مواقع التواصل الاجتماعي أكثر تنوعاً في أشكالها من وسائل الإعلام الأخرى. بمتوسط ٢.٤٠.
- أثرت مواقع التواصل الاجتماعي على دور وسائل الإعلام التقليدية في التصدي للشائعات بمتوسط ٢.٣٧.
- أشارت نتائج الدراسة أن أفراد العينة موافقين على كيفية التصدي للشائعات المنتشرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في إحداث العنف والصراع السياسي من خلال :
- التعاون بين الأفراد على مواقع التواصل الاجتماعي وجهات الأمن في مكافحة الشائعات وملاحقة مروجيها بمتوسط ٢.٨٠.
- التأكد من صحة المعلومات والأخبار والروابط الواردة مع الخبر المنشور على مواقع التواصل الاجتماعي بمتوسط ٢.٧٢.
- ضرورة تبنى وزارة التربية والتعليم ووزارة التعليم العالي وضع مقرر دراسي يتناول خطورة الشائعات واثارها السلبية وكيفية التصدي لها بمتوسط ٢.٦٣.
- فرض رقابة على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وحظر ما ينشر عبرها من شائعات وإغلاق المواقع المشبوهة التي تروج لهذه الشائعات بمتوسط ٢.٥٥.
- وضع تشريعات رادعة للجرائم المعلوماتية ونشر الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومضاعفة العقوبات على مروجي الشائعات بمتوسط ٢.٤٨.
- رفع المستوى الثقافي والمعرفي للمستخدمين والتحلي بالتفكير المنطقي والنقدى عند متابعة أي خبر عبر مواقع التواصل الاجتماعي بمتوسط ٢.٤٧.
- استخدام الوسائل التقنية والحديثة في رصد وتتبع مصادر الشائعات بمتوسط ٢.٤٢.
- نشر الأخبار الدقيقة والموضوعية التي تتسم بالصحة والموضوعية على مواقع التواصل الاجتماعي بمتوسط ٢.٤٠.
- التعاون بين الأفراد على مواقع التواصل الاجتماعي وجهات الأمن في مكافحة الشائعات وملاحقة مروجيها بمتوسط ٢.٣٨.
- السرعة في الرد على الشائعات المنتشرة على مواقع التواصل الاجتماعي ونكذيبها بمتوسط ٢.٣٥.
- ويتضح من خلال النتائج السابقة أنه يجب الأخذ في الاعتبار بكل المقترحات السابقة والتي وافق عليها الشباب عينة الدراسة بعين الاعتبار من قبل المسؤولين والقائمين علي أمور مواقع التواصل الاجتماعي والإنترنت بمجلس الوزراء للحد والقضاء علي الشائعات في بدايتها إنتشارها وعدم السماح لها بالذيع والإنتشار بين الشباب في المجتمع حتي لا تؤثر عليهم وعلي دورهم المهم والفاعل في إحداث التنمية والتقدم في المجتمع.

## ثانياً: توصيات الدراسة:

يقترح الباحث في ضوء ما توصلت إليه الدراسة من نتائج مجموعة من التوصيات والمقترحات،  
منها:

١ - الإهتمام بشبكات مواقع التواصل الإجتماعي وإصدار قوانين صارمة تنظم العمل بها أسوة بوسائل الإعلام التقليدية، بالإضافة إلى عمل نشرات إعلانية توعوية باستمرار لمستخدمي تلك المواقع من الشباب بخطورة الشائعات وآثارها السلبية علي المجتمع.

٢ - الحاجة إلى الإكثار من عمل اللقاءات والندوات والمحاضرات حول ظاهرة الشائعات في مواقع التواصل الإجتماعي وخطورتها علي المجتمع والإهتمام بمواقع التواصل الإجتماعي من خلال دراستها وتحليلها كوسيلة إتصال تستحق الإهتمام، ودعوة جميع الأطراف المعنية سواء الحكومية أو الإعلامية لمناقشة هذه الوسيلة بشكل جدي، وتقديم الحلول المطلوبة لتوعية جميع أفراد المجتمع علي أن هناك وسيلة إعلامية جديدة تستحق الدعم والتقدم.

٣ - الحاجة الماسة إلى مزيد من الدراسات والبحوث العلمية في مجال شبكات التواصل الإجتماعي وعلاقتها بالشائعات في المجتمع المصري وآثارها السلبية علي المجتمع من جميع النواحي الحياتية والمجتمعية.

٤ - ضرورة الإهتمام بضوابط النشر فيما يخص الأخبار والمعلومات المتعلقة بالشائعات.

٥ - ضرورة إنشاء آلية رقابية مستقلة تتمتع بسلطات محددة تتصل بالأخبار والمعلومات المنشورة عبر مواقع التواصل الإجتماعي، وهذه السلطات تتمثل في إمتلاك آلية لفرض عقوبات - أدبية ومادية - فيما يخص تجاوز حدود المصادقية ونشر الشائعات، ويتجاوز ذلك إلي الحد الذي يجعل حماية المجتمع فوق حماية مواقع الشبكات نفسها، وما يستوجبه ذلك من إجراءات وقوانين منظمة.

### ثالثاً : ما تثيره الدراسة من بحوث جديدة في مجال مواقع الشبكات الإجتماعية:

١ - إستخدام القوي السياسية المختلفة في مصر مواقع التواصل الإجتماعي في نشر شائعات تخدم أهدافها وتوجهاتها في المجتمع.

٢ - دور الحكومة ومؤسسات المجتمع المدني في مصر في معالجة ظاهرة إنتشار الشائعات في مواقع التواصل الإجتماعي والحد منها ومنعها وكيفية الرد عليها بشكل صحيح وسليم.

٣ - مواقع التواصل الإجتماعي في مصر ودورها في تنمية الوعي السياسي والمجتمعي لدي الشباب.

## هوامش الدراسة:

- (١) هباس رجاء حربي، الشائعات ودور وسائل الاعلام في عصر المعلومات ، ط١ ، (دار أسامة للنشر والتوزيع ، عمان – الأردن، ٢٠١٣)، ص ١٥.
- (٢) <http://www.al-madina.com/node/599349>.
- (٣) حسني نصر، صحافة المواطنين وأزمة الشائعات ، <http://www.shabiba.com/article/81822> ،
- (٤) شريف درويش اللبان، إشكاليات الرقابة: الضوابط الأخلاقية والتشريعية لشبكات التواصل الاجتماعي في الدول العربية (٢٠١٥) ، المركز العربي للبحوث والدراسات متاح على الرابط <http://www.acrseg.org/39122>
- (٥) المجلة العسكرية الإستراتيجية بدولة الإمارات العربية المتحدة ، الشائعات في وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيراتها السلبية ، بتاريخ ٣ يونيو ٢٠١٧ : متاح علي الرابط التالي [www.nationshield.ae/home/details/3/7/2017](http://www.nationshield.ae/home/details/3/7/2017). Available At:[http://](http://www.nationshield.ae/home/details/3/7/2017)
- (٦) فهد بن عبدالعزيز الغفيلي ، ترويج الشائعات عبر شبكات التواصل الاجتماعي ( الأغراض والأسباب وسبل المعالجة ) ، مؤتمر ضوابط استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في الإسلام ، الجامعة الإسلامية بالمدينة المنورة ، المملكة العربية السعودية ، ٢٠١٧ .
- (٧) رضا عيد كحيل ، الشائعات في المواقع الإخبارية الأردنية وتأثيرها في نشر الأخبار من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين ، رسالة ماجستير غير منشورة ، ( جامعة الشرق الأوسط : كلية الإعلام ، قسم الصحافة ، ٢٠١٥ ) ، ص ١٣ .
- (٨) تركي بن عبدالعزيز السديري ، توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية الأمنية ضد خطر الشائعات ، رسالة ماجستير غير منشورة ، ( جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية: كلية العدالة الجنائية ، قسم الدراسات الأمنية ، ٢٠١٤ ) ص ٤ .
- (٩) طلال محمد الناشري و أمال محمد السائيس ، الإشاعة وتأثيرها علي المجتمع من خلال وسائل التواصل الاجتماعي ، مجلة العلوم الاجتماعية ، العدد الحادي عشر ، بتاريخ ٢٦/١٠/٢٠١٣ ، المملكة العربية السعودية.
- (١٠) Heng Chen, "The Power of Whispers: Theory of Rumor Communication", Hong Kong University of Sciences and Technology, 2011.
- (١١) عبدالفتاح الهمص و فايز كمال شلدان ، الأبعاد النفسية والاجتماعية في ترويج الإشاعات عبر وسائل الإعلام وعلاجها من منظور إسلامي ، مجلة كلية التربية ، ( الجامعة الإسلامية بغزة فلسطين : كلية التربية ، العدد السابع ، ٢٠٠٩ ) .
- (١٢) خلف خلف ، اعتماد الصحافة الحزبية الفلسطينية علي الإشاعة وأثرها علي التنمية السياسية في الضفة الغربية وقطاع غزة ، رسالة ماجستير غير منشورة ، ( جامعة النجاح الوطنية : كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية ، قسم الصحافة المكتوبة والإلكترونية ، ٢٠٠٨ ) .
- (١٣) Chen Liming, "Rumor Control On the Internet", Are Public Relations Ready for dealing With Rumors On the Internet, 2003.
- (١٤) دعاء حامد الغوابي حلمي ، استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي ودورها في دعم أعمال العنف السياسي لديهم ، بحث مقدم في: المؤتمر العلمي السنوي الأول " الإعلام العربي ومواجهة الإرهاب : الضوابط المهنية وأخلاقيات الممارسة " ، ( القاهرة : المعهد الدولي للإعلام بالشرق ، ١-٢ مارس ٢٠١٦ ) .
- (١٥) ياسمين صلاح عبدالرحمن ، استخدام الشباب لمواقع الشبكات الاجتماعية في بناء مواقف الاحتجاج والرفض أثناء ثورة ٢٥ يناير – دراسة تطبيقية علي موقعي الفيس بوك والتويتز ، رسالة ماجستير غير منشورة ، ( جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، قسم الصحافة ، ٢٠١٦ ) ص ٤ .
- (١٦) إيهاب حمدي جمعة ، شبكات التواصل الاجتماعي وثقافة العنف لدي الشباب الجامعي – دراسة ميدانية علي عينة من طلاب جامعة الأسكندرية ، المؤتمر العلمي الدولي الثاني والعشرون " الإعلام وثقافة العنف " ، ( جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، ٣ - ٤ مايو ٢٠١٦ ) ، ص ٥٠ .
- (١٧) أسماء الجبوشي وسحر مؤنس عيد ، أساليب العنف الفكري للتنظيمات الإرهابية في مواقع التواصل الاجتماعي لإقناع الشباب المصري بأفكارها ، المؤتمر العلمي الدولي الثاني والعشرون " الإعلام وثقافة العنف " ، ( جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، ٣ - ٤ مايو ٢٠١٦ ) ، ص ٣٦ - ٣٧ .
- (١٨) شيماء أحمد إبراهيم ، أثر العنف الإلكتروني الذي يتعرض له المراهق علي علاقاته الاجتماعية ، رسالة ماجستير غير منشورة ، ( جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، قسم الإذاعة والتلفزيون ، ٢٠١٥ ) ص ١٢ .
- (١٩) رشا عبدالرحيم مزروع ، أطر معالجة القنوات العامة والإسلامية للصراع بين القوي الفاعلة بشأن الاستفتاء علي الدستور ، المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، ( جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، العدد السادس والأربعون ، يناير - مارس ٢٠١٤ ) ص ٤٧٥ .
- (٢٠) عمرو أسعد ، دور النصوص المرئية بمواقع الشبكات الاجتماعية في تحفيز النقاش السياسي الافتراضي : دراسة حالة علي مجموعة كلنا خالد سعيد ، ورقة مقدمة للملتقى الدولي الأول " الصورة والحدث في الإعلام الجديد " ، ( الجزائر : جامعة وهران ، كلية الآداب ، ٧ - ٨ مايو ٢٠١٣ ) .

- (٢١) زهير عابد، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام الفلسطيني نحو التغيير الاجتماعي والسياسي - دراسة وصفية تحليلية، مجلة جامعة النجاح للأبحاث والعلوم الإنسانية، (فلسطين: نابلس، جامعة النجاح الوطنية، مجلد ٢٦، العدد ٦، ٢٠١٢)، ص ١٤٠٥.
- (٢٢) عبد الجبار أحمد عبدالله، دور شبكات التواصل الاجتماعي في ثورات الربيع العربي، مجلة العلوم السياسية، (بغداد: جامعة بغداد، الإصدار ٤٤، ٢٠١٢)، ص ١٩٩ - ٢٣٤.
- (23) Gawhry N.Lilas."Assessing The Impact of Social media on The 25 January 2011 Egyptian revolution, Unpublished Master Thesis In Security Studies,Naval Postgraduate School,Monterey,CA,2011,Retrieved From:http://www.hsdl.org/?view&did=710307.
- (24) Daekyung Kim,"Tweeting Politics:examining The motivations for Twitter Use The Impact on Participation,The Annual meeting of KACA in The International Communication association (ICA),Boston,USA,May2011.
- (25) Jeffrey Ghannam,"Social media in The Arab World:Leading Up to The uprisings of 2011, A report to The Center for International media assistance,Feb 3,2011,Retrieved from:http://www.cima.ned.org/wp-content/uploads/2015/04/CIMA,Arab-social-Media-Report-10-25-2011.PDF.
- (26) Weiwu Zhang and others,"The revolution will be Networked:The influence of Social networking sites on Political attitudes and behavior,Social Science and Computer review,Vol,28,No.1,February 2010,PP.75 - 92.
- (27) Feezell Jessica and others,"Fostering Political Engagement:A study of on line Social Networking Groups and offline Participation,American Political Science Association Meeting,University of California at Santa Barbara,2009.
- (٢٨) سمير حسين، بحوث الإعلام - الأسس والمبادئ، ط ٣، (القاهرة: عالم الكتب، ١٩٩٩)، ص ١٢٦.
- (٢٩) شيماء ذو الفقار زغيب، مناهج البحث والإستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية، ط ١، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٩)، ص ١٠٩ - ١١٠.
- (٣٠) بركات عبدالعزيز، أسس مناهج البحث الإعلامي، ط ١، (القاهرة: المكتبة العالمية للنشر والتوزيع، ٢٠١١)، ص ١٠٧.
- (٣١) حسنين شفيق، الإعلام الجديد - الإعلام البديل - تكنولوجيايات جديدة في عصر ما بعد التفاعلية، ط ١، (القاهرة: دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع، ٢٠١٠)، ص ١٤.
- (٣٢) فلاح عامر الدهمسي، و حسن نيازي مصطفى، الاتصال الجماهيري: العمليات " الحرب النفسية " - الشائعات - الدعاية - الرأي العام - الإقناع، (الدمام: مكتبة المتنبّي للنشر والتوزيع، ٢٠١٥)، ص ٩٩ - ١٠٠.
- (٣٣) تركي طاهر، الإرهاب العالمي - إرهاب الدول وعمليات الإرهاب، (بيروت: دار الحسام للنشر والتوزيع، ١٩٩٤)، ص ١٦٧.
- (٣٤) عبدالناصر حريز، الإرهاب السياسي - دراسة تحليلية، ط ١، (القاهرة: مكتبة مدبولي، ١٩٩٦)، ص ٣٣.
- (٣٥) علام خالد السرور، و سوّدد فؤاد الألوسي، وسائل الإعلام والصراعات السياسية، (عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١٤)، ص ٧.
- (36) Jurgen Habermas,"The Public Spher:**An Encyclopedia Article**,(1964),New German Critique,No.(3).(Autumn 1974).P.49.
- (٣٧) عبير إبراهيم محمد عزي، وسائل الإعلام التقليدية والجديدة والمجال العام - دراسة تطبيقية علي قضايا الحريات، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الصحافة، ٢٠٠٩)، ص ٨.
- (٣٨) هشام عطية عبدالمقصود، خصائص المجال العام لتقديم التعبيرات السياسية والاجتماعية في قضايا وأحداث الشئون العامة في وسائل الإعلام الجديدة، نقلاً عن محمد محمود مرسى، ص ١٦.
- (٣٩) سعود عبد العجمي، دور شبكات التواصل الاجتماعي في بناء النقاش حول القضايا السياسية والاجتماعية بدولة الكويت - دراسة ميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الصحافة، ٢٠١٦)، ص ٤٣.
- (٤٠) ياسمين صلاح عبدالرحمن، إستخدام الشباب لمواقع الشبكات الاجتماعية في بناء مواقف الإحتجاج والرفض أثناء ثورة ٢٥ يناير - دراسة تطبيقية، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الصحافة، ٢٠١٦)، ص ٩٠.
- (٤١) محمد عبدالحميد أحمد، نظريات الإعلام وإتجاهات التأثير، (القاهرة: عالم الكتب، ١٩٩٧)، ص ٢٣٤.
- (٤٢) محمد عبد الوهاب فقيه، العلاقة بين الإعتدال علي القنوات القنوات التليفزيونية الفضائية ومستويات المعرفة بالموضوعات الإخبارية في المجتمع اليمني، رسالة دكتوراة غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتليفزيون)، ص ٤٢.
- (43) Melvin L. Defleur & Everette E . Dennis,"Understanding Mass Communication 6<sup>th</sup>.ed. NY, Houghton mifflin Company, 2002. P.348 .
- (٤٤) محمود حسن إسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، (القاهرة: الدار العالمية للنشر والتوزيع، ٢٠٠٣)، ص ٣٥.

- (45) Black, Jay, Bryant, Jennings, "Interoduction To Mass Communication, 4th ed. ( USA: Brown & Benckmark, 1995). P. 67.
- (46) Westgate, Christopher, "The Everyday Life of Media Systems Dependency Theory " .Conference Papers – National Communication Association, 2008, P. 61.
- (47) Kennis, Anderw, "theorizing Historicizing The Media Dependence Model," Conference Papers, Annual Meeting of International Communication Association, 2009, P. 1-45.
- (48) Maxian, Wendy, "Rrconceptualizing Dependence: Finding a Place for Psychophysiological Correlates Within Media Systems Dependency Theory," Conference Papers- Annual Meeting of International Communication Association, 2008, P. 1-7.
- (٤٩) أمال الغزاوي ، ودينا أحمد عرابي ، دور وسائل الإعلام في تشكيل معارف الإعلام وتكوين اتجاهات المصريين بالخارج نحو قضايا الوطن ( جامعة القاهرة: كلية الإعلام ، المؤتمر العلمي الدولي الثامن عشر ، الإعلام وبناء الدولة الحديثة ، ١- ٣ مايو ٢٠١٢ ) ص ٥٤٢-٥٤٣ .
- (٥٠) ممدوح عبدالواحد الحيطي ، شبكات التواصل الاجتماعي والتحولات السياسية في المجتمع المصري ، ( القاهرة: دار ومكتبة الإسراء لطباعة ونشر وتوزيع الكتب ، ٢٠١٥ ) ، ص ٤٥-٤٦ .
- (٥١) ياسمين صلاح عبدالرحمن ، إستخدام الشباب لمواقع الشبكات الإجتماعية في بناء مواقف الإحتجاج والرفض أثناء ثورة ٢٥ يناير ، مرجع سابق ، ص ٢٦٠ .
- (٥٢) نجوي إبراهيم سيد إبراهيم ، نشر محتوى الصحف الإلكترونية عبر موقعي التواصل الاجتماعي ( فيس بوك – تويتر ) وعلاقتة بنمط المتابعة الإخبارية لدي الشباب الجامعي ، رسالة ماجستير غير منشورة ، ( جامعة حلوان : كلية الآداب ، قسم الإعلام ، ٢٠١٥ ) ، ص ١٢٣ .
- (٥٣) أسماء سعيد غضبان ، إستخدام الشباب السوري لمواقع التواصل الاجتماعي في متابعة الأحداث السياسية في سوريا ، رسالة ماجستير غير منشورة ، ( جامعة الدول العربية : معهد البحوث والدراسات العربية ، قسم الدراسات الإعلامية ، ٢٠١٥ ) ، ص ٩٣ .
- (٥٤) نها نبيل الاسوددي ، دور مواقع التواصل الاجتماعي في إدراك الشباب الجامعي لحرية الرأي ومشاركتهم السياسية في ثورة ٢٥ يناير ، رسالة ماجستير غير منشورة ، ( جامعة المنصورة : كلية التربية النوعية ، قسم الإعلام التربوي ، ٢٠١٢ ) ، ص ١٢٧ .
- (٥٥) تركي بن عبدالعزيز السديري ، توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية الأمنية ضد خطر الشائعات ، مرجع سابق ، ص ٩٩ .
- (٥٦) أسماء سعيد غضبان ، إستخدام الشباب السوري لمواقع التواصل الاجتماعي في متابعة الأحداث السياسية في سوريا ، مرجع سابق ، ص ٩٤ .
- (٥٧) ياسمين صلاح عبدالرحمن ، إستخدام الشباب لمواقع الشبكات الإجتماعية في بناء مواقف الإحتجاج والرفض أثناء ثورة ٢٥ يناير ، مرجع سابق ، ص ٢٦٢ .
- (٥٨) أسماء سعيد غضبان ، إستخدام الشباب السوري لمواقع التواصل الاجتماعي في متابعة الأحداث السياسية في سوريا ، مرجع سابق ، ص ٩٥ .
- (٥٩) نجوي إبراهيم سيد إبراهيم ، نشر محتوى الصحف الإلكترونية عبر موقعي التواصل الاجتماعي ( فيس بوك – تويتر ) وعلاقتة بنمط المتابعة الإخبارية لدي الشباب الجامعي ، مرجع سابق ، ص ١٢٧ .
- (٦٠) إيمان عبد المنعم محمد عزب ، إستخدامات طلاب الجامعات في مصر والسعودية لموقع تويتر والإشباع المتحققة منها – دراسة ميدانية ، رسالة ماجستير غير منشورة ، ( جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، قسم الصحافة ، ٢٠١٦ ) ، ص ٢٣٦ .
- (٦١) أسماء سعيد غضبان ، إستخدام الشباب السوري لمواقع التواصل الاجتماعي في متابعة الأحداث السياسية في سوريا ، مرجع سابق ، ص ١٠١ .
- (٦٢) أسماء سعيد غضبان ، إستخدام الشباب السوري لمواقع التواصل الاجتماعي في متابعة الأحداث السياسية في سوريا ، مرجع سابق ، ص ١٠٧ .
- (٦٣) عبدالله عبدالله محمد الوزان ، إستخدامات طلاب الجامعة لوسائل الإعلام الجديد (تويتر) والإشباع المتحققة في زيادة الوعي البيئي ، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط ، ( القاهرة: العدد التاسع ، أكتوبر – ديسمبر ، ٢٠١٥ ) ، ص ٦٥ .
- (٦٤) عبدالله عبدالله محمد الوزان ، إستخدامات طلاب الجامعة لوسائل الإعلام الجديد (تويتر) والإشباع المتحققة في زيادة الوعي البيئي ، المرجع السابق نفسه ، ص ٨١ .

which came in the first order, followed by the dissociation of the society unity in the second order, agitation of confusion and chaos among individuals in society came in the third order, while destruction of the values and peace in the society came in the last order.

- Additionally, 65.5% of the respondents identified that the rumors spread through social media causes political violence and conflict, 65% of them showed that rumors spread through social media causes political mobility in many Arab countries which is known as the Arab Spring revolutions. Moreover, 61.3% of youth reported that the rumors spread through social media was to demonstrate against the political decisions, and 57.9% showed that the rumors spread was a crises induction and confusion in the state.

**Key words:** Rumors - Social media networks- Violence - Political conflict - University youth.

## **Rumors in social networking sites and their role in violence and political conflict among Egyptian university youth - A Field Study**

*Dr. Mamdouh Elsayed Shatla*

[Mamdouh.shatla@spe.kfs.edu.eg](mailto:Mamdouh.shatla@spe.kfs.edu.eg)

Assistant Professor of Education Media,  
Faculty of Specific education  
Kafresheikh University

### **Summary:**

This study aims to identify the spread of Rumors in the social media networks and its role in creating violence and political conflict among university youth. The researcher used the questionnaire survey method as a tool to collect study data. He adopted Intentional sampling procedure. 400 questionnaire samples were equally applied on youth from four different Egyptian universities including Kafrelsheikh, Al-Azahr and 6<sup>th</sup> October Universities as well as American University in Cairo. The samples included were equally applied on males and females.

### **The study yielded the following results:**

- Facebook came in the forefront of social media networks use and preference among young university students. While the other social media networks such as WhatsApp and YouTube came in the second and third order; respectively.
- Communication with friends and family came in the forefront of the reasons why university youth are keen to browse the social media networks, followed by the elimination of free time in the second ranking, and the keenness to browse and share the pages, posts, comments and tweets in the third and last ranking.
- For the time of Emergence of rumors in the society; during the terrorist operations was the most important time and came in the first order, followed by its emergence during war time which came in the second ranking, during the time of revolutions came in the third order, while its emergence in times of crises came in the last order .
- The most important goal of rumors spread through the social media networks was to raise violence and political conflict within the society

All rights reserved.

None of the materials provided on this Journal or the web site may be used, reproduced or transmitted, in whole or in part, in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopying, recording or the use of any information storage and retrieval system, except as provided for in the Terms and Conditions of Use of Egyptian public Relations Association, without permission in writing from the publisher.

And all applicable terms and conditions and international laws with regard to the violation of the copyrights of the electronic or printed copy.

ISSN for the printed copy

(ISSN 2314-8721)

ISSN of the electronic version

(ISSN 2314-8723X)

To request such permission or for further enquires, please contact:

**EPRA Publications**

Egyptian Public Relations Association, Gizza, Egypt  
Dokki, Ben Elsarayat -2 Ahmed Elzayat St.

Email: [chairman@epra.org.eg](mailto:chairman@epra.org.eg) - [jpr@epra.org.eg](mailto:jpr@epra.org.eg)

Web: [www.epra.org.eg](http://www.epra.org.eg) , [www.jpr.epra.org.eg](http://www.jpr.epra.org.eg)

Phone: (+2) 0114 -15 -14 -157 - (+2) 0114 -15 -14 -151 - (+2) 02-376-20 -818

Fax: (+2) 048-231-00 -73

The Journal is indexed within the following international digital databases:



- In case of accepting the publication of the manuscript in the journal, the author will be informed officially by a letter. But in case of refusing, the author will be informed officially by a letter and part of the research publication fees will be sent back to him soon.
- If the manuscript required simple modifications, the author should resent the manuscript with the new modifications during one week after the receipt the modification notes, and if the author is late, the manuscript will be delayed to the upcoming issue, but if there are thorough modifications in the manuscript, the author should send them after 15 days.
- The publication fees of the manuscript for the Egyptians are: 850 L.E. and for the Expatriate Egyptians and the Foreigners are: 450 \$.
- If the referring committee refused and approved the disqualification of publishing the manuscript, an amount of 250 L.E. will be reimbursed for the Egyptian authors and 130 \$ for the Expatriate Egyptians and the Foreigners.
- The manuscript does not exceed 35 pages of A4 size. 20 L.E. will be paid for an extra page for the Egyptians and 5 \$ for Expatriate Egyptians and the Foreigners authors.
- A special 10 % discount of the publication fees will be offered to the Egyptians and the Foreign members of the Fellowship of the Egyptian Public Relations Association for any number of times during the year.
- Three copies of the journal and three Extracted pieces from the author's manuscript after the publication.
- The fees of publishing the scientific abstract of (Master's Degree) are: 250 L.E. for the Egyptians and 150 \$ for the Foreigners.
- The fees of publishing the scientific abstract of (Doctorate Degree) are: 350 L.E. for the Egyptians and 180 \$ for the Foreigners. As the abstract do not exceed 8 pages and a 10 % discount is offered to the members of the Egyptian Society of Public Relations. Three copies of the journal will be sent to the author's address.
- Publishing a book offer costs LE 700 for the Egyptians and 300 \$US for foreigners.
- Three copies of the journal are sent to the author of the book after the publication to his/her address. And a 10% discount is offered to the members of the Egyptian Society of Public Relations.
- For publishing offers of workshops organization and seminars, inside Egypt LE 600 and outside Egypt U.S. \$ 350 without a limit to the number of pages.
- The fees of the presentation of the International Conferences inside Egypt: 850 L.E. and outside Egypt: 450 \$ without a limitation of the number of pages.
- All the research results and opinions express the opinions of the authors of the presented research papers not the opinions of the Egyptian Association for Public Relations.
- Submissions will be sent to the chairman of the Journal.

### **Address:**

Egyptian Public Relations Association,  
 Arab Republic of Egypt, Gizza, El-Dokki, Bein El-Sarayat, 2 Ahmed El-zayat Street.  
 And also to the Association email: [jpr@epra.org.eg](mailto:jpr@epra.org.eg), or [chairman@epra.org.eg](mailto:chairman@epra.org.eg), after paying the publishing fees and sending a copy of the receipt.

# Journal of Public Relations Research Middle East

It is a scientific journal that publishes specialized research papers in Public Relations, Mass Media and Communication after peer refereeing these papers by a number of specialized Professors.

The journal is affiliated to the Egyptian Public Relations Association, the first Egyptian specialized scientific association in public relations.

- The journal is accredited, Classified internationally for its printed and electronic version from the Academy of Scientific Research and Technology in Cairo And classified by the Committee of Scientific Promotion Specialization media - Supreme Council of Universities.
- The first academic refereed & specialized Journal in the Arab world & the Middle East, as well as the First Arab Scientific journal in that specialty (the media) got the Arab Impact Factor coefficient effect = 1.34 with 100% in 2017 report from the American Foundation NSP " Natural sciences Publishing," sponsored by Association of Arab universities.
- This journal is published quarterly.
- The journal accepts publishing books, conferences, workshops and scientific Arab and international events.
- The journal publishes advertisements on scientific search engines, Arabic and foreign publishing houses according to the special conditions adhered to by the advertiser.
- It also publishes special research papers of the scientific promotion and for researchers who are about to defend master and Doctoral theses.
- The publication of academic theses that have been discussed, scientific books specialized in public relations and media and teaching staff members specialized scientific essays.

## Publishing rules:

- It should be an original Manuscripts that has never been published.
- Arabic, English, French Manuscripts are accepted however a one page abstract in English should be submitted if the Manuscripts is written in Arabic.
- The submitted Manuscripts should be in the fields of public relations and integrated marketing communications.
- The submitted scientific Manuscripts are subject to refereeing unless they have been evaluated by scientific committees and boards at recognized authorities or they were part of an accepted academic thesis.
- The correct scientific bases of writing scientific research should be considered. It should be typed, in Simplified Arabic, 14 points font for the main text. The main and sub titles, in Bold letters. English Manuscripts should be written in Times New Roman.
- References are mentioned at the end of the Manuscripts in a sequential manner.
- References are monitored at the end of research, according to the methodology of scientific sequential manner and in accordance with the reference signal to the board in a way that APA Search of America.
- The author should present a printed copy and an electronic copy of his manuscript on a CD written in Word format with his/her CV.



Journal of Public Relations Research Middle East  
(JPRR.ME)

Scientific Refereed Journal

- Sixteenth issue - Fifth Year - July / September 2017 -

**Founder & Chairman**

**Dr. Hatem Saad**

Chair of EPRA

**Editor in Chief**

**Prof. Dr. Aly Agwa**

Professor of Public Relations & former Dean of Faculty  
of Mass Communication - Cairo University  
Chair of the Scientific Committee of EPRA

**Editorial Managers**

**Prof. Dr. Mohamed Moawad**

Media Professor at Ain Shams University & former Dean  
of Faculty of Mass Communication - Sinai University  
Chair of the Consulting Committee of EPRA

**Prof. Dr. Mahmoud Youssef**

Professor of Public Relations & former Vice Dean  
Faculty of Mass Communication - Cairo University

**Editorial Assistants**

**Prof. Dr. Rizk Abd Elmoaty**

Professor of Public Relations  
Misr International University

**Dr. Thouraya Snoussi**

Associated Professor & Head of Public Relations Dep.  
College of Mass Communication - Al Ghurair University

**Dr. Suhad Adil**

Assistant Professor of Public Relations  
Mass Communication Department  
College of Arts - Al-Mustansiriyah University

**Dr. El-Sayed Abdel-Rahman**

Assistant Professor of Public Relations  
Mass Communication Faculty - Sinai University

**English Reviewer**

**Ahmed Badr**

**Arabic Reviewer**

**Ali Elmehy**

**Address**

**Egyptian Public Relations Association**

Arab Republic of Egypt  
Giza - Dokki

Ben Elsarayat - 2 Ahmed Zayat Street

Mobile: +201141514157

Tel : +2237620818

www.epra.org.eg

jpr@epra.org.eg

## Scientific Board \*\*

JPRR.ME

**Prof. Dr. Aly Agwa** (Egypt)

Professor of Public Relations and former Dean of the Faculty of Mass Communication, Cairo University

**Prof. Dr. Thomas A. Bauer** (Austria)

Professor of Mass Communication at the University of Vienna

**Prof. Dr. Mona Al-Hadedy** (Egypt)

Professor of radio and television - Faculty of Mass Communication, Cairo University

**Prof. Dr. Yas Elbaity** (Iraq)

Professor of Journalism at the University of Baghdad, Vice Dean of the Faculty of Media and Information  
and Humanities, Ajman University of Science

**Prof. Dr. Hassan Mekawy** (Egypt)

Professor of radio and television - Faculty of Mass Communication, Cairo University

**Prof. Dr. Nesma Younes** (Egypt)

Professor of Radio & Television at the Faculty of Mass Communication, Cairo University

**Prof. Dr. Mohamed Moawad** (Egypt)

Media professor at Ain Shams University & former Dean of Faculty of Mass Communication - Sinai  
University

**Prof. Dr. Samy Abd Elaziz** (Egypt)

Professor of public relations and marketing communications for the former Dean of the Faculty of Mass  
Communication, Cairo University

**Prof. Dr. Abd Elrahman El Aned** (KSA)

Professor of Media and Public Relations Department of the Faculty of Media Arts - King Saud University

**Prof. Dr. Mahmoud Youssef** (Egypt)

Professor of Public Relations - Faculty of Mass Communication, Cairo University

**Prof. Dr. Samy Taya** (Egypt)

Professor and Former Head of Public Relations Faculty of Mass Communication - Cairo University

**Prof. Dr. Sherif Darwesh Allaban** (Egypt)

Professor of printing press & Vice-Dean for Community Service at the Faculty of Mass  
Communication, Cairo University

**Prof. Dr. Gamal Abdel-Hai Al-Najjar** (Egypt)

Professor of Media, Faculty of Islamic Studies for Girls, Al-Azhar University

**Prof. Dr. Barakat Abdul Aziz Mohammed** (Egypt)

Professor of radio and television & Vice-Dean of the Faculty of Mass Communication  
for Graduate Studies and Research, Cairo University

**Prof. Dr. Hassan Aly** (Egypt)

Professor of Radio & Television and Dean of Mass Communication Faculty  
University of Suez

**Prof. Dr. Mahmoud Hassan Ismael** (Egypt)

professor of Culture Media and Children at Ain Shams University

**Prof. Dr. Hamdy Abo Alenen** (Egypt)

Media professor and dean of the Faculty of Al-Asun and Mass Communication, Vice President of the  
International University of Egypt

**Prof. Dr. Othman Al Arabi** (KSA)

Professor of Public Relations and the former head of the media department at the Faculty of Arts - King  
Saud University

**Prof. Dr. Abden Alsharef** (Libya)

Media professor and dean of the College of Arts and Humanities at the University of Zaytuna - Libya

**Prof. Dr. Waled Fathalha Barakat** (Egypt)

Professor of Radio & Television and Vice-Dean for Student Affairs at the Faculty of Mass  
Communication, Cairo University

**Prof. Dr. Tahseen Mansour** (Jordan)

Professor of Public Relations at the Faculty of Mass Communication, Yarmouk University

**Prof. Dr. Mohamed Elbokhary** (Syria)

Professor, Department of Public Relations and Publicity, School of Journalism, University of MF Uzbek  
national Ulugbek Beck

**Prof. Dr. Ali Kessaissia**, (Algeria)

Professor, Faculty of Media Science & Communication, University of Algiers-3.

**Prof. Dr. Redouane BoudJema**, (Algeria)

Professor, Faculty of Media Science & Communication, University of Algiers-3.

\*\* Names are arranged according to the date of obtaining the degree of a university professor.

obeykandl.com

# Journal



# of P R research

## Middle East

Journal of Public Relations Research Middle East

Scientific refereed Journal - Published by Egyptian Public Relations Association - Fifth year - Sixteenth issue - July / September 2017

Arab Impact Factor 2017 = 1.34

### Abstracts Researches in Arabic:

- **Dr. Mohamed Hosni Hussein Mahrous** - Al-Azhar University  
The recruitment of preachers of the new media in the face of extremist thought  
(Field Study) 7
- **Dr. Salman Faihan Faisal Bin Lebdh** - King Khalid Military Academy  
Political Media on which Saudi Youth rely on during the crises and their role in  
enhancing their national awareness (A field study) 9
- **Dr. Mamdouh Elsayed Shatla** - Kafresheikh University  
Rumors in social networking sites and their role in violence and political conflict among  
Egyptian university youth – A Field Study 10
- **Dr. Ahmed H, El-Saman** - Misr University for Science and Technology (MUST)  
The relationship between the exposure of the "Bold Reform" campaign and the  
trend towards economic reforms in Egypt 12
- **Dr. Marzouk Abdelhakam AL-adly Salem** - Sohag University  
Standards of Cultural Coordination for Roads' Advertisements and their relation  
with the Remembrance of the Advertising Message "An Applied Study" 13
- **Mai Mahmoud Abd-Elatif** - Modern University for Technology & Information (MTI)  
The efficiency of communication strategies to respond to the crisis in the formation of  
public awareness on the reputation of the organization "A Case Study" 15
- **Salim Muammar Albhbah** - Asmaria University, Libya  
Impact of Communication Technology in developing Public Relations An applied  
study on a sample from Libyan Airlines companies 17

(ISSN 2314-8721)

Egyptian National Scientific & Technical  
Information Network  
(ENSTINET)

Copyright 2017@EPRA

[www.epra.org.eg](http://www.epra.org.eg)