Journal of PR Research Middle East

Special Issue

Journal of Public Relations Research Middle East
Scientific refereed Journal - Supervision by Egyptian Public Relations Association - Tenth year – Thirty-eighth Issue -10 April 2022
Arab Impact Factor 2020 = 2.01 Arcif Impact Factor 2021 = 0.9655

Media & Social Networks

Abstracts of Arabic Researches:

- ***Prof. Dr. Osama Ghazi Zain Al Madani*** - *Umm Al-Qura University*
- ***Yahyah Muhammad Ali Mubaraki*** - *Jizan University*

  Use of Public Relations for Social Media in Managing the Reputation of Telecommunications Companies in Saudi Arabia STC, Mobily, and Zain Companies as a Model 7
- ***Associate Prof. Dr. Fouad Ali Hussein Sa'adan*** - *Sana'a University*

  The Yemeni Public's Reliance on Social Media as a Source of Information about the Corona Pandemic 9
- ***Associate Prof. Dr. Rasha Abd -Raheem Mazroa*** - *Umm Al-Qura University*
- ***Latifah Ali Aoon AlShareef*** - *Umm Al-Qura University*

  The Role of Social Networking Sites in Shaping Awareness of Social Issues among University youth: Twitter as a Model 10
- ***Dr. Hebatalla Saleh Elsayed Saleh*** - *Helwan University*

  The Effectiveness of Social Marketing for Egyptian women's issues through Social Networking Sites: An Applied Study of the National Council for Women's Facebook page 11
- ***Dr. Hanan Kamel Hanafi Marei*** - *Kafer El Sheikh University*

  The Effect of Fake News in the New Media on University Youth and its Relationship to their Behavior 12
- ***Dr. Moeen F.M. Koa*** - *An-Najah National University*
- ***Dr. Hala Hashim Abo Hasan*** - *An-Najah National University*

  The Role of Digital Public Relations in Non-Profit Organizations in Raising Awareness of Digital Human Rights the Arab Center for Development of Social Media Facebook Page "7amleh" as a Model 14
- ***Dr. Merhan Mohsen Mohamed Elsayed Tantawy*** - *Gulf University*

  Digital Government Communication Strategies in the Kingdom of Bahrain during Risks: Covid -19 as a Model 15
- ***Dr. Rasha Samir Mohamed Haron*** - *International Media Institute,Elshorouq Academy*

  Using Social Networks as a Tool in Implementing Sustainable Development Plans: A Field Study on a Sample of Public and Private University Students 17
- ***Dr. Samah Bassiouni Mohamed Kataket*** - *Tanta University*

  The Role of Information Warfare on Social Media in Shaping the Adolescents' National Identity 18

(ISSN 2314-8721)
Egyptian National Scientific & Technical Information Network
(ENSTINET)
With the permission of the Supreme Council for Media Regulation in Egypt
Deposit Number: 24380 /2019
Copyright 2022@APRA
www.jprr.epra.org.eg

عدد خاص

مجلة

بحوث العلاقات العامة

الشرق الأوسط

معامل التأثير "أرسيف" لعام ٢٠٢١م = ٠,٩٦٥٥ معامل التأثير العربي لعام ٢٠٢٠م = ٢,٠١

دورية علمية محكمة بإشراف علمي من الجمعية المصرية للعلاقات العامة - السنة العاشرة - العدد الثامن والثلاثون - ١٠ أبريل ٢٠٢٢م

الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعي

- استخدام العلاقات العامة لوسائل التواصل الاجتماعي في إدارة سمعة شركات الاتصالات في السعودية: شركات STC، وموبايلي، وزين أنموذجًا
  أ.د. أسامة بن غازي زين المدني (جامعة أم القرى)
  يحيى بن محمد علي مباركي (جامعة جازان) ... ص٩
- اعتماد الجمهور اليمني على وسائل التواصل الاجتماعي: كمصدر للمعلومات حول جائحة كورونا
  أ.م.د. فؤاد علي حسين سعدان (جامعة صنعاء) ... ص٥١
- دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي بالقضايا الاجتماعية لدى الشباب الجامعي: تويتر نموذجًا
  أ.م.د. رشا عبد الرحيم مزروع (جامعة أم القرى)
  لطيفة علي عون الشريف (جامعة أم القرى) ... ص٩١
- فاعلية التسويق الاجتماعي لقضايا المرأة المصرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي: دراسة تطبيقية لصفحة المجلس القومي للمرأة على الفيس بوك
  د. هبة الله صالح السيد صالح (جامعة حلوان) ... ص١٣١
- تأثير الأخبار المزيفة Fake News في وسائل الإعلام الجديد على الشباب الجامعي وعلاقتها بسلوكياتهم
  د. حنان كامل حنفي مرعي (جامعة كفر الشيخ) ... ص١٦٩
- دور العلاقات العامة الرقمية في المؤسسات غير الربحية في التوعية بحقوق الإنسان الرقمية: صفحة الفيسبوك للمركز العربي لتطوير الإعلام الاجتماعي "حملة" أنموذجاً
  د. معين فتحي الكوع (جامعة النجاح الوطنية)
  حلا هاشم أبو حسن (جامعة النجاح الوطنية) ... ص٢٢٣
- استراتيجيات الاتصال الحكومي الرقمي في مملكة البحرين خلال المخاطر: كوفيد-١٩ نموذجًا
  د. ميرهان محسن محمد السيد طنطاوي (الجامعة الخليجية) ... ص٢٦٣
- استخدام شبكات التواصل الاجتماعي كأداة في تنفيذ خطط التنمية المستدامة: دراسة ميدانية على عينة من طلاب الجامعات الحكومية والخاصة
  د. رشا سمير محمد هارون (المعهد الدولي العالي للإعلام - أكاديمية الشروق) ... ص٢٩٧
- دور حرب المعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الهوية الوطنية للمراهقين
  د. سماح بسيوني محمد كتاكت (جامعة طنطا) ... ص٣١٧

(ISSN 2314-8721)
الشبكة القومية للمعلومات العلمية والتكنولوجية
(ENSTINET)
بتصريح من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر
رقم الإيداع بدار الكتب: ٢٠١٩/٢٤٣٨
جميع الحقوق محفوظة ٢٠٢٠ @ APRA
الوكالة العربية للعلاقات العامة
www.jprr.epra.org.eg

Journal of PR esearch
Middle East

مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط
(JPRR.ME)

دورية علمية محكمة

عدد خاص - الثامن والثلاثون - السنة العاشرة - ١٠ أبريل ٢٠٢٢م

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

مدير التحرير

أ.د. محمد معوض إبراهيم
أستاذ الإعلام بجامعة عين شمس
والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة سيناء
رئيس اللجنة الاستشارية بـ EPRA

مساعدو التحرير

أ.د. رزق سعد عبد المعطي
أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام والألسن
جامعة مصر الدولية

أ.د. محمد حسن العامري
أستاذ ورئيس قسم العلاقات العامة
كلية الإعلام - جامعة بغداد

أ.م.د. ثريا محمد السنوسي
أستاذ مشارك بكلية الاتصال
جامعة الشارقة

أ.م.د. فؤاد علي سعدان
أستاذ العلاقات العامة المشارك
كلية الإعلام - جامعة صنعاء

د. نصر الدين عبد القادر عثمان
أستاذ العلاقات العامة المساعد في كلية الإعلام
جامعة عجمان

مدير العلاقات العامة

المستشار/ السعيد سالم خليل

التدقيق اللغوي

سيد أحمد شريف
علي حسين الميهي
مدققا اللغة العربية

المراسلات

الجمعية المصرية للعلاقات العامة
جمهورية مصر العربية - الجيزة - الدقي
بين السرايات – ١ شارع محمد الزغبي

إصدارات الوكالة العربية للعلاقات العامة
جمهورية مصر العربية - المنوفية - شبين الكوم
رمز بريدي: ٣٢١١١ - صندوق بريدي: ٦٦

Mobile: +201141514157
Fax: +20482310073 Tel : +2237620818
www.jprr.epra.org.eg
Email: jprr@epra.org.eg - ceo@apr.agency

الهيئة الاستشارية

أ.د. علي السيد عجوة (مصر)
أستاذ العلاقات العامة المتفرغ والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة

Prof. Dr. Thomas A. Bauer (Austria)
Professor of Mass Communication at the University of Vienna

أ.د. ياس خضير البياتي (العراق)
أستاذ الإعلام بجامعة بغداد ووكيل عميد كلية المعلومات والإعلام والعلوم الإنسانية
جامعة عجمان للعلوم والتكنولوجيا

أ.د. محمد معوض إبراهيم (مصر)
أستاذ الإعلام المتفرغ بجامعة عين شمس والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة سيناء

أ.د. عبد الرحمن بن حمود العناد (السعودية)
أستاذ العلاقات العامة والإعلام بقسم الإعلام كلية الآداب - جامعة الملك سعود

أ.د. محمود يوسف مصطفى عبده (مصر)
أستاذ العلاقات العامة والوكيل الأسبق لكلية الإعلام لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة - جامعة القاهرة

أ.د. سامي عبد الرؤوف محمد طايع (مصر)
أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام - جامعة القاهرة

أ.د. شريف درويش مصطفى اللبان (مصر)
أستاذ الصحافة – وكيل كلية الإعلام لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة سابقًا - جامعة القاهرة

أ.د. جمال عبد الحي عمر النجار (مصر)
أستاذ الإعلام بكلية الدراسات الإسلامية للبنات - جامعة الأزهر

أ.د. عابدين الدردير الشريف (ليبيا)
أستاذ الإعلام وعميد كلية الآداب والعلوم الإنسانية بجامعة الزيتونة - ليبيا

أ.د. عثمان بن محمد العربي (السعودية)
أستاذ العلاقات العامة والرئيس الأسبق لقسم الإعلام بكلية الآداب - جامعة الملك سعود

أ.د. وليد فتح الله مصطفى بركات (مصر)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون ووكيل كلية الإعلام لشئون التعليم والطلاب سابقًا - جامعة القاهرة

أ.د. تحسين منصور رشيد منصور (الأردن)
أستاذ العلاقات العامة وعميد كلية الإعلام - جامعة اليرموك

أ.د. علي قسايسية (الجزائر)
أستاذ دراسات الجمهور والتشريعات الإعلامية بكلية علوم الإعلام والاتصال – جامعة الجزائر ٣

أ.د. رضوان بو جمعة (الجزائر)
أستاذ الإعلام بقسم علوم الإعلام والاتصال - جامعة الجزائر

أ.د. هشام محمد عباس زكريا (السودان)
أستاذ الإعلام وعميد كلية الاتصال بالجامعة القاسمية بالشارقة - العميد السابق لكلية تنمية المجتمع في جامعة وادي النيل بالسودان

أ.د. عبد الملك ردمان الدناني (اليمن)
أستاذ الإعلام بجامعة الإمارات للتكنولوجيا

** الأسماء مرتبة وفقًا لتاريخ الحصول على درجة أستاذ جامعي.

جميع حقوق الطبع محفوظة.

جميع حقوق الطبع والنشر محفوظة
للوكالة العربية للعلاقات العامة

لا يجوز، دون الحصول على إذن خطي من الناشر، استخدام أي من المواد التي تتضمنها هذه المجلة، أو استنساخها أو نقلها، كليًّا أو جزئيًّا، في أي شكل وبأية وسيلة، سواء بطريقة إلكترونية أو آلية، بما في ذلك الاستنساخ الفوتوجرافي، 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 2314-873X)

الشبكة القومية المصرية للمعلومات العلمية والتكنولوجية
(ENSTINET)
بتصريح من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر
رقم الإيداع: ٢٠١٩/ ٢٤٣٨٠

ولتقديم طلب الحصول على هذا الإذن والمزيد من الاستفسارات، يرجى الاتصال برئيس مجلس إدارة الجمعية المصرية للعلاقات العامة (الوكيل المفوض للوكالة العربية للعلاقات العامة) على العنوان الآتي:

APRA Publications
Al Arabia Public Relations Agency, Egypt, Menofia, Shebin El-Kom
Crossing Sabry Abo Alam st. & Al- Amin st.
Postal code: 32111 Post Box: 66
Or
Egyptian Public Relations Association, Egypt, Giza,
Dokki, Ben Elsarayat -1 Mohamed Alzoghby st. of Ahmed Elzayat St.

بريد إلكتروني: jprr@epra.org.eg - ceo@apr.agency

موقع ويب: www.jprr.epra.org.eg - www.apr.agency

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

فاكس : 73- 00-048-231 (+2)

المجلة مفهرسة 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 أبحاثًا متخصصة في العلاقات العامة وعلوم الإعلام والاتصال، بعد أن تقوم بتحكيمها من قِبَل عدد من الأساتذة المتخصصين في نفس المجال، بإشراف علمي من الجمعية المصرية للعلاقات العامة، أول جمعية علمية مصرية متخصصة في العلاقات العامة (عضو شبكة الجمعيات العلمية بأكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة).

والمجلة ضمن مطبوعات الوكالة العربية للعلاقات العامة المتخصصة في التعليم والاستشارات العلمية والتدريب.

- المجلة معتمدة بتصريح من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر، ولها ترقيم دولي ورقم إيداع ومصنفة دوليًا لنسختها المطبوعة والإلكترونية من أكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة، كذلك مصنفة من لجنة الترقيات 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 = ٢,٠١ بنسبة ١٠٠٪ في تقرير عام ٢٠٢٠م 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 وفقًا لشروط خاصة يلتزم بها المعلن.
- يُقبل نشر البحوث الخاصة بالترقيات العلمية - وللباحثين المتقدمين لمناقشة رسائل الماجستير والدكتوراه.
- 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 أصيلًا ولم يسبق نشره.
- تقبل البحوث باللغات: (العربية ـ الإنجليزية ـ الفرنسية) على أن يُكتب ملخص باللغة الإنجليزية للبحث في حدود صفحة واحدة إذا كان مكتوبًا 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 تكن البحوث قد تم تقييمها من قِبَل اللجان والمجالس العلمية بالجهات الأكاديمية المعترف بها أو كانت جزءًا من رسالة أكاديمية نوقشت وتم منح صاحبها الدرجة العلمية.
- يُراعى اتباع الأسس العلمية الصحيحة في كتابة البحث العلمي ومراجعه، ويُراعى الكتابة ببنط (١٤) Simplified Arabic والعناوين الرئيسية والفرعية Bold في البحوث العربية، ونوع الخط Times New Roman في البحوث الإنجليزية، وهوامش الصفحة من جميع الجهات (٢,٥٤)،

ومسافة (١) بين السطور، أما عناوين الجداول (١١) بنوع خط Arial.

- يتم رصد المراجع في نهاية البحث وفقًا للمنهجية العلمية بأسلوب متسلسل وفقًا للإشارة إلى المرجع في متن البحث وفقًا لطريقة APA الأمريكية.
- يرسل الباحث نسخة إلكترونية من البحث بالبريد الإلكتروني بصيغة Word مصحوبة بسيرة ذاتية مختصرة 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 تعديل بسيط فيلتزم الباحث بإعادة إرسال البحث معدلًا خلال أسبوع من استلام ملاحظات التعديل، وإذا حدث تأخير منه فسيتم تأجيل نشر البحث للعدد التالي، أما إذا كان التعديل جذريًّا فيرسله الباحث بعد ١٥ يومًا من إرسال الملاحظات له.
- يرسل الباحث مع البحث ما قيمته ٢٨٠٠ جنيه مصري للمصريين من داخل مصر، ومبلغ ٥٥٠$ للمصريين المقيمين بالخارج والأجانب، مع تخفيض (٢٥٪) لمن يحمل عضوية الزمالة العلمية للجمعية المصرية للعلاقات العامة من المصريين والجنسيات الأخرى. وتخفيض (٢٥٪) من الرسوم لطلبة الماجستير والدكتوراه. ولأي عدد من المرات خلال العام. يتم بعدها إخضاع البحث للتحكيم من قِبَل اللجنة العلمية.
- يتم رد نصف المبلغ للباحثين من داخل وخارج مصر في حالة رفض هيئة التحكيم البحث وإقرارهم بعدم صلاحيته للنشر بالمجلة.
- لا ترد الرسوم في حالة تراجع الباحث وسحبه للبحث من المجلة لتحكيمه ونشره في مجلة أخرى.
- لا يزيد عدد صفحات البحث عن (٤٠) صفحة A4– في حالة الزيادة تحتسب الصفحة بـ ٣٠ جنيهًا مصريًا للمصريين داخل مصر وللمقيمين بالخارج والأجانب١٠$.
- يُرسل للباحث عدد (٢) نسخة من المجلة بعد نشر بحثه، وعدد (٥) مستلة من البحث الخاص به.
- ملخص رسالة علمية (ماجستير) ٥٠٠ جنيهًا للمصريين ولغير المصريين ١٥٠$.
- ملخص رسالة علمية (الدكتوراه) ٦٠٠ جنيهًا للمصريين ولغير المصريين ١٨٠$. على ألا يزيد ملخص الرسالة عن ٨ صفحات.

ويتم تقديم خصم (١٠٪) لمن يشترك في عضوية الجمعية المصرية للعلاقات العامة. ويتم إرسال عدد (١) نسخة من المجلة بعد النشر للباحث على عنوانه بالبريد الدولي.

- نشر عرض كتاب للمصريين ٧٠٠ جنيه ولغير المصريين ٣٠٠$، ويتم إرسال عدد (١) نسخ من المجلة بعد النشر لصاحب الكتاب على عنوانه بالبريد الدولي السريع. ويتم تقديم خصم (١٠٪) لمن يشترك في عضوية زمالة الجمعية المصرية للعلاقات العامة.
- بالنسبة لنشر عروض تنظيم ورش العمل والندوات من داخل مصر ٦٠٠ جنيه، ومن خارج مصر ٣٥٠$. بدون حد أقصى لعدد الصفحات.
- بالنسبة لنشر عروض المؤتمرات الدولية من داخل مصر ١٢٠٠ جنيهًا ومن خارج مصر ٤٥٠$ بدون حد أقصى لعدد الصفحات.
- جميع الآراء والنتائج البحثية تعبر عن أصحاب البحوث المقدمة وليس للجمعية المصرية للعلاقات العامة أو الوكالة العربية للعلاقات العامة أي دخل بها.
- تُرسل المشاركات باسم رئيس مجلس إدارة المجلة على عنوان الوكالة العربية للعلاقات العامة - جمهورية مصر العربية - المنوفية - شبين الكوم - تقاطع شارع صبري أبو علم مع شارع الأمين، رمز بريدي: ٣٢١١١ – صندوق بريدي: ٦٦، والإيميل المعتمد من المجلة jprr@epra.org.eg، أو إيميل رئيس مجلس إدارة المجلة ceo@apr.agency بعد تسديد قيمة البحث وإرسال صورة الإيصال التي تفيد ذلك.

الافتتاحية

منذ بداية إصدارها في أكتوبر - ديسمبر من عام ٢٠١٣م، يتواصل صدور أعداد المجلة بانتظام، ليصدر منها سبعة وثلاثون عددًا متتابعين، تضم بحوثًا 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 - وهي تصدر بإشراف علمي من الجمعية المصرية للعلاقات العامة (عضو شبكة الجمعيات العلمية بأكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة) ضمن إصدارات الوكالة العربية للعلاقات العامة - وجد فيها الأساتذة الراغبون في تقديم إنتاجهم للمجتمع العلمي بكافة مستوياته ضالتهم المنشودة للنشر على النطاق العربي، وبعض الدول الأجنبية التي تصل إليها المجلة من خلال مندوبيها في هذه الدول، وكذلك من خلال موقعها الإلكتروني. فقد تحصَّلت المجلة على أول معامل تأثير عربي (AIF) للدوريات العلمية العربية المحكمة في تخصص (الإعلام) على مستوى الجامعات والمؤسسات العلمية التي تصدر محتوىً باللغة العربية بمعدل = ١.٣٤ في عام ٢٠١٦م، ومعدل ٢.٠١ في عام ٢٠٢٠م، والمعامل تابع لمؤسسة النشر الأمريكية العالمية (NSP) دار نشر العلوم الطبيعية Natural Publishing Sciences واتحاد الجامعات العربية. وكذلك نجحت المجلة في الحصول على معايير اعتماد معامل "أرسيف Arcif" المتوافقة مع المعايير العالمية والتي يبلغ عددها ٣١ معيارًا، وصنفت المجلة في عام ٢٠٢١م ضمن الفئة "الأولى Q1" على المستوى العربي وهي الفئة الأعلى في تخصص الإعلام بمعامل تأثير= ٠.٠.٩٦٥٥.

كذلك تصدرت المجلة الدوريات العلمية المحكمة المتخصصة في التصنيف الأخير للمجلس الأعلى للجامعات في مصر، والذي اعتمدها في الدورة الحالية للجنة الترقيات العلمية تخصص "الإعلام" وتقييمها بـ (٧) درجات من (٧). وأصبحت المجلة متاحة على قاعدة البيانات العربية الرقمية "معرفة"، وكذلك أصبحت المجلة ضمن قائمة المجلات العلمية المحكمة التي تصدر باللغة العربية المستوفية لمعايير الانضمام لقواعد البيانات العالمية، والتي تم مراجعتها من وحدة النشر بعمادة البحث العلمي بجامعة أم القرى.

والمجلة مفهرسة حاليًا ضمن قواعد البيانات الرقمية الدولية: (EBSCO HOST – دار المنظومة – العبيكان – معرفة).

وفي العدد الخاص الثامن والثلاثين من المجلة نقدم للباحثين في الدراسات الإعلامية والمهتمين بهذا المجال عددًا خاصًا حول: "الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعي" يضم بحوثًا ورؤى علمية للأساتذة المشاركين والمساعدين وكذلك الباحثين، مقدمة للنشر العلمي بهدف تكوين رصيد للباحثين من أعضاء هيئة التدريس للتقدم للترقية، أو الباحثين لمناقشة الدكتوراه والماجستير.

ففي البداية نجد وعلى صعيد البحوث الواردة بالعدد "الثامن والثلاثين" من المجلة، نجد من **السعودية** بحثًا مشتركًا تحت عنوان: "استخدام العلاقات العامة لوسائل التواصل الاجتماعي في إدارة سمعة شركات الاتصالات في السعودية: شركات STC، وموبايلي، وزين أنموذجًا"، وهو مقدم من: **أ.د. أسامة بن غازي زين المدني**، من جامعة أم القرى، **يحيى بن محمد علي مباركي**، من جامعة جازان.

أما **أ.م.د. فؤاد علي حسين سعدان،** من **اليمن،** من جامعة صنعاء، فقدَّم بحثًا بعنوان: "اعتماد الجمهور اليمني على وسائل التواصل الاجتماعي: كمصدر للمعلومات حول جائحة كورونا".

ومن جامعة أم القرى، قدّمت كل من: **أ.م.د. رشا عبد الرحيم مزروع،** من **مصر، لطيفة علي عون الشريف،** من **السعودية،** بحثًا مشتركًا بعنوان: "دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي بالقضايا الاجتماعية لدى الشباب الجامعي: تويتر نموذجًا".

أما **د. هبة صالح السيد صالح** من جامعة حلوان، من **مصر،** قدّمت دراسة تطبيقية لصفحة المجلس القومي للمرأة على الفيس بوك بعنوان: "فاعلية التسويق الاجتماعي لقضايا المرأة المصرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي".

وقدَّمت **د. حنان كامل حنفي مرعي** من جامعة كفر الشيخ، من **مصر،** بحثًا بعنوان: "تأثير الأخبار المزيفة Fake News في وسائل الإعلام الجديد على الشباب الجامعي وعلاقتها بسلوكياتهم".

ومن **فلسطين** نجد بحثًا مشتركًا من جامعة النجاح الوطنية لـ **د. معين فتحي محمود الكوع، وحلا هاشم أبو حسن،** تحت عنوان: "دور العلاقات العامة الرقمية في المؤسسات غير الربحية في التوعية بحقوق الإنسان الرقمية: صفحة الفيسبوك للمركز العربي لتطوير الإعلام الاجتماعي (حملة) أنموذجاً".

ومن الجامعة الخليجية بالبحرين، قدَّمت **د. ميرهان محسن محمد السيد طنطاوي،** من **مصر،** بحثًا بعنوان: "استراتيجيات الاتصال الحكومي الرقمي في مملكة البحرين خلال المخاطر: كوفيد-١٩ نموذجًا".

بينما قدَّمت **د. رشا سمير هارون،** من المعهد الدولي العالي للإعلام بأكاديمية الشروق، من **مصر،** دراسة ميدانية على عينة من طلاب الجامعات الحكومية والخاصة بعنوان: "استخدام شبكات التواصل الاجتماعي كأداة في تنفيذ خطط التنمية المستدامة".

وأخيرًا من جامعة طنطا، قدَّمت **د. سماح بسيوني محمد كتاكت،** من **مصر،** بحثًا بعنوان: "دور حرب المعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الهوية الوطنية للمراهقين: كوفيد-١٩ نموذجًا".

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

أما البحوث المنشورة لأعضاء هيئة التدريس الراغبين في التقدم للترقي للدرجة الأعلى والطلاب المسجلين لدرجتي الدكتوراه والماجستير فتخضع جميعها للتحكيم من قِبَل 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.

وأخيرًا وليس آخرًا 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

دور حرب المعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الهوية الوطنية للمراهقين

إعداد

د. سماح بسيوني محمد كتاكت (*)

(*) مدرس الصحافة والإذاعة والتلفزيون في كلية التربية النوعية - جامعة طنطا.

دور حرب المعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الهوية الوطنية للمراهقين

د. سماح بسيوني محمد كتاكت
samah.kataket@sed.tanta.edu.eg
جامعة طنطا

ملخص:

هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى تعرض المراهقين لحرب المعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تشكيل هويتهم الوطنية، واستخدمت الدراسة منهج المسح، وفي إطار منهج المسح تم ملء استمارة الاستبيان بالمقابلة لعينة قوامها (٥٠٠) مفردة من المراهقين، وتوصلت الدراسة إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي هي أهم الوسائل التي عرف من خلالها المبحوثون حرب المعلومات، وجاء الفيسبوك في الترتيب الأول باعتباره أهم المنصات التي يستخدمها المبحوثون في الحصول على المعلومات عبر مواقع التواصل الاجتماعي، كما وجدت الدراسة أن أهم الآليات المستخدمة في حرب المعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي هي نشر الشائعات والأخبار الكاذبة، وأكدت الدراسة على ضرورة تشكيل كتائب إلكترونية مضادة للقوى المعادية وحروبها المعلوماتية على مواقع التواصل الاجتماعي.

الكلمات المفتاحية: حرب المعلومات – مواقع التواصل الاجتماعي – الهوية الوطنية – المراهقين.

مقدمة:

تتميز مواقع التواصل الاجتماعي بالعديد من المميزات والخصائص حققت من خلالها الانتشار الكبير على شبكة الإنترنت (السودانى، المنصور،٢٠١٦م،ص٢٢) وأصبحت مواقع التواصل الاجتماعي جزءًا أساسيًا من حياة الغالبية العظمى من الأفراد، خاصة الفيسبوك والواتس آب والإنستجرام؛ حيث تعتبر من أكثر المنصات رواجًا وانتشارًا بين الشعب خاصة المراهقين، وأتاحت الفرصة لتبادل الأفكار والمعلومات بلا قيود سواءً جغرافية أو رقابية (قطبى،٢٠١٧م، ص١٠٣)، ويمكن رؤية هذا التأثير واضحاً في بعض الثورات والتي سميت بثورات الربيع العربي في بعض البلدان العربية وانطلقت الشرارة الأولى لها عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ولقد وظفت بعض الدول هذه الإمكانات والوسائل فيما يسمى بحرب المعلومات.

فلم تعد الحرب الآن تعتمد على الأسلحة والمعدات العسكرية الهائلة التي تتباهى الدول باستهلاكها، بل ظهرت حرب أخرى تعتمد على التطور التكنولوجي في مجالي المعلومات والاتصال ألا وهي حرب المعلومات (الحلبي،٢٠٢٠م، ص٧) والتي لا تقل خطورة عن حرب الأسلحة والجيوش، وتهدف إلى زعزعة الأمن والاستقرار ونشر الفوضى والشائعات، وبما أن العالم يواكب مرحلة من التقدم التكنولوجي، وتمتزج فيها ثورات متعددة تتمثل في الثورة الاتصالية والتطور التكنولوجي في عالم الاتصالات والثورة

المعلوماتية في مختلف المجالات واللغات والثورة الإلكترونية في مجالات الحاسبات ووسائل الاتصال(على،٢٠١٠م،ص١٦٣)، ولقد تمكنت القوى الإرهابية سواءً كانت منظمات أو دولاً من التخفى والظهور بشكل جديد يعتمد على التقنيات والتطور الهائل في مجال الاتصال، وذلك من خلال منصات إعلامية افتراضية عبر شبكات الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي(حسام الدين، ٢٠١٦م، ص٣٠٧).

حيث تستخدم تلك المنصات في الترويج للأخبار الكاذبة والشائعات والأفكار المضللة وصور مثيرة وفيديوهات مفبركة بهدف إثارة البلبلة والتضليل لدى المتابعين، فهذه المنصات معتمدة في ذلك على كوادر إعلامية وسياسية شابة تم تدريبها وتجهيزها في مراكز تتم إعدادها لتحقيق هذا الهدف مثل (فريدوم هاوس)، والأمر الذي أدى إلى قيام ما يسمى بثورات الربيع العربي في نهاية عام ٢٠١٠م والتي نتج عنها سقوط العديد من الأنظمة الحاكمة في مصر وتونس واليمن (مزيد،٢٠١٩م، ص٢٠٥) ولم تكن هذه النتيجة الوحيدة، فهناك دول لا زالت تعانى من ويلات الحرب الأهلية والجماعات المتطرفة، ويمكن القول أن حرب المعلومات هي عملية يتم من خلالها طمس الحقائق وتغليفها بالأكاذيب بغرض التأثير على الحالة النفسية للأعداء وزعزعة مبادئهم وإرادتهم واستقرار المجتمع، ويرى البعض أن المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي في هذه الحرب بمثابة مقاتلين (Singer & Emerson، 73 p.2018،).

وبما أن حرب المعلومات تعتمد في أسلحتها على التقنيات والتطورات الحديثة الهائلة في مجال الاتصال ومواقع التواصل الاجتماعي بالإضافة إلى أن المراهقين يمثلون القطاع الأكبر من رواد مواقع التواصل الاجتماعي والمنصات المختلفة فهم الأكثر تأثرًا بهذه الحرب، ويعتبر المراهقون اللبنة الأساسية التي يقوم عليها بناء المجتمع ويقع على عاتقهم بناء مستقبل الدولة والحفاظ على تاريخها وحضارتها، وبالتالى فهم الفئة الأكثر استهدافًا من قبل حرب المعلومات بهدف زعزعة استقرارهم النفسى وطمس هويتهم الوطنية عبر دس الأفكار والمبادئ الغريبة وغير المتناسبة مع الأيدولوجية الثقافية ومنظومة القيم السائدة في المجتمع أو دفع المراهقين للإيمان بهذه الأفكار وإنتاجها في حياتهم بل والترويج لها والدفاع عنها أيضًا وذلك من خلال مجموعة من الآليات تتمثل في تشويه التاريخ والثقافة والرموز الناجحة في المجتمع، وكذلك الإنجازات والمشاريع التنموية وزعزعة الثقة في القيادات الحكومية، وفي الوقت ذاته إبراز رموز ومبادئ وقيم تتنافى تمامًا مع الهوية الوطنية للمراهقين.

وبذلك تكون هذه الدول نجحت في حربها المعلوماتية وخلقت جيلاً هشًا يفتقد إلى الصبغة والملامح الوطنية وغير القادر على بناء المستقبل والحفاظ على الوطن وتحقيق التنمية، وتسعى هذه الدراسة إلى مناقشة تأثير تعرض المراهقين لحرب المعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي الذين يشكلون قطاعًا عريضًا في المجتمع وهم أساس وبناء المستقبل، ومدى تأثير ذلك على هويتهم الوطنية التي تعتبر بمثابة صمام الأمان الذي يجعلهم قادرين على الحفاظ على وطنهم وحضارته.

مشكلة الدراسة:

أدى التطور التقني والتكنولوجي في الآونة الأخيرة إلى إحداث ثورة هائلة في عالم الاتصال ومواقع التواصل الاجتماعي، والتي أصبحت تحظى بقاعدة جماهيرية عريضة من مختلف فئات المجتمع، ويعد المراهقون من أكثر الفئات تعرضاً لمواقع التواصل الاجتماعي والاعتماد عليها في الحصول على المعلومات عبر المنصات المختلفة كالفيسبوك وتويتر وإنستجرام وغيرها من المنصات.

وانطلاقًا من هذا التطور الذي شهدته مواقع التواصل الاجتماعي فلم يعد دورها يقتصر على التصفح والتسلية والتواصل مع الأصدقاء، بل امتد لتصبح ساحة معركة تستغلها جهات وقوى مختلفة في حربها مع القوى المعاديه لها فيما يسمى بحرب المعلومات تلك الحرب التي لا تعتمد على الأسلحة والمدافع وإنما تعتمد على المعلومات.

وبما أن المراهقين يمثلون قطاعًا عريضًا من المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي فإنهم أكثر عرضة لما تبثه هذه القوى من محتوى في حربها المعلوماتية، والتي تسعى إلى إحداث تأثيرات معينة.كتثبيط الروح المعنوية للأفراد وإفقادهم روح الانتماء والولاء للوطن عبر الشائعات والأخبار الكاذبة وغيرها من الآليات المستخدمة في حرب المعلومات، الأمر الذي قد يؤثر على تشكيل الهوية الوطنية للمراهقين وانتمائهم لوطنهم، ولا يمكن التغافل عن خطورة هذا الأمر، لأن المراهقين هم اللبنة التي يقوم عليها بناء الجيل الجديد الذي تعتمد عليه الدولة في تقدمها وتطورها في مختلف المجالات.

وفي ضوء ما سبق يمكن تحديد المشكلة الرئيسية للبحث في التساؤل التالي:

دور حرب المعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الهوية الوطنية للمراهقين؟

أهمية الدراسة:

تستمد هذه الدراسة أهميتها من مجموعة من الاعتبارات:-

(١) تنبع أهمية الدراسة من كونها تتناول قضية شديدة الأهمية والتي تتمثل في حرب المعلومات التي يتعرض لها المراهقون على مواقع التواصل الاجتماعي وما تحدثه هذه الحرب من تأثيرات على الهوية الوطنية لهؤلاء المراهقين.

(٢) كما تنبع أهمية هذه الدراسة من خطورة حرب المعلومات وحروب الجيل الرابع وما تبثه من محتوى على مواقع التواصل الاجتماعي، والذي يؤثر بصورة كبيرة على أفراد المجتمع ومنهم المراهقون، مستخدمة في ذلك التطور التقني والإمكانات الاتصالية الهائلة والمنصات المتعددة على مواقع التواصل الاجتماعي، والذي يؤثر بدوره على الهوية الوطنية للمراهقين والتي تعتبر بمثابة الصبغة والملامح التي يتسم بها هؤلاء المراهقون، وتؤثر على نظرتهم لوطنهم وواجبهم نحوه وعلى ما يعتنقونه ويتبنونه من أفكار وآراء نحو وطنهم، خاصة في حالة اكتفائهم بهذا السيل من المعلومات الذي تقدمه هذه الدراسة دون التعرض لمصادر أخرى للحصول على المعلومات.

(٣) كما تتمثل أهمية هذه الدراسة في أن المراهقين يشكلون قطاعًا كبيراً ومهماً في المجتمع ولا يمكن إنكار أهميتهم فهم الأساس الذي سيقوم على عاتقه مستقبل الدولة، لذا كان من الضروري الكشف عن مدى تعرضهم لحرب المعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي وتأثير ذلك على تشكيل هويتهم الوطنية.

أهداف الدراسة:

(١) رصد وتوصيف وتحليل معدلات استخدام المراهقين لمواقع التواصل الاجتماعي ودوافع استخدامهم لها.

(٢) رصد وتوصيف وتحليل أساليب حرب المعلومات المستخدمة على شبكات التواصل الاجتماعي وحدود إدراك المراهقين المبحوثين لها.

(٣) رصد وتوصيف وتحليل طبيعة القيم والمعايير الأخلاقية التي تسعى حروب المعلومات إلى ترسيخها أو تكريسها لدى المراهقين كبديل لمقومات وعناصر الهوية الوطنية الفعلية.

(٤) رصد وتوصيف وتفسير أهم ملامح الهوية ومنظومة القيم الوطنية السائدة لدى المراهقين ومصادر اكتسابها.

(٥) رصد وتوصيف وتحليل العلاقة بين منظومة القيم وأبعاد ومكونات الهوية الثقافية والاجتماعية والوطنية الافتراضية وبين أبعاد ومكونات الهوية الوطنية الفعلية بين المراهقين.

(٦) رصد وتوصيف وتحليل حروب المعلومات التي تستخدمها الجهات والأجهزة والقوى المعادية عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

تساؤلات الدراسة:

يمكن تحديد المشكلة الرئيسية للبحث في التساؤل التالي:

كيف تؤثر حروب المعلومات عبر شبكات التواصل الاجتماعي في منظومة القيم وملامح الهوية الوطنية لدى المراهقين المصريين؟

وينبثق من هذا التساؤل الرئيسي مجموعة من التساؤلات الفرعية على النحو التالي:

(١) ما معدلات ودوافع تعرض المراهقين لمواقع التواصل الاجتماعي؟

(٢) ما أهم حروب المعلومات التي تستخدمها الجهات والأجهزة والقوى المعادية عبر شبكات التواصل الاجتماعي؟

(٣) هل تؤثر حروب المعلومات عبر شبكات التواصل الاجتماعي في زعزعة منظومة القيم وملامح الهوية الوطنية المصرية لدى المراهقين، وما حدود ذلك وما أهم ملامحه؟

(٤) ما أهم ملامح الهوية الوطنية المتشكلة لدى المراهقين وأبعادها والمصادر التي اعتمدوا عليها؟

(٥) هل توجد علاقة بين منظومة القيم والهوية الاجتماعية والثقافية الافتراضية التي تسعى حروب المعلومات لتكريسها لدى المراهقين وبين الهوية الوطنية الواقعية المتشكلة لديهم؟

المدخل المفاهيمي للدراسة:

١-الهوية الوطنية:

تتمثل الهوية الوطنية في السمات والخصائص التي يعرف بها أي مجتمع في أي دولة نفسه من خلالها، ويتميز بها عن غيره من الدول والمجتمعات الأخرى، وهي المحدد الرئيسي لسياسة الدولة الخارجية وسلوكها عبر نسق تراثي معين (وزة، وغرغوط،٢٠١٨م، ص٧٩).

وترى الباحثة أن الهوية الوطنية هي بمثابة الملامح والصبغة المميزة لكل مجتمع دون الآخر وتتمثل في الخلفية الأيدولوجية الثقافية للمجتمع وتاريخه وحضارته، إلى جانب القيم والمعتقدات السائدة في المجتمع والتي تحدد طبيعة علاقته من الآخر ومع المجتمعات الأخرى.

٢- حرب المعلومات:

يرى "ياسر بكر" أن حرب المعلومات هي نشاط اتصالي تم التخطيط له مسبقًا مجرد من العنف يتم توجيه نحو الأعداء وقد يوجه من السلطة نحو الشعب أو الشعوب الصديقة، ويتم في حالة من الرضا تتجرد فيها الرسالة الموجهة من الاستعلاء، والأوامر وتحمل في طياتها محتوى زائفًا ومخادعًا ليتقبل الجمهور ما يتم تقديمه ويعتاد عليه دون محاولة للمقاومة أو التحرر (بكر،٢٠١٧م، ص٢٤).

وترى الباحثة أن حرب المعلومات هي مجهود اتصالي وضع من قبل بعض الجهات المعادية بغرض نشر الفوضى وعدم الاستقرار في المجتمع معتمدة في ذلك على مجموعة من الاستراتيجيات والآليات التي يتم توظيفها لبث المحتوى الزائف والمخادع في المجتمع لإحداث التأثير المطلوب دون الحاجة إلى استخدام قوة السلاح أو الجيوش، وهذه الحرب لا تقل في خطورتها وتأثيرها عن حرب الجيوش.

٣-المراهقون:

يعود لفظ (المراهقة) في اللغة العربية إلى الفعل (راهق) بمعنى الاقتراب من الشئ، ومن الناحية الاصطلاحية فإنه يعنى اقتراب الطفل غير الناضج إلى مرحلة البلوغ (بكار،٢٠١١م، ص١٧).

ويرى "جميل حمدان" أن المراهقة هي الانتقال من مرحلة الطفولة إلى الرجولة أو الاستقلال عن تبعية الوالدين، وهناك ثلاث مراحل للمراهقة كل منها تنحصر في فترة زمنية محددة (المراهقة المبكرة "١١-١٤") و(المتوسطة ١٤-١٨) و(المتأخرة ١٨-٢١) (حمداوى، د.ن، ص٩).

واعتمدت الباحثة على مرحلة المراهقة لأنها الفئة الأكثر استخدامًا لمواقع التواصل الاجتماعي، وكذلك الأكثر استهدافًا من قبل الجهات المعادية لكونهم البنية الأساسية للمجتمع ومستقبل الوطن ويقع

على عاتقهم مسئولية حماية وبناء الوطن، كما أن خصائص المرحلة العمرية تجعلهم قابلين للاختراق والتأثير.

الدراسات السابقة:

قامت الباحثة بمراجعة الأدبيات السابقة التي تناولت حرب المعلومات، وما قدمته من نتائج تتعلق بهذا الموضوع والاستفادة المتحققة منها وسنعرضها فيما يلي:

المحور الأول: الدراسات التي تناولت حرب المعلومات:

- هدفت دراسة (عبد المالك تكركارت ٢٠٠٤م) إلى دراسة طبيعة الحرب النفسية والإعلامية والإستراتيجيات المستخدمة بها في الجزائر، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفى، وتوصلت الدراسة إلى أن الحرب النفسية هي عبارة عن منظومة متكاملة من التدابير الإعلامية والاتصالية والعمليات النفسية (تكركارت، ٢٠٠٤م، ص١٩٦).
- وسعت دراسة (قطافي حكيم ٢٠٠٥م) إلى فهم طبيعة الحرب المعلوماتية واستراتيجيات إدارتها، واستخدمت الدراسة المنهج المسحي المكتبي، وتوصلت الدراسة إلى أن الإعلام الآلي سيكون هو السلاح المستخدم في الحرب، وأن قواعد البيانات الشخصية والصحية وغيرها سوف تكون أهدافا يسعى جنود المعلوماتية إلى تدميرها (حكيم، ٢٠٠٥م، ص١٤٩).
- وألقت دراسة (محمد عز الدين على ٢٠١٠م) الضوء على ظاهرة حرب المعلومات والتعرف على مفهومها وأشكالها والوسائل المستخدمة فيها، وتوصلت الدراسة إلى وضوح أثر تلك الحرب على المجتمعات المتقدمة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال (على،٢٠١٠م، ص١٦٣).
- وهدفت دراسة وليد (عثمان سعيد جلعود ٢٠١٣م) إلى التعرف على تأثير الحرب الإلكترونية ودورها في الصراع العربي الإسرائيلي، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفى التحليلي، ووجدت هذه الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي والتطورات الإلكترونية والاتصالية الحديثة تحولت إلى أسلحة تم تجنيدها من قبل العديد من الدول في الحرب الرقمية (جلعود، ٢٠١٣م، ص٢٦١).
- وتناولت دراسة (شيماء أبو الليل ٢٠١٥م) تأثير حرب المعلومات على التغطية الإخبارية لحرب الخليج، والخصائص المميزة لها والخطة التي اعتمدت عليها التغطية الصحفية في حرب الخليج الثالثة، وقد أكدت الدراسة على الدور المهم لحرب المعلومات في تغطية الأحداث المتعلقة بحرب الخليج في الصحف ضمن ما يعرف بعملية الخداع المعلوماتي (محمد، ٢٠١٥م، ص٤٩٤).
- ودرست (زينب حسني عز الدين ٢٠١٦م) التأثير الذي تحدثه حروب الجيل الرابع على الأمن القومي العربي عبر دراسة على تنظيم داعش وحددت الدراسة الفترة الزمنية من (٢٠١١م-٢٠١٦م)، ووجدت الدراسة أن تنظيم داعش لديه الكثير من المجلات الإلكترونية التي يتم إصدارها بلغات متعددة، وكذلك تطبيقات على أجهزة الهاتف المحمول للتأثير على الشباب والأطفال مثل (صليل الصوارم)، وكل هذه الآليات يستخدمها تنظيم داعش فيما يسمى بالإرهاب الإلكتروني (عزالدين،٢٠١٦م، ص).

- وسعت دراسة (نسرين حسام الدين ٢٠١٦م) إلى التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في إدراك الشباب المصري لمخاطر حروب الجيل الرابع، واستخدمت الدراسة منهج المسح بشقيه الوصفي. والتحليلي، وتوصلت الدراسة إلى مجيء الفيسبوك في المقدمة كمصدر للحصول المعلومات (حسام الدين، ٢٠١٦م، ص٣٥٠)
- وناقشت دراسة (ورا هيرتا ٢٠١٩م) الحرب الهجينة لروسيا من حيث العوامل المادية والفكرية، وأظهر التفسير البنائي الاجتماعي أن جزءًا مهمًا من الحرب الهجينة : لروسيا يتمحور حول العوامل الفكرية وبناء الخطاب جنبًا إلى جنب مع العمليات الإلكترونية والمعلوماتية والبرمجيات الخبيثة (، p 52 -76، ، Hert 2016)
- وسعت دراسة (ساره سيجينت ٢٠١٧م) إلى التعرف على الحرب الباردة الإلكترونية مع تناول قدرات الحرب المعلوماتية لروسيا وتأثيرها على الانتخابات الرئاسية في الولايات المتحدة الأمريكية، ووجدت الدراسة أنه عندما ينشأ التهديد في الفضاء الإلكتروني ويتمكن الخصم من خطف عقول الناس، يؤدي ذلك إلى تآكل الأمة من الداخل إلى الخارج؛ مما يعطي مصداقية لقدرات حرب المعلومات المتنامية لروسيا (Siggett، 2017، p.41)
- وناقشت دراسة (ندية عبد النبى محمد القاضي ٢٠١٧م) اتجاهات النخبة نحو التغطية الإخبارية للآليات الخاصة بحروب الجيل الرابع في مصر، واستخدمت الدراسة منهج المسح بالعينة، وتوصلت الدراسة إلى وجود حالة من عدم الرضا عن أداء المواقع الإخبارية المهني فيما يتعلق بتوعية الجمهور بما يحاك ضد مصر من مخاطر ومن ضمنها الآليات الخاصة بحروب الجيل الرابع (القاضي، ٢٠١٧م، ص٥١).
- وهدفت دراسة (مارسيلو بالدوتشينى وأستازيلد كوسكايت ٢٠١٧م) إلى تحليل التعليقات المستخدمة من قبل المعارضين السياسين متعددى الجنسيات عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وقامت الدراسة باستخدام أسلوب (ANOVA) في تحليل البيانات المنشورة من قبل (٤٩٩٠) مستخدمًا في الفترة من (٥ فبراير – ١٥ مارس) ٢٠١٥م، ووجدت الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي تحولت إلى ساحة معركة نشطة لحرب المعلومات (Zelenkauskaite، 2017، p.10).
- تناولت دراسة (كالبوكاس ٢٠١٧م) حرب المعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي، ووجدت الدراسة أن هناك أفراداً يتم تجنيدهم من قبل جهات معادية لنشر معلومات ضارة بالدولة المعنية وتهديد أمنها القومى وإحداث اضطراب في الحياة السياسية، كما أكدت الدراسة على ضرورة أخذ البعد الأمني لبيئة المعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي على محمل الجد واعتبارها أمرًا يتعلق بالأمن القومي (Kalpokas، 2017، p.35:62 ،Ignas).
- وسعت دراسة (أولجا لافيسكايا ٢٠١٨م) إلى الكشف عن ممارسات حرب المعلومات وتاريخها والأسس العقائدية لها، وتوصلت الدراسة إلى وجود اختلاف في ممارسات حرب المعلومات التي

تستخدمها روسيا والولايات المتحدة الأمريكية، على الرغم من أن العديد من التقنيات والوحدات التنظيمية تبدو متشابهة فيما بينها إلا أن العقيدة والثقافة والاستراتيجية الخاصة بكلتا الدولتين مختلفة (Laevskaya، 2018، p.).

- وناقشت دراسة (هشام الحلبي ٢٠١٨م) تأثير الإرهاب بصورتيه الظاهرة والخفية على الأمن القومي في مصر، ووجدت الدراسة أن حروب الجيل الرابع تعتمد في آلياتها على العامل النفسي بصورة كبيرة؛ حيث تسعى إلى تحطيم الإرادة والروح المعنوية للخصم ونشر الشائعات، كما توصلت الدراسة إلى أن مصر لديها آليات تمكنها من القضاء على الإرهاب بكافة صوره (الحلبي، ٢٠١٨م، ص٦٥).
- وتناولت دراسة (داجمار ٢٠١٨م) تجربة التشيك كدولة نشطة للغاية في مكافحة حرب المعلومات من خلال توفير الخبرة الأمنية بناءً على تحليل الشبكات الاجتماعية، وحددت الدراسة الفترة الزمنية من أكتوبر ٢٠١٤م إلى ٢٠١٧م لتحليل (٣٤) حدثًا حضرها (١٠٦) مفردة باستضافة (١٩) منظماً واستخدمت أسلوب (SNA) في جمع وتحليل البيانات، ووجدت الدراسة هيكل العلاقات الاجتماعية بين الجهات المعنية من الخبراء ومراكز الفكر والصحفيين القادرين على تصميم استراتيجيات وآليات جديدة لجعل المجتمع مرنًا تجاه حرب المعلومات (Dagmar & Kohut، 2018 ، p.57:87).
- وسعت دراسة (برانيت ٢٠١٩م) إلى تقييم الوضع الحالي للتدابير المضادة التي اتخذتها الولايات المتحدة الأمريكية لحماية المواطنين من حرب المعلومات، وحللت الدراسة عينة من المشاركات على تويتر وفيسبوك في الفترة من مايو ٢٠١٥م إلى نوفمبر ٢٠١٧م، ووجدت الدراسة أن المواطنين الأمريكين يواجهون خطرًا يتمثل في حملات التضليل على منصات التواصل الاجتماعي مثل تويتر، كما وجدت الدراسة أن البرنامج الشامل الذي تم وضعه لمكافحة المعلومات المضللة عام ٢٠١٦م ليس كافيًا لحماية المواطنين الأمريكيين (countering &Brandon، 2019 ، p.23)
- تناولت دراسة (رنا محمد عبد العال مزيد٢٠١٩م) تحليل تأثير حروب الجيل الرابع وأهدافها وآلياتها مع الدولة المصرية في مختلف المجالات، واستخدمت الدراسة منهج تحليل النظم، وتوصلت الدراسة إلى أن حروب الجيل الرابع ضد مصر سعت إلى تحطيم العلاقة بين القوات المسلحة والمدنيين، مستغلين جماعة الإخوان المسلمين للقيام بتلك المهمة، ولكن نجحت ثورة ٣٠ يونيو ٢٠١٦م في التصدي للإخوان وحروب الجيل الرابع الموجهة ضد مصر (مزيد، ٢٠١٩م، ص٤١٢).
- هدفت دراسة (سوزى محمد رشاد ٢٠١٩م) إلى التعرف على العلاقة بين الإعلام والإرهاب ومدى استفادة الإرهاب من تطور وسائل الاتصال، ووجدت الدراسة أنه لا بد من وضع استراتيجية إعلامية تتسم بالاستمرارية والثبات في التعامل مع ظاهرة الإرهاب حتى لا يصبح دور وسائل الإعلام مقتصرًا على رد الفعل تجاه الأحداث الإرهابية (رشاد، ٢٠١٩م، ص١٧٥).
- ناقشت دراسة (زينب كاطع ناهض وطالب جبار حسن ٢٠١٩م) مفهوم الإرهاب الإلكتروني وأسبابه والتقنيات والأساليب التي يستخدمها في تهديد أمن البلاد، وتوصلت الدراسة إلى أن الإرهاب

الإلكتروني يستخدم التقنيات التكنولوجية والاتصالية لكي يحقق أهدافه التخريبية في مختلف المجالات معتمدا على السرعة التي تتميز بها هذه الوسائل بالإضافة إلى أنه لا يرتبط بزمان ومكان محدد (ناهض، حسن، ٢٠١٩م، ص١٧)

- وتناولت دراسة (إسراء أحمد فتحي ٢٠٢٠م) آليات توظيف حروب الجيل الرابع في مواقع التواصل الاجتماعي ومعرفة اتجاهات الجمهور المصري نحوها، واعتمدت هذه الدراسة على منهج المسح الإعلامي، ووجدت الدراسة أن الشريحة الأكبر من المبحوثين ترى أن حروب الجيل الرابع هي حرب تسعى إلى تعطيل التنمية في الدرولة والاستمرار في الجهل والفقر، وأكدت على دور مواقع التواصل الاجتماعي في الترويج للشائعات (فتحي، ٢٠٢٠م، ص٢٨٦).
- وقامت دراسة (فيليب بليس٢٠٢٠م) بتقييم التكتيكات والتقنيات والإجراءات المستخدمة من قبل الكيانات التي ترعاها الدولة الروسية لإجراء حرب المعلومات عبر الفضاء الإلكتروني، وتوصلت الدراسة إلى أن عمليات التأثير المستندة على وسائل التواصل الاجتماعي أصبحت تكتيكًا مفضلاً في حرب المعلومات الروسية، وناقشت أيضًا التقنيات القادرة على اكتشاف هذه العمليات والتخفيف من آثارها (Bliss، 2020 ، p.37).
- وهدفت دراسة (جمال شفيق أحمد ٢٠٢٠م) إلى التعرف على الاستراتيجيات المستخدمة في مواجهة حروب الجيل الرابع والعمل على تدعيم الدور الخاص بالوعي الأمني لدى المواطنين، وأكدت الدراسة على الدور الإيجابي للإعلام الأمني وإسهامه بصورة قوية في تحقيق أمن المجتمع والفهم المشترك بين المواطنين والدولة وتكوين رأى عام على درجة عالية من الوعي بدور رجل الأمن في المجتمع بالإضافة إلى اتخاذ الجهد الوقائي وتفعيل الأمن (أحمد،٢٠٢٠م، ص١٤٠).
- وناقشت دراسة (محمود محمد على ٢٠٢٠م) دور الاقتصاد المعرفي في تعافي الدولة المصرية من حروب الجيل الرابع، ووجدت الدراسة أن قدرة مصر على التصدي لحروب الجيل الرابع، لا تعتمد فقط على الاستراتيجيات التي تم وضعها لذلك فقط وإنما يجب أن يصاحبها إيمان مصر وقيادتها السياسية بالدور الأساسي للثورة المعلوماتية والتقنية في التوجه نحو الاقتصاد المعرفي (على،٢٠٢٠م، ص٢٩، ٢٨).
- وسعت دراسة (محمد محمد محمد عبد الحليم ٢٠٢٠م) إلى مناقشة العلاقة بين تعرض طلاب الجامعات لآليات حروب الجيل الرابع على مواقع القنوات الإخبارية والفضائية ومستوى إدراكهم لمخاطر ذلك على الأمن القومي في مصر، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية واستخدمت منهج المسح الإعلامي، وتوصلت الدراسة إلى أن طلاب الجامعات أدركوا المخاطر المحتملة للآليات الخاصة بحروب الجيل الرابع على الأمن القومي المصري من نشر الفوضى والتشجيع على العنف والتطرف (عبد الحليم، ٢٠٢٠م، ص١٠٣٤).

- ودرس (لاسيلو ٢٠٢١م) الاتهامات الموجهة للصين ودول أخرى بالمشاركة في عمليات تجسس إلكتروني طويلة الأمد ضد الولايات المتحدة الأمريكية، ووجدت الدراسة أن الصين قد استفادت من استراتيجية حرب المعلومات المتكاملة ثلاثية الأبعاد لمكافحة هذه الاتهامات عبر الاستفادة من المكونات الإعلامية والقانونية والنفسية المصممة للتأثير على المجتمع الدولي، كما استهدفت أنظمة الحروب الثلاثة العمليات الإدراكية للقيادة الأمريكية (Lasillo، 2016 ، pp.45.69 ، pp).

المحور الثانى الدراسات التي تناولت وسائل الإعلام والهوية الوطنية:

- تناولت دراسة (أليس هال ٢٠٠٠م) التغطية الصحفية للصحف الأمريكية والكندية للمناقشات حول إضافة المواد السمعية والبصرية في اتفاقية الجات، وأطر توصيف وسائل الإعلام للهوية الثقافية للامة، وأكدت الدراسة على الدور المهم الذي تلعبه وسائل الإعلام في تشكيل وإدراك وفهم الجمهور لنفسه وللآخرين (Alica Hall، 2000 ، p.247).
- ودعت دراسة (عبد المالك مرتاض ٢٠٠٥م) إلى ضرورة التمسك بالهوية الوطنية من خلال محافظة كل شعب على العادات والتقاليد السائدة في المجتمع، لمواجهة الغزو الثقافي الغزير، كما أكدت الدراسة على ضرورة قيام المفكرين بالتصدي للتهديدات التي تهدف للنيل من الثقافة والهوية الوطنية بكل جدية وعمق وذلك لتحقيق الازدهار للهوية والثقافة الوطنية (مرتاض، ٢٠٠٥م، ص٣٧).
- أكدت دراسة (جاويوان ٢٠١٢م) على أهمية الهوية الوطنية لتحقيق التنمية في المجتمع، وأنها مرتبطة بالتاريخ، ووجدت الدراسة أن وسائل الإعلام أصبحت المنصة الأساسية لبناء الهوية الوطنية، وتوصلت الدراسة إلى أن احتفال الربيع (SFG) الذي يبث عبر شاشة التلفزيون يلعب دورا غير قابل للتغير في بناء الهوية الوطنية (Gao Yuan، 2012 ، p.45).
- وهدفت دراسة (سعد مطشر ونهلة عبد الرزاق ٢٠١٢م) إلى التعرف على الدور الذي تقوم به الفضائيات العربية في دعمها للثقافة والهوية الوطنية، وأكدت الدراسة على ضرورة وجود استراتيجية إعلامية يتم الاعتماد عليها للتوعية بمظاهر العولمة ودعم الهوية الوطنية (مطشر، عبدالرازق، ٢٠١٢م، ص١٤٤).
- وناقشت دراسة (آمنة ياسين بلقاسمى ٢٠١٢م) التأثيرات الإيجابية والسلبية للعولمة الثقافية على الهوية الثقافية للشباب، وحدود هذه التأثيرات على هوية الشباب الجزائري الثقافية، ومدى تفاعلهم مع مظاهر هذه التأثيرات، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات التحليلية، ووجدت الدراسة أن وسائل الإعلام باختلاف أنواعها تعد من وسائل انتشار العولمة (بلقاسمي، ٢٠١٢، ص٤٨).
- وهدفت دراسة (زياد أحمد أبو الغنم ٢٠١٣م) إلى التعرف على دور وسائل الإعلام في تدعيم الولاء والانتماء الوطني بالتطبيق على طلاب الجامعة الأردنية، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفى والمنهج التحليلي، ووجدت الدراسة أن وسائل الإعلام تقوم بدور كبير في تدعيم وتنمية قيم المواطنة

كالتشجيع على المشاركة في الأعمال التطوعية في المجتمع وتعزيز دوافع تبنَّى القيم لدى المواطنين (أبوالغنم،٢٠١٣، ص٥٦).

- وسعت دراسة (لورداتش ٢٠١٣م) إلى أن أكثر شبكات التواصل الاجتماعي التي يحرص طلاب الجامعات الرومانية على استخدامها هي الفيسبوك، وظهرت علامة ارتباط موجبة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والمشاركة السياسية وتوجيه الرأى العام للطلاب نحو القضايا في رومانيا (Lordache، 2013 ، p.17)
- وناقشت دراسة (روبرت بوشفور ٢٠١٤م) تأثير التغطية الإعلامية لانتخابات البرلمان الأوروبى على تشكيل الهوية الوطنية والأوروبية للمتلقين، ووجدت الدراسة التحليلية أن وسائل الإعلام تلعب دورًا كبيرًا في بناء الهوية الوطنية، من خلال تأطيرها للأحداث سواءً كانت هوية وطنية أو أوروبية (Bachofer، 2014، p.73).
- وناقشت دراسة (ماديسون غاندا ٢٠١٤م) نظرة مواقع التواصل الاجتماعي لذوى الاحتياجات الخاصة وتأثير ذلك على نظرتهم لأنفسهم وتكوين هويتهم، وتوصلت الدراسة إلى أن وجود النماذج الإيجابية في وسائل الإعلام يزيد من انتمائهم للدولة ولهويتهم والتمثيل السلبي يقودهم إلى إنكار هويتهم (Ganda، 2014، p.45).
- وسعت دراسة (جوشوا ديكسون ٢٠١٥م) إلى تحليل تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية لدى الشباب، واعتمدت الدراسة على عينة قوامها (٤٠٠) مفردة واستخدمت أسلوب (SPSS) في تحليل البيانات، وأكدت الدراسة على دور منصات وزارة الشباب على مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على الشباب ومساعدتهم في اكتساب هويتهم الصحيحة (Dickson، 2015، p.32).
- وتناولت دراسة (يوري إم إرشوف ٢٠١٥م) الآليات المستخدمة للحفاظ على الهوية الوطنية، وتوصلت الدراسة إلى أن تأثير وسائل الإعلام التقليدية في بناء الهوية الوطنية في تناقص مستمر وبدأت تحل محلها وسائل إعلام حديثة بصورة كبيرة بما في ذلك دروها في بناء الهوية الوطنية (Esrhov، 2015، p.52).
- سعت دراسة (ديدوش الهاشمي ٢٠١٦م) إلى تحليل تأثير وسائل الإعلام الجديد والثورة التكنولوجية على قيم الأسرة الجزائرية، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، ووجدت الدراسة أن وسائل الإعلام الجديد يمكنها أن تؤثر بصورة إيجابية على الهوية الوطنية من خلال التعرض لمحتويات تتماشى مع قيمنا الوطنية وقد تؤثر سلبيًا من خلال التعرض لمحتويات تتنافى مع هويتنا الوطنية (الهاشمى، هجيرة، ٢٠١٦م، ص١٨٨).
- وهدفت دراسة (برارى نعيمة ٢٠١٦) إلى تفسير الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام في سبيل الحفاظ على الهوية العربيه في إطار العولمة، ودراسة تأثير وسائل الإعلام وعلاقته وحركية التفاعل

الاجتماعي لصياغة مضامين إعلامية واضحة وموجهة لأفراد المجتمع العربي وتتماشى مع قيمنا وتراثنا وثقافتنا لمواجهة التحديات الثقافية للعولمة (نعيمة،٢٠١٦م، ص١٨٥).

- ناقشت دراسة (سهام بوقلوف ٢٠١٦م) الهوية الثقافية في عصر الإنفتاح الثقافى والإعلامي والشكل المستقبلى للهويات الثقافية، واعتمدت الدراسة في جمع البيانات على دراسة ميدانية طبقت على عينة من المستخدمين للفيسبوك في الجزائر، وتوصلت الدراسة إلى أن المبحوثين تتمثل القيم لديهم في صورة منشورات يتم نشرها وتبادلها عبر مواقع التواصل الاجتماعي الافتراضية دون تطبيقها في الواقع (بوقلوف، ٢٠١٦م، ص٣٧).
- قدمت دراسة (مصطفى ريبحى ٢٠١٩م) إلى التعرف على الملامح الرئيسية للوعي الشبابي العربي وكيفية مواجهة المحتوى السليم وتوضيح العلاقة بين الوعي الشبابي ومدى إدراكهم لواقعية التحديات، وأكدت الدراسة على الدور المهم لثورة المعلومات في التأثير على وعي الشباب وجذبهم نحو التغيير وتقليد النماذج الغربية (ريبحى، ٢٠١٩م، ص٧٣).
- سعت دراسة (مصطفى بن طيفور ٢٠١٦م) إلى تعطيل تأثير استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك) على هويتهم الثقافية، واستخدمت المنهج المسحي، وتوصلت الدراسة إلى أن الشباب الجامعي محل الدراسة يستخدمون مزيجًا من اللهجات والاختصارات من اللغة الغربية والأجنبية في تفاعلهم على الفيسبوك مما يشكل تهديدًا على اللغة العربية والهوية الثقافية (طيفور، ٢٠١٦م، ص١٤٩).
- سعت دراسة (خالد عبد السلام ٢٠١٧م) إلى التعرف على تأثير تكنولوجيا الإعلام على القيم الاجتماعية والثقافية للشباب، اعتمد الباحث على الدراسة الميدانية، وأكدت الدراسة أنه يمكن التحصين ثقافيًا وإعلاميًا عبر التأكيد على حرية الإعلام وتعدد قنواته لضمان المصداقية في عرض المعلومات ودعم حرية التعبير (عبد السلام، ٢٠١٧م، ص٣٠٠).
- وتناولت دراسة (محمد بن إبراهيم بن عبد الرحمن السيف ٢٠١٨م) دور المدارس في المجتمع السعودي والقنوات الفضائية المحلية والخليجية (الحكومية) في تعزيز الهوية الوطنية، واعتمد الباحث على الدراسة الميدانية، وتوصلت الدراسة إلى ضرورة دعم الأمن الوطني بالمملكة السعودية والذي سينعكس بشكل مباشر على الأمن النفسى والإجتماعى بشكل عام (السيف، ٢٠١٨م، ص٣٠٢).
- وهدفت دراسة (محمد عبد البديع السيد ٢٠١٨م) إلى التعرف على العلاقة بين مواقع التواصل الاجتماعي والقنوات الفضائية بأنواعها الخاصة والحكومية بدعم الهوية الوطنية للشباب المصري، واستخدمت الدراسة منهج المسح الإعلامي بشقيه التحليلي والوصفي، وتوصلت الدراسة إلى ضرورة مراعاة الفضائيات المصرية مبدأ المسئولية الاجتماعية للحفاظ على هوية وثقافة المجتمع (السيد، ٢٠١٨م، ص٣٧).

- وهدفت دراسة (لورى إم ٢٠١٩م) إلى التعرف على كيفية تجسيد الهوية الوطنية للمهاجرين المسلمين في الصحافة البريطانية والدنماركية من خلال تحليل الخطابات الإعلامية في الفترة الزمنية من (٢٠٠٥- ٢٠١٥م)، وتوصلت الدراسة إلى أنه يتم تمثيل المسلمين باستمرار على أنهم مهاجرون مسلمون في صحافة كلتا البلدين على الرغم من أن الكثير منهم بريطانيون أو دنماركيون (Lawrie، 2019، p.68).
- وناقشت دراسة (طارق معمر ٢٠١٩م) الدور الإيجابى لوسائل الإعلام تجاه الهوية الوطنية، وتوصلت الدراسة إلى أن وسائل الإعلام يمكنها القيام بدور إيجابى في تعزيز القيم والاتجاهات السائدة في المجتمع والمرتبطة بالهوية الوطنية وتثبيتها وتعزيز الارتباط بالوطن لدى المواطنين (بريخ،٢٠١٩م، ص٢٦٦).
- وتناولت دراسة (ريهام مجدي الشيخ ٢٠٢٠م) تأثير البيانات العسكرية التي تبثها الفضائيات المصرية على المراهقين وعلاقة ذلك بمستوى انتمائهم، واستخدمت الدراسة منهج المسح بالعينة بشقيه الميدانى التحليلي الكيفي والكمي، وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين دوافع تعرض المراهقين للبيانات العسكرية التي تبثها الفضائيات المصرية ومستوى الفهم لديهم (الشيخ،٢٠٢٠م، ص٨٦).
- هدفت دراسة (عبد الرحمن بن عوض الأسمري ونصرة محمود إسماعيل ومنصور بن سعيد المالكي وجابر محمد عبد الله ٢٠٢٠م) إلى دراسة الدور التربوي الذي يقوم به الإعلام الجديد في غرسه للهوية الوطنية للطفل السعودي، واستخدمت الدراسة منهج المسح، وتوصلت الدراسة إلى وجود اختلاف بين الواقع التحليلي والميداني مما يدل على وجود قصور في غرس وتعزيز الهوية الوطنية (الأسمرى، وآخرون،٢٠٢٠م، ص٣٦٠).
- وسعت دراسة (سميره ناصري ٢٠٢٠م) إلى التعرف على مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الوطنية أو تقليصها لدى الشباب، وتوصلت الدراسة إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت عاملاً مهمًا في إحداث التغير من خلال تكوين وعي الشباب (ناصري، ٢٠٢٠م، ٤٥١).
- وناقشت دراسة (بوعزيز بو بكر وسيفون بابه ٢٠٢١م) دور وسائل الإعلام في تدعيم الهوية الوطنية والثقافية في عصر العولمة، وأكدت الدراسة على أن الخطورة تكمن في المضامين الإعلامية المقدمة والتي تتنافى مع هويتنا الثقافية بهدف استدراج المشاهد وتسطيح مستواه الفكري والأخلاقي (بوبكر، بابة، ٢٠٢١م، ص١٤).

التعليق على الدراسات السابقة:

في ضوء الإطلاع على الدراسات السابقة تبين الآتى:-

١- وجدت الباحثة أن مواقع التواصل الاجتماعي قد لاقت قدرًا كبيرًا من الاهتمام من قبل الباحثين انطلاقًا من الدور المهم الذي تقوم به مواقع التواصل الاجتماعي وتنوعت الحدود الموضوعية للدراسات؛ حيث أكدت الدراسات على مجئ الفيسبوك في الترتيب الأول من حيث أكثر المنصات استخدامًا من قبل المبحوثين، كما جاء في دراسة نسرين حسام الدين، (دور مواقع التواصل الاجتماعي في إدراك الشباب، ٢٠١٦م) (حسام الدين، ٢٠١٦، مرجع سابق) واتفق ذلك مع الدراسة الحالية أيضًا.

٢- وفيما يتعلق بحرب المعلومات فقد ركزت الدراسات السابقة على الإرهاب االفكري وحروب الجيل الرابع والانتخابات الرئاسية وتركزت الحدود الجغرافية في (الصين – روسيا – الولايات المتحدة الأمريكية) باعتبارها القوى الثلاث السائدة في العالم، كما جاء ذلك في دراسة لوراهيرتا، (Russias hybrid waefare، (2016 الحرب الهجينة لروسيا، ٢٠١٦م) (Hert، 2016، p.64)

٣- وفيما يتعلق بالهوية فقد تنوعت الدراسات بين الهوية الثقافية والعقائدية وهوية المسلمين في الخارج وتركزت معظم الدراسات المتعلقة بهذا الموضوع في الدراسات الجزائرية والتونسية كما جاء في دراسة عبد المالك مرتاض، (العولمة وتدمير الهوية،٢٠٠٥م) (مرتاض،٢٠٠٥م، مرجع سابق)، ودراسة ديدوش الهاشمي وسغفول هجيرة، (الإعلام الجديد وأثاره على قيم الأسرة الجزائرية ٢٠١٦م) (الهاشمي، هجيرة،٢٠١٦م،مرجع سابق) فيما لم تتطرق أي من الدراسات السابقة إلى تناول الهوية الوطنية للمراهقين، وهذا التنوع في الموضوعات والباحثين ساهم في إيجاد تنوع الرؤى البحثية حول نفس الموضوع.

٤- ومن حيث العينات التي تم تطبيقها فقد اعتمدت بعض الدراسات على (المرأه – الشباب – النخبة من أفراد المجتمع)، كما جاء في دراسة ندية القاضى (اتجاهات النخبة المصرية، ٢٠١٧م) (القاضى، ٢٠١٧م، مرجع سابق) ودراسة زياد أحمد أبو الغنم (دور وسائل الإعلام في تعزيز الانتماء الوطني، ٢٠١٣م) (أبوالغنم، ٢٠١٣م، مرجع سابق) وكذلك (الصحف– المواقع الإخبارية) فيما اعتمدت الدراسة الحالية على المراهقين ومواقع التواصل الاجتماعي وهي فئة لم تتطرق إليها الدراسات السابقة.

٥- استخدمت الدراسات السابقة العديد من المناهج كالمنهج المسحي والوصفي والتحليلي، واعتمدت الدراسة الحالية على منهج المسح، كما استخدمت الدراسات السابقة أساليب إحصائية متنوعة لجمع البيانات وتحليلها كأسلوب (ANOVA، SPSS) واعتمدت الدراسة الحالية على صحيفة الإستقصاء كأداة جمع البيانات واعتمدت على البرنامج الإحصائى SPSS.

٦- اتفقت الدراسة الحالية مع بعض الدراسات السابقة كدراسة نسرين حسام الدين (دور المواقع التواصل الاجتماعي في إدراك الشباب، ٢٠١٦م) (حسام الدين،٢٠١٦م، مرجع سابق) وندية القاضي (اتجاهات النخبة المصرية، ٢٠١٧م) (القاضى، ٢٠١٧م، مرجع سابق)، استفادت الباحثة من الدراسات السابقة في بناء الإطار المنهجي للدراسة وتحديد المشكلة والفروض، تنفرد الدراسة الحالية بتطرقها لموضوع تأثير حرب المعلومات عبر مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الوطنية للمراهقين.

الإطار المنهجي للدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على مدى تعرض المواهقين لحرب المعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تشكيل هويتهم الوطنية.

منهج الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية ولذلك فقد استخدمت الباحثة منهج المسح لتناسبه مع طبيعة الدراسة الوصفية، لأنه يدرس المشكلة البحثية في وضعها الحالي بالإضافة إلى استخدامها في جمع البيانات عن المشكلة محل الدراسة والإلمام بكافة جوانبها.

مجتمع البحث:

يتمثل مجتع الدراسة في عينة من المراهقين قوامها (٥٠٠ مفردة) بمحافظتي القاهرة والغربية.

أدوات جمع البيانات:

استخدمت الباحثة استمارة الاستبيان بالمقابلة في جمع البيانات، وقد أعدت هذه الأداة وفقًا لأسلوب علمى محدد ومعروف؛ حيث قامت الباحثة بتحديد الأهداف والبيانات المرجو مناقشتها والحصول عليها وتأثير حرب المعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي على تشكيل الهوية الوطنية للمراهقين) وتم صياغتها في الصورة الأولية وعرضت على المحكمين والعلماء في مجال الإعلام والتربية.

حدود البحث:

تتمثل حدود الدراسة في الحدود التالية:

١- حدود موضوعية:

حددت الباحثة موضوع دراستها في مدى تعرض المراهقين لحرب المعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تشكيل هويتهم الوطنية.

٢- حدود بشرية:

تمثلت الحدود البشرية للدراسة في عينه قوامها (٥٠٠ مفردة) من المراهقين من الذكور والإناث بمحافظتي القاهرة والغربية بموجب (٢٥٠ مفردة) من كل محافظة.

٣- حدود مكانية:

طبقت الدراسة الميدانية على عينه قوامها (٥٠٠ مفردة) بمحافظتي القاهرة والغربية بموجب (٢٥٠ مفردة) من كل محافظة ذكور وإناث

خصائص عينة الدراسة وفقًا لمتغيرات النوع، الإقامة، نوع المدرسة.

جدول رقم (١)

توزيع عينة الدراسة وفقًا للنوع، الإقامة، نوع المدرسة

المتغير	المجموعات	التكرار	النسبة
النوع	ذكور	٢٢٥	٤٥,٠٠
	إناث	٢٧٥	٥٥,٠٠
المجموع		٥٠٠	١٠٠
الإقامة	ريف	٢٤٥	٤٩,٠٠
	حضر	٢٥٥	٥١,٠٠
المجموع		٥٠٠	١٠٠
نوع المدرسة	حكومية	٢٥٠	٥٠,٠٠
	خاصة	٢٥٠	٥٠,٠٠
المجموع		٥٠٠	١٠٠

أساليب القياس المستخدمة:

١- قياس معدل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي:

تم قياس **معدل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي** من خلال ثلاث أسئلة تضمنتها استمارة الاستبيان (١، ٢، ٣) عن مدى **معدل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي**، وعدد أيام الاستخدام في الأسبوع وعدد ساعات الاستخدام في اليوم، وبناءً على ذلك تم حساب المتوسطات لكل مبحوث، فنتج لدينا مقياس تتراوح درجاته ما بين ٣: ١١ درجة، تم تقسيمه إلى ثلاث فئات تتمثل فيما يلي: منخفض الاستخدام: أقل من ٥ درجات. متوسط الاستخدام: من ٨: ٨ درجات، كثيف الاستخدام: من ٩ :١١ درجة.

٢- قياس دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي:

تم قياس **دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي** من خلال مقياس تضمنته استمارة الاستبيان، ويتكون المقياس من ٩ فقرات يُعطى لكل منها ٣ درجات على ٣ استجابات. ثم تم حساب الدرجة الكلية للمبحوث عن طريق تجميع الدرجات التي حصل عليها في هذا المقياس وتحديد مستواه: وبذلك يصبح أعلى درجة على المقياس ٢٧ درجة، وأقل درجة على المقياس ٩ درجات، ثم قامت الباحثة بحساب الفرق بين أعلى درجة وأقل درجة وقامت بتقسيمها إلى ثلاث فئات هي: منخفض الدوافع: من ٩: ١٤درجة. متوسط الدوافع: من ١٥: ٢٠ درجة. كثيف الدوافع: من ٢١: ٢٧ درجة.

٣- قياس مستوى الاهتمام بمتابعة الأحداث الوطنية عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

تم قياس **مستوى الاهتمام بمتابعة الأحداث الوطنية عبر مواقع التواصل الاجتماعي** من خلال مقياس تضمنته استمارة الاستبيان، ويتكون المقياس من ١٠ فقرات يعطى لكل منها ٣ درجات على ٣ استجابات. ثم تم حساب الدرجة الكلية للمبحوث عن طريق تجميع الدرجات التي حصل عليها في هذا المقياس وتحديد مستواه: وبذلك يصبح أعلى درجة على المقياس ٣٠ درجة، وأقل درجة على المقياس ١٠ درجة، ثم قامت الباحثة بحساب الفرق بين أعلى درجة وأقل درجة وقامت بتقسيمها إلى ثلاث فئات هي: منخفض الاهتمام: من ١٠: ١٦ درجة. متوسط الاهتمام: من ١٧: ٢٣ درجة. كثيف الاهتمام: من ٢٤: ٣٠ درجة.

٤- قياس مستوى تأثير حرب المعلومات على الهوية الوطنية والانتماء لدى المراهقين:

تم قياس **مستوى تأثير حرب المعلومات على الهوية الوطنية والانتماء لدى المراهقين** من خلال مقياس تضمنته استمارة الاستبيان، ويتكون المقياس من ٩ فقرات يُعطى لكل منها ٣ درجات على ٣ استجابات. ثم تم حساب الدرجة الكلية للمبحوث عن طريق تجميع الدرجات التي حصل عليها في هذا المقياس وتحديد مستواه: وبذلك يصبح أعلى درجة على المقياس ٢٧ درجة، وأقل درجة على المقياس ٩ درجة، ثم قامت الباحثة بحساب الفرق بين أعلى درجة وأقل درجة وقامت بتقسيمها إلى ثلاث فئات هي: منخفض التأثير: من ٩: ١٤ درجة. متوسط التأثير: من ١٥: ٢٠ درجة. كثيف التأثير: من ٢١: ٢٧ درجة.

٥- قياس مستوى ثقة المبحوثين في مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات:

تم قياس **مستوى ثقة المبحوثين في مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات** من خلال مقياس تضمنته استمارة الاستبيان، ويتكون المقياس من ٨ فقرات يُعطى لكل منها ٣ درجات على ٣ استجابات. ثم تم حساب الدرجة الكلية للمبحوث عن طريق تجميع الدرجات التي حصل عليها في هذا المقياس وتحديد مستواه: وبذلك يصبح أعلى درجة على المقياس ٢٤ درجة، وأقل درجة على المقياس ٨ درجات، ثم قامت الباحثة بحساب الفرق بين أعلى درجة وأقل درجة وقامت بتقسيمها إلى ثلاث فئات هي: منخفض الثقة: من ٨: ١٣ درجة. متوسط الثقة: من ١٤: ١٩ درجة. كثيف الثقة: من ٢٠: ٢٤ درجة.

٦- قياس مستوى الهوية الوطنية لدى المبحوثين:

تم قياس **مستوى الهوية الوطنية لدى المبحوثين** من خلال مقياس تضمنته استمارة الاستبيان، ويتكون المقياس من ١٠ فقرات يُعطى لكل منها ٣ درجات على ٣ استجابات. ثم تم حساب الدرجة الكلية للمبحوث عن طريق تجميع الدرجات التي حصل عليها في هذا المقياس وتحديد مستواه: وبذلك يصبح أعلى درجة على المقياس ٣٠ درجة، وأقل درجة على المقياس ١٠ درجات، ثم قامت الباحثة بحساب الفرق بين أعلى درجة وأقل درجة وقامت بتقسيمها إلى ثلاث فئات هي: منخفض الهوية: من ١٠: ١٦ درجة. متوسط الهوية: من ١٧: ٢٣درجة. كثيف الهوية: من ٢٤: ٣٠ درجة.

خطوات تقنين أداة الدراسة:

أولاً: صدق الاستبيان:

يقصد بصدق الاختبار صحته في قياس ما يدعى أنه يقيسه، والاختبار الصادق يقيس ما وضع لقياسه[٧١] وللتحقق من صدق الاستبيان تم الاعتماد على ثلاث طرق مختلفة وهي: الصدق المنطقي، الصدق الظاهري أو صدق المحكمين، صدق الاتساق الداخلي. (خيري، ١٩٧٥م، ص٤٣)

أ- الصدق المنطقي (صدق المحتوى):

اعتمدت الباحثة في بناء هذا الاستبيان واختيار العبارات المكونة لأبعاده على الدراسات السابقة التي اتخذت من مواقع التواصل الاجتماعي والهوية الوطنية موضوعًا لها، وكذلك اشتقت بعض عبارات الاستبيان من بعض المقاييس الخاصة بالدراسات السابقة، سواءً بشكل مباشر أو غير مباشر، واستكملت باقي عبارات الاستبيان من الدراسات التي تناولت أحد جوانب أو أبعاد الدراسة، ويشير هذا الاعتماد على المصادر السابقة إلى تمتع المقاييس الفرعية للاستبيان بقدر مقبول ومعقول من الصدق المنطقي وأن الاستبيان صالح للتطبيق.

ب- الصدق الظاهري أو صدق المحكمين:

تم عرض الاستبيان على مجموعة من المحكمين المتخصصين في الإعلام وعلم الاجتماع في الجامعات المصرية، وذلك بغرض دراسة مفردات كل مجال في ضوء التعريف الإجرائي له، وكذلك الهدف من الاستبيان، وقد أقر المحكمون صلاحية الاستبيان بشكل عام بعد إجراء بعض التعديلات التي اقترحها المحكمون، وقد تم الإبقاء على المفردات التي جاءت نسبة اتفاق المحكمين عليها ٩٠٪ فأكثر، وتم حذف بعض العبارات وتعديل بعضها في ضوء الملاحظات التي أبداها المحكمون؛ حيث انتهى عدد تساؤلات الاستبيان إلى ٢٧ سؤالاً.

جـ- صدق الاتساق الداخلي:

تم حساب معاملات الارتباط بين درجة كل بعد من أبعاد الاستبيان والدرجة الكلية للاستبيان، وذلك لمعرفة مدى ارتباط كل بعد بالدرجة الكلية للاستبيان، ولهدف التحقق من مدى صدق الاستبيان، ويتضح ذلك من خلال جدول التالي.

جدول رقم (٢)

معاملات الارتباط بين الدرجة الكلية لكل مقياس فرعى والدرجة الكلية للاستبيان

المجال	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
بعد استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	٠,٩١٢	دالة عند ٠,٠١
بعد دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	٠,٧٦٢	دالة عند ٠,٠١
قياس مستوى الاهتمام بمتابعة الأحداث الوطنية	٠,٧٢٩	دالة عند ٠,٠١
قياس مستوى تأثير حرب المعلومات على الهوية الوطنية	٠,٨٩٨	دالة عند ٠,٠١
مستوى ثقة المبحوثين في مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات	٠,٨٦٥	دالة عند ٠,٠١
قياس مستوى الهوية الوطنية	٠,٨١٢	دالة عند ٠,٠١

يتبين من الجدول السابق أن أبعاد الاستبيان تتمتع بمعاملات ارتباط قوية ودالة إحصائيًا عند مستوى دلالة أقل من ٠.٠١، وقد تراوحت معاملات الارتباط لمجالات الاستبيان بين (٠.٧٢٩، ٠.٩١٢) وهذا دليل كافٍ على أن المقاييس المكونة لأداة الدراسة تتمتع بمعامل صدق عالي.

ثانيًا: ثبات الاستبيان:

يقصد بثبات الاستبيان عادة أن يكون على درجة عالية من الدقة والإتقان والاتساق فيما تزودنا به من بيانات عن سلوك المبحوث (أبوحطب، وعثمان، ١٩٧٣م، ص٧٧) والاختبار الثابت هو الذي يعطي نفس النتائج (تقريبًا) إذا طبق على نفس الأشخاص في فرصتين مختلفتين (خيري، مرجع سابق)، وقد تم حساب معامل ثبات الاستبيان أداة الدراسة على عينة قوامها (٥٠) مفردة من المراهقين، وذلك باستخدام طريقة إعادة التطبيق لحساب ثبات المقاييس الفرعية المكونة للاستبيان وبطريقة التجزئة النصفية لسبيرمان – بروان.

أ- طريقة إعادة التطبيق:

تم تطبيق الاستبيان على عينة مكونة من ٥٠ مفردة من المراهقين ثم أعيد تطبيقه مرة أخرى على المجموعة نفسها بعد فاصل زمني قدره ثلاثة أسابيع، ثم قامت الباحثة بحساب معامل الثبات بين درجات المبحوثين في التطبيقين الأول والثانى، وقد أشارت معاملات الارتباط إلى الاتفاق بين الإجابات على كل بعد من أبعاد الاستبيان بين التطبيق الأول والثاني بنسبة بلغت ٠.٨٩٣ ويتضح ذلك من الجدول التالي:

جدول رقم (٣)

معامل ثبات الاستبيان وأبعاده المختلفة

م	البعد	معامل الثبات	مستوى الدلالة
١	**بعد استخدام مواقع التواصل الاجتماعي**	٠,٨٩٨	دالة عند ٠,٠١
٢	**بعد دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي**	٠,٩٠٢	دالة عند ٠,٠١
٣	**قياس مستوى الاهتمام بمتابعة الأحداث الوطنية**	٠,٨٢٩	دالة عند ٠,٠١
٤	**قياس مستوى تأثير حرب المعلومات على الهوية الوطنية**	٠,٧٦٨	دالة عند ٠,٠١
٥	**مستوى ثقة المبحوثين في مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات**	٠,٧٤٦	دالة عند ٠,٠١
٦	**قياس مستوى الهوية الوطنية**	٠,٧٧٦	دالة عند ٠,٠١
	الدرجة الكلية	٠,٨٨٤	دالة عند ٠,٠١

يتضح من الجدول السابق مدى تقارب نسبة الثبات بين الأبعاد المختلفة، كما يتضح أن معاملات ثبات الأبعاد المختلفة قد تراوحت ما بين (٠.٧٤٦ – ٠.٩٠٢) وجميعها معاملات ثبات دالة عند مستوى ٠.٠١، كما يبين أن معامل ثبات الدرجة الكلية للاستبيان قد بلغ ٠.٨٨٤ وهي نسبة توحي بالثقة في صلاحية الاستبيان كأداة من أدوات الدراسة.

ب- طريقة التجزئة النصفية (S.H):

كما قامت الباحثة بحساب معامل ثبات كل مقياس فرعي من مقاييس الاستبيان، وحساب معامل ارتباط المقاييس الفرعية المكونة للاستبيان مع بعضها، وكذلك حساب معامل ارتباط المقاييس الفرعية

المكونة للاستبيان مع الدرجة الكلية للاستبيان وفقًا لطريقة التجزئة النصفية لجتمان ومعامل سبيرمان وبراون.

جدول رقم (٤)
معامل ثبات الاستبيان وأبعاده وفقًا (التجزئة النصفية لجتمان– سبيرمان وبراون).

م	البعد	معامل ارتباط التجزئة النصفية لجتمان	معامل ارتباط سبيرمان – براون
١	**بعد استخدام مواقع التواصل الاجتماعي**	٠,٧٩٨	٠,٨٠٣
٢	**بعد دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي**	٠,٩٠٣	٠,٩١٣
٣	**قياس مستوى الاهتمام بمتابعة الأحداث الوطنية**	٠,٨٣٦	٠,٨٥٤
٤	**قياس مستوى تأثير حرب المعلومات على الهوية الوطنية**	٠,٨٥٦	٠,٨٩٢
٥	**مستوى ثقة المبحوثين في مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات**	٠,٨٩٧	٠,٨٨٢
٦	**قياس مستوى الهوية الوطنية**	٠,٧٨٩	٠,٧٩٨
*	**معامل ارتباط الأبعاد مع بعضها**	٠,٩٠٢	٠,٨٩٨
*	**ارتباط الأبعاد مع الدرجة الكلية**	٠,٨٨٣	٠,٨٩٢

يتضح من الجدول السابق رقم (٤) أن المقاييس الفرعية المكونة للاستبيان حققت معاملات ثبات على درجة معقولة ومقبولة علمياً، حيث تراوحت معاملات ثبات الأبعاد وفقًا لمعامل التجزئة النصفية لجتمان ما بين ٠.٧٨٩ – ٠.٩٠٣، بينما تراوح معامل ثبات الأبعاد وفقًا لمعامل ارتباط سبيرمان وبراون ما بين ٠.٨٠٣–٠.٩١٣، وفيما يتعلق بمعاملات ارتباط الأبعاد مع بعضها فقد كانت ٠.٩٠٢ وفقًا لمعامل ارتباط التجزئة النصفية لجتمان، بينما كانت وفقًا لمعامل سبيرمان – براون ٠.٨٩٨، وهي معاملات ثبات عالية وتدل على ثبات المقاييس الفرعية المكونة للاستبيان، وفيما يتعلق بمعاملات ارتباط المقاييس الفرعية المكونة للاستبيان مع الدرجة الكلية للاستبيان فقد كانت ٠.٨٨٣ وفقًا لمعاملات ارتباط التجزئة النصفية لجتمان، وبلغت ٠.٨٩٢ وفقًا لمعامل سبيرمان وبراون وهي معاملات ثبات عالية وتشير إلى ثبات الاستبيان وصلاحيته للاستخدام.

المعالجة الإحصائية للبيانات:

لاستخراج نتائج الدراسة قام الباحث باستخدام البرنامج الإحصائي (spss) حيث استخدم بعض الأساليب الإحصائية التي تتلاءم وطبيعة البيانات المطلوبة مثل:

١- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.

٢- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.

٣- تحليل التباين ذي البعد الواحد One Way Analysis of Variance ANOVA لدراسة الفروق الإحصائية بين المتوسطات الحسابية للمجموعات في أحد متغيرات الدراسة.

٤- الاختبارات البعدية Post Hoc Tests بطريقة أقل فرق معنوي Least Significance Difference والمعروف بـ L.S.D لمعرفة مصدر التباين بين المجموعات التي يؤكد تحليل التباين على وجود فرق بينها.

٥- معامل ارتباط بيرسون Pearson Correlation لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من متغيرات الدراسة.

٦- اختبار "ت" T.Test للمجموعات المستقلة لدراسة الفروق بين المتوسطين الحسابيين لمجموعتين من المبحوثين على أحد متغيرات الدراسة.

٧- اختبار كا^{٢} لجداول التوافق لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المستوى الإسمى.

٨- معامل التوافق (Contingency Coefficient) الذي يقيس شدة العلاقة بين متغيرين إسميين في جدول أكثر من ٢×٢.

نتائج الدراسة الميدانية:

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على مدى تعرض المراهقين لحرب المعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تشكيل هويتهم الوطنية، وفي إطار منهج المسح تم ملء استمارة الاستبيان بالمقابلة لعينة الدراسة وقوامها (٥٠٠) مفردة من المراهقين، وتم مراعاة المتغيرات الديموجرافية لعينة الدراسة، وفيما يلي تعرض الباحثة أهم نتائج الدراسة الميدانية التي أجريت على عينة من المراهقين بالمدارس الحكومية والخاصة، وذلك للإجابة عن تساؤلات الدراسة، وهو ما يعكس سمات وخصائص العينة في علاقتها بمواقع التواصل الاجتماعي، الأمر الذي يساعد في معرفة العلاقة بين تعرض المراهقين لحرب المعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تشكيل هويتهم الوطنية.

وقد أسفر تحليل استجابات المبحوثين التي تضمنتها بيانات صحيفة الاستبيان بعد عملية الجدولة والتصنيف عن بيانات كمية دعمت الثقة في النتائج وموضوعيتها، كما ساعدت على التحقق من أهداف الدراسة والإجابة على تساؤلاتها.

- **مدى استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي:**

جدول رقم (٥)

مدى استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي وفقًا للنوع.

النوع / مدى الاستخدام	ذكور		إناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
أحيانًا	٨٠	٣٥,٥٦	١٣٠	٤٧,٢٧	٢١٠	٤٢,٠٠
دائمًا	١٢٠	٥٣,٣٣	١١٥	٤١,٨٢	٢٣٥	٤٧,٠٠
نادرًا	٢٥	١١,١١	٣٠	١٠,٩١	٥٥	١١,٠٠
الإجمالـــي	٢٢٥	١٠٠	٢٧٥	١٠٠	٥٠٠	١٠٠

قيمة كا^{٢}= ٧,٥٤١ درجة الحرية = ٢ معامل التوافق = ٠,١٢٢ مستوي الدلالة = دالة عند ٠,٠٥

بحساب قيمة كا٢ من الجدول السابق عند درجة حرية =٢، وجد أنها = ٧.٥٤١ وهي قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى دلالة = ٠.٠٥، أي أن مستوى المعنوية أصغر من ٠.٠٥، وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠.١٢٢ تقريباً مما يؤكد وجود علاقة دالة إحصائيًا بين النوع (ذكور – إناث) ومدى استخدام المبحوثين – إجمالي مفردات عينة الدراسة – لمواقع التواصل الاجتماعي.

كما تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق أن نسبة من يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي (أحيانًا) من إجمالي مفردات عينة الدراسة بلغت ٤٢.٠٠٪ ، موزعة بين ٣٥.٥٦٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٤٧.٢٧٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، وبلغت نسبة من يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي (دائمًا) من إجمالي مفردات عينة الدراسة ٤٧.٠٠٪ موزعة بين ٥٣.٣٣٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٤١.٨٢٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، بينما بلغت نسبة من يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي(نادراً)من إجمالي مفردات عينة الدراسة ١١.٠٠٪ موزعة بين ١١.١١٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ١٠.٩١٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث.

ويمكن تفسير ذلك بأن مواقع التواصل الاجتماعي تعد من أكثر الوسائل الإعلامية تداولاً بين الجمهور رواجاً في الإستخدام فهي تحظى بأهمية كبيرة لديهم ويمكنهم متابعتها على مدار الساعة دون التقيد بمكان محدد ومتابعة كافة القضايا على مدار الساعة من مصادر مختلفة وبصورة مباشرة.

- **<u>عدد أيام استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي في الأسبوع تقريباً وفقًا للنوع:</u>**

جدول رقم (٦)

عدد أيام استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي في الأسبوع تقريباً وفقًا للنوع

النوع / عدد الأيام	ذكور		إناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
من يوم إلى يومان	٢٠	٨,٨٩	٢٠	٧,٢٧	٤٠	٨,٠٠
من ثلاثة إلى أربعة أيام	٨٠	٣٥,٥٦	٨٠	٢٩,٠٩	١٦٠	٣٢,٠٠
من خمسة إلى ستة أيام	٧٥	٣٣,٣٣	٦٠	٢١,٨٢	١٣٥	٢٧,٠٠
يوميًا	٥٠	٢٢,٢٢	١١٥	٤١,٨٢	١٦٥	٣٣,٠٠
الإجمالـــي	٢٢٥	١٠٠	٢٧٥	١٠٠	٥٠٠	١٠٠

قيمة كا٢= ٢٢,٤٩٨ درجة الحرية = ٣ معامل التوافق = ٠,٢٠٨ مستوي الدلالة = دالة عند ٠,٠٠١

بحساب قيمة كا٢ من الجدول السابق عند درجة حرية =٣، وجد أنها = ٢٢.٤٩٨ وهي قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى دلالة = ٠.٠٠١، أي أن مستوى المعنوية أصغر من ٠.٠٥، وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠.٢٠٨ تقريباً مما يؤكد وجود علاقة دالة إحصائيًا بين النوع (ذكور – إناث) وعدد أيام استخدام المبحوثين – إجمالي مفردات عينة الدراسة – لمواقع التواصل الاجتماعي في الأسبوع تقريباً.

كما تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق أن نسبة من يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي من يوم إلى يومين في الأسبوع من إجمالي مفردات عينة الدراسة بلغت ٨.٠٠٪ ، موزعة بين ٨.٨٩٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٧.٢٧٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، وبلغت نسبة من يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي من ثلاثة إلى أربعة أيام في الأسبوع من إجمالي مفردات عينة

الدراسة ٣٢.٠٠٪ موزعة بين ٣٥.٥٦٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٢٩.٠٩٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، بينما بلغت نسبة من يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي من خمسة إلى ستة أيام في الأسبوع من إجمالي مفردات عينة الدراسة ٢٧.٠٠٪ موزعة بين ٣٣.٣٣٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٢١.٨٢٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، وبلغت نسبة من يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي يوميًا في الأسبوع من إجمالي مفردات عينة الدراسة ٣٣.٠٠٪ موزعة بين ٢٢.٢٢٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٤١.٨٢٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث.

ويعود ذلك إلى ما تحظى به مواقع التواصل الاجتماعي من إمكانات وتطور تقني في عالم الاتصال وقدرة المراهقين على استخدامها يوميًا بصورة مستمرة حتى من خلال شاشة الموبايل وخارج حدود المنزل.

- **الوقت المخصص لاستخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي في اليوم تقريباً:**

جدول رقم (٧)

الوقت المخصص لاستخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي في اليوم تقريباً وفقًا للنوع.

النوع / عدد الساعات	ذكور		إناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
أقل من ساعة	١٥	٦,٦٧	٣٠	١٠,٩١	٤٥	٩,٠٠
أربع ساعات فأكثر	٧٠	٣١,١١	٨٥	٣٠,٩١	١٥٥	٣١,٠٠
من ساعتين إلى أقل من أربع ساعات	٦٥	٢٨,٨٩	٨٥	٣٠,٩١	١٥٠	٣٠,٠٠
من ساعة إلى اقل من ساعتين	٧٥	٣٣,٣٣	٧٥	٢٧,٢٧	١٥٠	٣٠,٠٠
الإجمالـي	٢٢٥	١٠٠	٢٧٥	١٠٠	٥٠٠	١٠٠

قيمة كا^{2}= ٤,١٦٠ درجة الحرية = ٣ معامل التوافق = ٠,٠٩١ مستوي الدلالة = غير دالة

بحساب قيمة كا^{2} من الجدول السابق عند درجة حرية =٣، وجد أنها = ٤.١٦٠ وهي قيمة غير دالة إحصائيًا عند مستوى دلالة = ٠.٠٥، أي أن مستوى المعنوية أكبر من ٠.٠٥، وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠.٠٩١ تقريباً مما يؤكد عدم وجود علاقة دالة إحصائيًا بين النوع (ذكور – إناث) وعدد أيام استخدام المبحوثين – إجمالي مفردات عينة الدراسة – لمواقع التواصل الاجتماعي في اليوم تقريباً.

كما تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق أن نسبة من يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي (أقل من ساعة في اليوم) من إجمالي مفردات عينة الدراسة بلغت ٩.٠٠٪ ، موزعة بين ٦.٦٧٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ١٠.٩١٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، وبلغت نسبة من يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي (اربع ساعات فأكثر في اليوم) من إجمالي مفردات عينة الدراسة ٣١.٠٠٪ موزعة بين ٣١.١١٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٣٠.٩١٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، بينما بلغت نسبة من يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي من (ساعتين إلى أقل من أربعة ساعات في اليوم) من إجمالي مفردات عينة الدراسة ٣٠.٠٠٪ موزعة بين ٢٨.٨٩٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٣٠.٩١٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، وبلغت نسبة من يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي من (ساعه إلى أقل من ساعتين في اليوم) من إجمالي مفردات

عينة الدراسة ٣٠.٠٠٠٪ موزعة بين ٣٣.٣٣٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٢٧.٢٧٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث.

ويمكن تفسير ذلك بأن مواقع التواصل الاجتماعي تحظى بجماهيرية كبيرة لدى جمهور المراهقين خاصة لما تضمه من منصات مختلفة تقدم محتويات متنوعة قد لا تضطرهم للجوء لوسائل اعلامية أخرى.

- **أهم الوسائل التي يتصفح من خلالها المبحوثون مواقع التواصل الاجتماعي:**

جدول (٨)

أهم الوسائل التي يتصفح من خلالها المبحوثون مواقع التواصل الاجتماعي وفقًا للنوع

الوسائل / النوع	ذكور		إناث		الإجمالي		قيمة z	الدلالة	الترتيب
	ك	%	ك	%	ك	%			
اللاب توب	٨٠	٣٥,٥٦	١٠٥	٣٨,١٨	١٨٥	٣٧,٠٠	٠,٦٠٥	غير دالة	٢
الموبايل	١٠٠	٤٤,٤٤	١٦٥	٦٠,٠٠	٢٦٥	٥٣,٠٠	٣,٤٦٤	دالة***	١
أيباد	٨٠	٣٥,٥٦	٤٠	١٤,٥٥	١٢٠	٢٤,٠٠	٥,٤٦٧	دالة***	٣
جملة من سئلوا	٢٢٥		٢٧٥		٥٠٠				

تشير بيانات الجدول السابق إلى أهم الوسائل التي يتصفح من خلالها المبحوثون مواقع التواصل الاجتماعي وفقًا للنوع؛ حيث جاء في الترتيب الأول (الموبايل)؛ حيث جاءت بنسبة بلغت ٥٣.٠٠٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٤٤.٤٤٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٦٠.٠٠٠٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث؛ حيث يوجد فارق بين النسبتين دال إحصائيًا عند مستوى ٠.٠٠١، فقد بلغت قيمةZ المحسوبة ٣.٤٦٤ وهي قيمة منبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠.٠.٩٩٩، جاء في الترتيب (الثانى اللاب توب)؛ حيث جاءت بنسبة بلغت ٣٧.٠٠٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٣٥.٥٦٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٣٨.١٨٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان؛ حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائيًا، فقد بلغت قيمةZ المحسوبة ٠.٦٠٥ وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠.٩٥، جاء في الترتيب الثالث(آيباد)؛ حيث جاءت بنسبة بلغت ٢٤.٠٠٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٣٥.٥٦٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ١٤.٥٥٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث؛ حيث يوجد فارق بين النسبتين دال إحصائيًا عند مستوى ٠.٠٠١، فقد بلغت قيمةZ المحسوبة ٥.٤٦٧ وهي قيمة منبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠.٠.٩٩٩.

ويمكن تفسير مجئ الموبايل في الترتيب الأول كأكثر الوسائل استخدامًا للولوج إلى مواقع التواصل الاجتماعي بأن الموبايل هو الوسيلة الأكثر شيوعًا بين المراهقين تحديدًا، فهو يوفر لهم العالم بين أيديهم في أي وقت ومكان خاصة في فترة تواجدهم خارج المنزل مع الأخذ في الاعتبار ظهور الهواتف الذكية بتقنياتها المتطورة وإمكاناتها الهائلة والمبهرة في الوقت ذاته.

- **أهم المنصات التي يستخدمها المبحوثون للحصول على المعلومات عبر مواقع التواصل الاجتماعي:**

جدول (٩)

أهم المنصات التي يستخدمها المبحوثين للحصول على المعلومات عبر مواقع التواصل الاجتماعي وفقًا للنوع.

النوع / المنصات	ذكور		إناث		الإجمالي		قيمة Z	الدلالة	الترتيب
	ك	%	ك	%	ك	%			
اليوتيوب	٣٠	١٣,٣٣	٩٠	٣٢,٧٣	١٢٠	٢٤,٠٠	٥,٠٤٧	دالة***	٤
الفيسبوك	١١٠	٤٨,٨٩	١٤٠	٥٠,٩١	٢٥٠	٥٠,٠٠	٠,٤٤٩	غير دالة	١
واتساب	١١٥	٥١,١١	٨٠	٢٩,٠٩	١٩٥	٣٩,٠٠	٥,٠١٧	دالة***	٢
تويتر	٤٠	١٧,٧٨	٤٠	١٤,٥٥	٨٠	١٦,٠٠	٠,٩٨٠	غير دالة	٥
إنستجرام	٦٥	٢٨,٨٩	١١٠	٤٠,٠٠	١٧٥	٣٥,٠٠	٢,٥٨٩	دالة**	٣
تليجرام	١٥	٦,٦٧	٤٠	١٤,٥٥	٥٥	١١,٠٠	٢,٧٩٨	دالة**	٦
جملة من سئلوا	٢٢٥		٢٧٥		٥٠٠				

تشير بيانات الجدول السابق إلى أهم المنصات التي يستخدمها المبحوثون للحصول على المعلومات عبر مواقع التواصل الاجتماعي وفقًا للنوع؛ حيث جاء في الترتيب الأول(الفيسبوك)؛ حيث جاءت بنسبة بلغت ٥٠.٠٠٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٤٨.٨٩٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٥٠.٩١٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان؛ حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائيًا، فقد بلغت قيمةZ المحسوبة ٠.٤٤٩ وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠.٠٩٥، وجاء في الترتيب الثانى(واتساب)؛ حيث جاءت بنسبة بلغت ٣٩.٠٠٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٥١.١١٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٢٩.٠٩٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث؛ حيث يوجد فارق بين النسبتين دال إحصائيًا عند مستوى ٠.٠٠١، فقد بلغت قيمةZ المحسوبة ٥.٠١٧ وهي قيمة منبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠.٠٩٩، وجاء في الترتيب الثالث (إنستجرام)؛ حيث جاءت بنسبة بلغت ٣٥.٠٠٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٢٨.٨٩٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٤٠.٠٠٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث؛ حيث يوجد فارق بين النسبتين دال إحصائيًا عند مستوى ٠.٠١، فقد بلغت قيمةZ المحسوبة ٢.٥٨٩ وهي قيمة منبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠.٠٠.٩٩، وجاء في الترتيب الرابع (اليوتيوب)؛ حيث جاءت بنسبة بلغت ٢٤.٠٠٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ١٣.٣٣٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٣٢.٧٣٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث ، حيث يوجد فارق بين النسبتين دال إحصائيًا عند مستوى ٠.٠٠٠١، فقد بلغت قيمةZ المحسوبة ٥.٠٤٧ وهي قيمة منبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠.٠٩٩٩، وجاء في الترتيب الخامس(تويتر) ، حيث جاءت بنسبة بلغت ١٦.٠٠٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ١٧.٧٨٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ١٤.٥٥٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث ، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال

إحصائيًا، فقد بلغت قيمةZ المحسوبة ٠.٩٨٠ وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠.٠٩٥، وجاء في الترتيب السادس (تليجرام)؛ حيث جاءت بنسبة بلغت ١١.٠٠٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٦.٦٧٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ١٤.٥٥٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث؛ حيث يوجد فارق بين النسبتين دال إحصائيًا عند مستوى ٠.٠١، فقد بلغت قيمةZ المحسوبة ٢.٧٩٨ وهي قيمة منبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠.٠.٩٩

ويمكن تفسير مجيء الفيسبوك في الترتيب الأول لأنه المنصة الأكثر تداولاً واستخدامًا في مصر، وكذلك سهولة استخدامه من قبل الفئات المختلفة في مصر، وكذلك سهولة استخدامه من قبل الفئات المختلفة في المجتمع، وهذا ما أكدت عليه العديد من الدراسات في نتائجها من أنه أكثر منصات مواقع التواصل الاجتماعي إقبالاً من قبل المراهقين، على عكس بعض الدول الأخرى كدول الخليج مثلاً حيث يتصدر تويتر منصات مواقع التواصل الاجتماعي المستخدمة.

- **<u>موقف المبحوثين حول العبارات التي تقيس دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي:</u>**

جدول (١٠)

موقف المبحوثين حول العبارات التي تقيس دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

درجة الدوافع / العبارة	دائمًا		أحيانًا		نادراً		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	درجة الدوافع
	ك	%	ك	%	ك	%				
الحصول على معلومات حول الأحداث الجارية محليًا ودوليًا	١٦٥	٣٣,٠٠	٢٦٠	٥٢,٠٠	٧٥	١٥,٠٠	٢,١٨	٠,٦٧	٦	متوسط
التسلية والإمتاع	٢٢٠	٤٤,٠٠	٢٠٠	٤٠,٠٠	٨٠	١٦,٠٠	٢,٢٨	٠,٧٢	٤	متوسط
التعرف على الأصدقاء	١٨٥	٣٧,٠٠	١٨٠	٣٦,٠٠	١٣٥	٢٧,٠٠	٢,١٠	٠,٧٩	٧	متوسط
تتمتع بحريه أكثر من وسائل الإعلام التقليدية	١٩٠	٣٨,٠٠	٢٤٥	٤٩,٠٠	٦٥	١٣,٠٠	٢,٢٥	٠,٦٧	٥	متوسط
التعرف على الثقافات الأخرى	١٩٠	٣٨,٠٠	٢٤٥	٤٩,٠٠	٦٥	١٣,٠٠	٢,٢٥	٠,٦٧	٥	متوسط
الاستفاده في مجال تخصصي	١٤٠	٢٨,٠٠	٢٧٠	٥٤,٠٠	٩٠	١٨,٠٠	٢,١٠	٠,٦٧	٧	متوسط
الثراء ووجود أنماط متعددة من المحتوى كالفيديوهات والصور	٢٧٠	٥٤,٠٠	١١٥	٢٣,٠٠	١١٥	٢٣,٠٠	٢,٣١	٠,٨٢	٣	متوسط
متابعة تحليلات للأحداث الجارية على المستوى المحلي والدولي	٢٤٠	٤٨,٠٠	٢١٠	٤٢,٠٠	٥٠	١٠,٠٠	٢,٣٨	٠,٦٦	١	مرتفع
وجود مساحة حرة للتعبير عن الرأي	٢١٥	٤٣,٠٠	٢٥٥	٥١,٠٠	٣٠	٦,٠٠	٢,٣٧	٠,٥٩	٢	مرتفع
جملة من سئلوا	ن= ٥٠٠						٢,٢٥	٠,٧٠	--	متوسط

تشير بيانات الجدول السابق إلى موقف المبحوثين حول العبارات التي تقيس دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، التي جاءت بمستوى متوسط حيث جاءت بمتوسط حسابي ٢.٢٥، بينما تراوحت تقدير استجابات المبحوثات على العبارات المكونة للمقياس ما بين متوسط ومرتفع، وجاء في مقدمة هذه العبارات متابعة تحليلات للأحداث الجارية على المستوى (المحلى والدولى)حيث جاءت بدرجة تقدير

مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٣٧، وجاءت وجود (مساحة حرة للتعبير عن الرأي) في الترتيب الثانى حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٣٧، وجاءت(الثراء ووجود أنماط متعددة من المحتوى كالفيديوهات والصور) في الترتيب الثالث حيث جاءت بدرجة تقدير متوسطة بمتوسط حسابي ٢.٣١، وجاءت (التسلية والإمتاع) في الترتيب الرابع حيث جاءت بدرجة تقدير متوسطة بمتوسط حسابي ٢.٢٨، وجاءت(تتمتع بحريه أكثر من وسائل الإعلام التقليدية)، التعرف على (الثقافات الأخرى) في الترتيب الخامس حيث جاءت بدرجة تقدير متوسطة بمتوسط حسابي ٢.٢٥، وجاءت (الحصول على معلومات حول الأحداث الجارية محليًا ودوليًا) في الترتيب السادس حيث جاءت بدرجة تقدير متوسطة بمتوسط حسابي ٢.١٨، (وجاءت التعرف على الأصدقاء، الاستفادة في مجال تخصصي) في الترتيب السابع حيث جاءت بدرجة تقدير متوسطة بمتوسط حسابي ٢.١٠.

وترى الباحثة أن حصول دافع متابعة تحليلات الأحداث الجارية على المستوى المحلى والدولى على الترتيب الأول يقترن بأمرين الأول هو تتابع الأحداث في مختلف أنحاء العالم بسرعه فائقة ويقترن ذلك برغبة الأفراد في فهم ما يدور حولهم ومعرفته في وقت حدوثه وهو الأمر الذي قد لا يتوفر في الوسائل الإعلامية الأخرى كالتلفزيون والصحافة الورقية والإذاعة، وهذا بدوره يقود إلى الأمر الثانى وهو انتشار ما يُسمى بصحافة الفيديو والتي تغطى الأحداث فور حدوثها، مع توفير المتابعة الدورية مثل الوطن واليوم السابع إلى جانب المنصات الرسمية للقنوات الخاصة والجهات الحكومية على مواقع التواصل الاجتماعي والتي توفر هذه الخدمة أيضًا.

- **مدى معرفة المبحوثين بحرب المعلومات عبر مواقع التواصل الاجتماعي وفقًا للنوع:**

جدول (١١)

مدى معرفة المبحوثين بحرب المعلومات عبر مواقع التواصل الاجتماعي وفقًا للنوع

النوع / مدى المعرفة	ذكور		إناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
مرتفعة	٥٠	٢٢,٢٢	٦٥	٢٣,٦٤	١١٥	٢٣,٠٠
متوسطة	١٠٥	٤٦,٦٧	١٤٥	٥٢,٧٣	٢٥٠	٥٠,٠٠
منخفضة	٧٠	٣١,١١	٦٥	٢٣,٦٤	١٣٥	٢٧,٠٠
الإجمالـــي	٢٢٥	١٠٠	٢٧٥	١٠٠	٥٠٠	١٠٠

قيمة كا^{٢}= ٣,٥٧٧ درجة الحرية = ٢ معامل التوافق = ٠,٠٨٤ مستوي الدلالة = غير دالة

بحساب قيمة كا^{٢} من الجدول السابق عند درجة حرية =٢، وجد أنها = ٣.٥٧٧ وهي قيمة غير دالة إحصائيًا عند مستوى دلالة = ٠.٠٥، أي أن مستوى المعنوية أكبر من ٠.٠٥، وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠.٠٨٤ تقريباً مما يؤكد عدم وجود علاقة دالة إحصائيًا بين النوع (ذكور – إناث) ومدى معرفة المبحوثين – إجمالي مفردات عينة الدراسة – بحرب المعلومات عبر مواقع التواصل الاجتماعي.كما تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق أن نسبة من يعرفون حرب المعلومات عبر مواقع التواصل الاجتماعي بدرجة مرتفعة من إجمالي مفردات عينة الدراسة بلغت ٢٣.٠٠٪، موزعة بين

٢٢.٢٢٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٢٣.٦٤٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، وبلغت نسبة من يعرفون حرب المعلومات عبر مواقع التواصل الاجتماعي بدرجة متوسطة من إجمالي مفردات عينة الدراسة ٥٠.٠٠٪ موزعة بين ٤٦.٦٧٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٥٢.٧٣٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، بينما بلغت نسبة من يعرفون حرب المعلومات عبر مواقع التواصل الاجتماعي بدرجة منخفضة من إجمالي مفردات عينة الدراسة ٢٧.٠٠٪ موزعة بين ٣١.١١٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٢٣.٦٤٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث.

وربما يعود ذلك إلى صغر سن الأفراد عينة الدراسة وقلة الوعي والخبرة الحياتية، وكذلك نقص المعرفة في هذه السن الصغيرة بالأمور الحياتية والقضايا المهمة والشائكة من حولهم مما يجعلهم أكثر قابلية للاختراق من قبل هذه الحرب وتأثراً بآلياتها واستراتيجياتها المتبعة في سبيل تحقيق أهدافها المرجوة

- **<u>أهم الوسائل التي عرف من خلالها المبحوثون حرب المعلومات وفقًا للنوع:</u>**

جدول (١٢)
أهم الوسائل التي عرف من خلالها المبحوثون حرب المعلومات وفقًا للنوع

النوع / الوسائل	ذكور		إناث		الإجمالي		قيمة z	الدلالة	الترتيب
	ك	%	ك	%	ك	%			
مواقع التواصل الاجتماعي	١٣٥	٦٠,٠٠	١٤٥	٥٢,٧٣	٢٨٠	٥٦,٠٠	١,٦٢٨	غير دالة	١
الصحف	٥٥	٢٤,٤٤	٧٥	٢٧,٢٧	١٣٠	٢٦,٠٠	٠,٧١٧	غير دالة	٤
التلفزيون	٣٠	١٣,٣٣	٦٥	٢٣,٦٤	٩٥	١٩,٠٠	٢,٩١٩	دالة**	٥
الندوات	١٢٠	٥٣,٣٣	١٢٥	٤٥,٤٥	٢٤٥	٤٩,٠٠	١,٧٥٢	غير دالة	٢
المقررات الدراسية	٩٥	٤٢,٢٢	١٢٠	٤٣,٦٤	٢١٥	٤٣,٠٠	٠,٣١٧	غير دالة	٣
الخطب	٤٠	١٧,٧٨	٤٥	١٦,٣٦	٨٥	١٧,٠٠	٠,٤١٨	غير دالة	٦
جملة من سئلوا	٢٢٥		٢٧٥		٥٠٠				

تشير بيانات الجدول السابق إلى أهم الوسائل التي عرف من خلالها المبحوثون حرب المعلومات وفقًا للنوع؛ حيث جاء في الترتيب الأول (مواقع التواصل الاجتماعي)؛ حيث جاءت بنسبة بلغت ٥٦.٠٠٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٦٠.٠٠٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٥٢.٧٣٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان؛ حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائيًا، فقد بلغت قيمةZ المحسوبة ١.٦٢٨ وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠.٠٩٥. وجاء في الترتيب الثانى (الندوات)؛ حيث جاءت بنسبة بلغت ٤٩.٠٠٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٥٣.٣٣٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٤٥.٤٥٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان؛ حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائيًا، فقد بلغت قيمةZ المحسوبة ١.٧٥٢ وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة

فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠.٠٩٥.وجاء في الترتيب الثالث (المقررات الدراسية) ، حيث جاءت بنسبة بلغت ٤٣.٠٠٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٤٢.٢٢٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٤٣.٦٤٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث ، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائيًا، فقد بلغت قيمةZ المحسوبة ٠.٣١٧ وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠.٠٩٥.وجاء في الترتيب الرابع(الصحف)، حيث جاءت بنسبة بلغت ٢٦.٠٠٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٢٤.٤٤٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٢٧.٢٧٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائيًا، فقد بلغت قيمةZ المحسوبة ٠.٧١٧ وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠.٠٩٥.وجاء في الترتيب الخامس (التليفزيون)؛ حيث جاءت بنسبة بلغت ١٩.٠٠٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ١٣.٣٣٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٢٣.٦٤٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، حيث يوجد فارق بين النسبتين دال إحصائيًا عند مستوى ٠.٠٠١، فقد بلغت قيمةZ المحسوبة ٢.٩١٩ وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠.٠٩٩.

وجاء في الترتيب السادس (الخطب)؛ حيث جاءت بنسبة بلغت ١٧.٠٠٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ١٧.٧٨٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ١٦.٣٦٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان؛ حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائيًا، فقد بلغت قيمةZ المحسوبة ٠.٤١٨ وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠.٠٩٥.

ويمكن تفسير ذلك بأن مواقع التواصل الاجتماعي هي أكثر الوسائل الإعلامية التي يتعرض لها المراهقون وفقًا للنتائج، بالإضافة إلى أن هذه المواقع بما تضمه من منصات إعلامية مختلفة كالفيسبوك والواتس آب والإنستجرام والتويتر وتليجرام تقدم محتويات هائلة ومختلفة في المضمون والاتجاهات ولا يمكن السيطرة عليها أو فرض الرقابة عليها، كما قد يحدث مع الوسائل الأخرى، فهذه المنصات مملوكة لشركات أجنبية لا يمكن السيطرة عليها إلا بالمنع كما فعلت بعض الدول مثل الصين، كما أن المراهقين يعتمدون بصورة كبيرة على مواقع التواصل الاجتماعي في حياتهم اليومية وتواصلهم مع بعضهم البعض بما تتيحه لهم من إمكانات وتقنيات هائلة ومبهرة تفتقد إليها العديد من الوسائل الأخرى، فأصبحت سلوك وأسلوب حياة بالنسبة لهذا الجيل الجديد الصاعد.

- **مدى تعرض المبحوثين لقضايا حرب المعلومات عبر وسائل التواصل الاجتماعي وفقًا للنوع:**

جدول (١٣)

مدى تعرض المبحوثين لقضايا حرب المعلومات عبر وسائل التواصل الاجتماعي وفقًا للنوع

النوع / مدى التعرض	ذكور		إناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
أحيانًا	٥٠	٢٢,٢٢	١١٠	٤٠,٠٠	١٦٠	٣٢,٠٠
دائمًا	١٠٠	٤٤,٤٤	١٠٥	٣٨,١٨	٢٠٥	٤١,٠٠
نادراً	٧٥	٣٣,٣٣	٦٠	٢١,٨٢	١٣٥	٢٧,٠٠
الإجمالـي	٢٢٥	١٠٠	٢٧٥	١٠٠	٥٠٠	١٠٠

قيمة كا^{٢}= ١٩,٤٨٣ درجة الحرية = ٢ معامل التوافق = ٠,١٩٤ مستوي الدلالة = دالة عند٠,٠٠١

بحساب قيمة كا^{٢} من الجدول السابق عند درجة حرية =٢، وجد أنها = ١٩.٤٨٣ وهي قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى دلالة = ٠.٠٠١، أي أن مستوى المعنوية أصغر من ٠.٠٥، وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠.١٩٤ تقريباً مما يؤكد وجود علاقة دالة إحصائيًا بين النوع (ذكور – إناث) ومدى تعرض المبحوثين – إجمالي مفردات عينة الدراسة – لقضايا حرب المعلومات عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

كما تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق أن نسبة من يتعرضون لقضايا حرب المعلومات عبر مواقع التواصل الاجتماعي (أحيانًا) من إجمالي مفردات عينة الدراسة بلغت ٣٢.٠٠٪، موزعة بين ٢٢.٢٢٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٤٠.٠٠٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، وبلغت نسبة من يتعرضون لقضايا حرب المعلومات عبر مواقع التواصل الاجتماعي(دائمًا) من إجمالي مفردات عينة الدراسة ٤١.٠٠٪ موزعة بين ٤٤.٤٤٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٣٨.١٨٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، بينما بلغت نسبة من يتعرضون لقضايا حرب المعلومات عبر مواقع التواصل الاجتماعي (نادراً) من إجمالي مفردات عينة الدراسة ٢٧.٠٠٪ موزعة بين ٣٣.٣٣٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٢١.٨٢٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث.

ويمكن تفسير ذلك بأن المراهقين يتعرضون بكثافة عالية لمواقع التواصل الاجتماعي على مدار اليوم الواحد في مختلف الأوقات والأماكن وما تبثه من محتويات متنوعة ومختلفة مما يجعلهم أكثر عرضة للقضايا الخاصة بحرب المعلومات عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

- **عدد قضايا حرب المعلومات التي تعرض لها المبحوثون عبر وسائل التواصل الاجتماعي خلال الفترة الماضية وفقًا للنوع:**

جدول (١٤)

عدد قضايا حرب المعلومات التي تعرض لها المبحوثون عبر وسائل التواصل الاجتماعي خلال الفترة الماضية وفقًا للنوع

النوع / عدد القضايا	ذكور		إناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
قضية واحدة	٠	٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٠	٠,٠٠
قضيتان	٦٥	٢٨,٨٩	١٠٠	٣٦,٣٦	١٦٥	٣٣,٠٠
ثلاث قضايا	٨٠	٣٥,٥٦	٩٥	٣٤,٥٥	١٧٥	٣٥,٠٠
أربعة فأكثر	٨٠	٣٥,٥٦	٨٠	٢٩,٠٩	١٦٠	٣٢,٠٠
الإجمالـــي	٢٢٥	١٠٠	٢٧٥	١٠٠	٥٠٠	١٠٠

قيمة كا٢= ٣,٧٤٧ درجة الحرية = ٢ معامل التوافق = ٠,٠٨٦ مستوي الدلالة = غير دالة

بحساب قيمة كا٢ من الجدول السابق عند درجة حرية =٢، وجد أنها= ٣.٧٤٧ وهي قيمة غير دالة إحصائيًا عند مستوى دلالة = ٠.٠٥، أي أن مستوى المعنوية أكبر من ٠.٠٥، وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠.٠٨٦ تقريباً مما يؤكد عدم وجود علاقة دالة إحصائيًا بين النوع (ذكور – إناث) وعدد قضايا حرب المعلومات التي تعرض لها المبحوثون– إجمالي مفردات عينة الدراسة – عبر وسائل التواصل الاجتماعي خلال الفترة الماضية.

كما تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق أن نسبة من تعرضوا لقضية واحدة من قضايا حرب المعلومات عبر مواقع التواصل الاجتماعي خلال الفترة الماضية من إجمالي مفردات عينة الدراسة بلغت ٠.٠٠٪ ، موزعة بين ٠.٠٠٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٠.٠٠٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، وبلغت نسبة من تعرضوا لقضيتين من قضايا حرب المعلومات عبر مواقع التواصل الاجتماعي خلال الفترة الماضية من إجمالي مفردات عينة الدراسة ٣٣.٠٠٪ موزعة بين ٢٨.٨٩٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٣٦.٣٦٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، بينما بلغت نسبة من تعرضوا لثلاث قضايا من قضايا حرب المعلومات عبر مواقع التواصل الاجتماعي خلال الفترة الماضية من إجمالي مفردات عينة الدراسة ٣٥.٠٠٪ موزعة بين ٣٥.٥٦٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٣٤.٥٥٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، وبلغت نسبة من تعرضوا لأربعة قضايا أو أكثر من قضايا حرب المعلومات عبر مواقع التواصل الاجتماعي خلال الفترة الماضية من إجمالي مفردات عينة الدراسة ٣٢.٠٠٪ موزعة بين ٣٥.٥٦٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٢٩.٠٩٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث.

وربما يعود ذلك إلى كون مصر دولة مستهدفة من جانب بعض القوى المعاديه التي ترغب في زعزعة استقرارها ونشر حالة من الفوضى بين شعبها، خاصة بعد فشلها في تحقيق ذلك بقوة السلاح، فلجأت إلى استخدام هذه الآليات الحديثة من حرب المعلومات للتأثير في المراهقين الذين يشكلون عماد

الأمة واستهدافهم لتحقيق أغراضها، وقد يعود تفوق الذكور في التعرض على الإناث إلى تعرضهم لهذه القضايا لمدة أطول، وأيضًا قد يعود ذلك إلى اختلاف المحتوى الذي يتعرضون إليه عن المضامين الأخرى التي تتعرض لها الإناث.

- **عدد مرات تعرض المبحوثين لقضايا حرب المعلومات عبر وسائل التواصل الاجتماعي في الأسبوع تقريبًا وفقًا للنوع:**

جدول (١٥)

عدد مرات تعرض المبحوثين لقضايا حرب المعلومات عبر وسائل التواصل الاجتماعي في الأسبوع تقريباً وفقًا للنوع

النوع / عدد المرات	ذكور		إناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
مرة واحدة	٥	٢,٢٢	١٠	٣,٦٤	١٥	٣,٠٠
مرتان	٨٠	٣٥,٥٦	١٠٠	٣٦,٣٦	١٨٠	٣٦,٠٠
أربع مرات فأكثر	٩٠	٤٠,٠٠	١٠٥	٣٨,١٨	١٩٥	٣٩,٠٠
ثلاث مرات	٥٠	٢٢,٢٢	٦٠	٢١,٨٢	١١٠	٢٢,٠٠
الإجمالـــي	٢٢٥	١٠٠	٢٧٥	١٠٠	٥٠٠	١٠٠

قيمة كا^{٢}= ٠,٩٦١ درجة الحرية = ٣ معامل التوافق = ٠,٠٤٤ مستوي الدلالة = غير دالة

بحساب قيمة كا^{٢} من الجدول السابق عند درجة حرية =٣، وجد أنها = ٠.٩٦١ وهي قيمة غير دالة إحصائيًا عند مستوى دلالة = ٠.٠٥، أي أن مستوى المعنوية أكبر من ٠.٠٥، وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠.٠٤٤ تقريباً مما يؤكد عدم وجود علاقة دالة إحصائيًا بين النوع (ذكور – إناث) وعدد مرات تعرض المبحوثين – إجمالي مفردات عينة الدراسة – لقضايا حرب المعلومات عبر وسائل التواصل الاجتماعي في الأسبوع تقريباً.كما تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق أن نسبة من يتعرضون لقضايا حرب المعلومات عبر مواقع التواصل الاجتماعي(مرة واحدة في الأسبوع) من إجمالي مفردات عينة الدراسة بلغت ٣.٠٠٪ ، موزعة بين ٢.٢٢٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٣.٦٤٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، وبلغت نسبة من يتعرضون لقضايا حرب المعلومات عبر مواقع التواصل الاجتماعي (مرتين في الأسبوع) من إجمالي مفردات عينة الدراسة ٣٦.٠٠٪ موزعة بين ٣٥.٥٦٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٣٦.٣٦٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، بينما بلغت نسبة من يتعرضون لقضايا حرب المعلومات عبر مواقع التواصل الاجتماعي(أربع مرات فأكثر) في الأسبوع من إجمالي مفردات عينة الدراسة ٣٩.٠٠٪ موزعة بين ٤٠.٠٠٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٣٨.١٨٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، وبلغت نسبة من يتعرضون لقضايا حرب المعلومات عبر مواقع التواصل الاجتماعي (ثلاث مرات) في الأسبوع من إجمالي مفردات عينة الدراسة ٢٢.٠٠٪ موزعة بين ٢٢.٢٢٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٢١.٨٢٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث.

وهذا أمر طبيعى لأن المراهقين يتعرضون لمواقع التواصل الاجتماعي بكثافة عالية بصفتها أكثر الوسائل الإعلامية اقبالاً وتداولاً بين المراهقين وتلبية لاحتياجاتهم وبالتالي فمن الطبيعي ارتفاع عدد مرات تعرضهم لقضايا حرب المعلومات عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

- **ماهية حرب المعلومات من وجهة نظر المبحوثين وفقًا للنوع:**

جدول (١٦)

ماهية حرب المعلومات من وجهة نظر المبحوثين وفقًا للنوع

النوع / المفهوم	ذكور		إناث		الإجمالي		قيمة z	الدلالة	الترتيب
	ك	%	ك	%	ك	%			
استخدام وسائل تكنولوجيه في نشر المعلومات	٧٠	٣١,١١	٨٠	٢٩,٠٩	١٥٠	٣٠,٠٠	٠,٤٩٠	غير دالة	٣
زعزعة الأمن والاستقرار	١١٠	٤٨,٨٩	١٣٥	٤٩,٠٩	٢٤٥	٤٩,٠٠	٠,٠٤٥	غير دالة	١
الحرب النفسية	٩٠	٤٠,٠٠	١٢٥	٤٥,٤٥	٢١٥	٤٣,٠٠	١,٢٢٤	غير دالة	٢
إضعاف روح الانتماء والولاء لدى الأفراد	٤٠	١٧,٧٨	٥٠	١٨,١٨	٩٠	١٨,٠٠	٠,١١٧	غير دالة	٤
جملة من سئلوا	٢٢٥		٢٧٥		٥٠٠				

تشير بيانات الجدول السابق إلى ماهية حرب المعلومات من وجهة نظر المبحوثين وفقًا للنوع، حيث جاء في الترتيب الأول (زعزعة الأمن والاستقرار)؛ حيث جاءت بنسبة بلغت٤٩.٠٠٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٤٨.٨٩٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٤٩.٠٩٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان؛ حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائيًا، فقد بلغت قيمةZ المحسوبة ٠.٠٤٥ وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠.٠٩٥.وجاء في الترتيب الثانى (الحرب النفسية)، حيث جاءت بنسبة بلغت ٤٣.٠٠٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٤٠.٠٠٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٤٥.٤٥٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائيًا، فقد بلغت قيمةZ المحسوبة ١.٢٢٤ وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠.٠٩٥.وجاء في الترتيب الثالث (استخدام وسائل تكنولوجية) في نشر المعلومات؛ حيث جاءت بنسبة بلغت٣٠.٠٠٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٣١.١١٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٢٩.٠٩٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان؛ حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائيًا، فقد بلغت قيمةZ المحسوبة ٠.٤٩٠ وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠.٠٩٥.

وجاء في الترتيب الرابع (إضعاف روح الانتماء والولاء لدى الأفراد)؛ حيث جاءت بنسبة بلغت ١٨.٠٠٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ١٧.٧٨٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ١٨.١٨٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان؛ حيث إن الفارق بين النسبتين غير

دال إحصائيًا، فقد بلغت قيمةZ المحسوبة ٠.١١٧ وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠.٠٩٥.

وذلك لأن زعزعة الأمن والاستقرار لدى الأفراد يؤدى بدوره إلى خلق حالة من الفوضى والاضطراب بين الشعب والتخبط في الأفكار والآراء، وربما تبنى آراء واتجاهات وأفكار وقيم مغايرة للقيم السائدة في المجتمع وطمس الهوية الوطنية للمراهقين، وتعتبر هذه الأمور من أهم الأفكار والمبادئ التي تسعى القوى المعادية لبثها في المجتمع عبر آلياتها المختلفة خاصة في حالة فشلها في تحقيق ذلك بقوة السلاح.

- **أهم الآليات المستخدمة في حرب المعلومات عبر مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر المبحوثين وفقًا للنوع:**

جدول (١٧)

أهم الآليات المستخدمة في حرب المعلومات عبر مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر المبحوثين وفقًا للنوع

النوع / المفهوم	ذكور		إناث		الإجمالي		قيمة z	الدلالة	الترتيب
	ك	%	ك	%	ك	%			
نشر الشائعات والأخبار الكاذبة	١٢٥	٥٥,٥٦	١٥٠	٥٤,٥٥	٢٧٥	٥٥,٠٠	٠,٢٢٦	غير دالة	١
هز(إضعاف) ثقة الشعب في القيادة السياسية	٧٠	٣١,١١	٦٥	٢٣,٦٤	١٣٥	٢٧,٠٠	١,٨٧١	غير دالة	٤
التأثير على الروح المعنوية والنفسية للأفراد	٤٥	٢٠,٠٠	٥٠	١٨,١٨	٩٥	١٩,٠٠	٠,٥١٥	غير دالة	٥
إفقاد الجمهور الثقة في المؤسسات الحكومية وقيادتها	١٠٥	٤٦,٦٧	١٤٥	٥٢,٧٣	٢٥٠	٥٠,٠٠	١,٣٤٧	غير دالة	٢
طمس الهوية الوطنية	١١٠	٤٨,٨٩	١١٥	٤١,٨٢	٢٢٥	٤٥,٠٠	١,٥٧٩	غير دالة	٣
نشر الفوضى وعدم الاستقرار	٤٥	٢٠,٠٠	٤٠	١٤,٥٥	٨٥	١٧,٠٠	١,٦١٤	غير دالة	٦
جملة من سئلوا	٢٢٥		٢٧٥		٥٠٠				

تشير بيانات الجدول السابق إلى أهم الآليات المستخدمة في حرب المعلومات عبر مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر المبحوثين وفقًا للنوع؛ حيث جاء في الترتيب الأول (نشر الشائعات والأخبار الكاذبة)؛ حيث جاءت بنسبة بلغت ٥٥.٠٠٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٥٥.٥٦٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٥٤.٥٥٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائيًا، فقد بلغت قيمةZ المحسوبة ٠.٢٢٦ وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠.٠٩٥.وجاء في الترتيب الثانى (إفقاد الجمهور الثقة في المؤسسات الحكومية وقيادتها)؛ حيث جاءت بنسبة بلغت ٥٠.٠٠٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٤٦.٦٧٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٥٢.٧٣٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان؛ حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائيًا، فقد بلغت قيمةZ المحسوبة ١.٣٤٧ وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠.٠٩٥.وجاء في الترتيب الثالث (طمس الهوية الوطنية)؛ حيث جاءت بنسبة

بلغت ٤٥.٠٠٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٤٨.٨٩٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٤١.٨٢٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان؛ حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائيًا، فقد بلغت قيمةZ المحسوبة ١.٥٧٩ وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠.٠٩٥.

وجاء في الترتيب الرابع (إضعاف ثقة الشعب في القيادة السياسية)؛ حيث جاءت بنسبة بلغت ٢٧.٠٠٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٣١.١١٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٢٣.٦٤٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان؛ حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائيًا، فقد بلغت قيمةZ المحسوبة ١.٨٧١ وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠.٠٩٥. وجاء في الترتيب الخامس (التأثير على الروح المعنوية والنفسية للأفراد)؛ حيث جاءت بنسبة بلغت ١٩.٠٠٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٢٠.٠٠٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ١٨.١٨٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان؛ حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائيًا، فقد بلغت قيمةZ المحسوبة ٠.٥١٥ وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠.٠٩٥. وجاء في الترتيب السادس (نشر الفوضى وعدم الاستقرار)؛ حيث جاءت بنسبة بلغت ١٧.٠٠٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٢٠.٠٠٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ١٤.٥٥٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان؛ حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائيًا، فقد بلغت قيمةZ المحسوبة ١.٦١٤ وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠.٠٩٥.

وربما يعود ذلك إلى أن الشائعات والأخبار الكاذبة يثير البلبلة ويفقد الفرد الثقة في القيادات والمؤسسات الحكومية وثقتهم في أنفسهم أيضًا، الأمر الذي قد يؤدي في نهاية المطاف إلى إضعاف روح الانتماء والولاء وخفض الروح المعنوية للأفراد وتحولهم للقمة سائغة في مواجهة هذه الأفكار والاتجاهات التي يتم تسريبها من خلال حرب المعلومات.

- **أهم مصادر تشكيل الهوية الوطنية لدى المبحوثين من وجهة نظر المبحوثين أنفسهم وفقًا للنوع:**

جدول (١٨)
أهم مصادر تشكيل الهوية الوطنية لدى المبحوثين من وجهة نظر المبحوثين أنفسهم وفقًا للنوع

النوع / المصادر	ذكور		إناث		الإجمالي		قيمة z	الدلالة	الترتيب
	ك	%	ك	%	ك	%			
الأسرة	١٢٥	٥٥,٥٦	١٥٥	٥٦,٣٦	٢٨٠	٥٦,٠٠	٠,١٨١	غير دالة	٢
دور العبادة	٥٥	٢٤,٤٤	٦٠	٢١,٨٢	١١٥	٢٣,٠٠	٠,٦٩٤	غير دالة	٥
المدرسة	٥٠	٢٢,٢٢	٧٠	٢٥,٤٥	١٢٠	٢٤,٠٠	٠,٨٤١	غير دالة	٤
وسائل الإعلام	١٣٥	٦٠,٠٠	١٥٥	٥٦,٣٦	٢٩٠	٥٨,٠٠	٠,٨١٩	غير دالة	١
المقررات الدراسية	٨٥	٣٧,٧٨	٩٥	٣٤,٥٥	١٨٠	٣٦,٠٠	٠,٧٤٨	غير دالة	٣
الجامعه	٣٠	١٣,٣٣	٤٥	١٦,٣٦	٧٥	١٥,٠٠	٠,٩٤٣	غير دالة	٦
جملة من سئلوا	٢٢٥		٢٧٥		٥٠٠				

تشير بيانات الجدول السابق إلى أهم مصادر تشكيل الهوية الوطنية لدى المبحوثين من وجهة نظر المبحوثين أنفسهم وفقًا للنوع؛ حيث جاء في الترتيب الأول وسائل (الإعلام)؛ حيث جاءت بنسبة بلغت ٥٨.٠٠٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٦٠.٠٠٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٥٦.٣٦٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان؛ حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائيًا، فقد بلغت قيمةZ المحسوبة ٠.٨١٩ وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠.٩٥.وجاء في الترتيب الثانى (الأسرة)؛ حيث جاءت بنسبة بلغت ٥٦.٠٠٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٥٥.٥٦٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٥٦.٣٦٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائيًا، فقد بلغت قيمةZ المحسوبة ٠.١٨١ وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠.٩٥.وجاء في الترتيب الثالث (المقررات الدراسية)؛ حيث جاءت بنسبة بلغت ٣٦.٠٠٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٣٧.٧٨٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٣٤.٥٥٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان؛ حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائيًا، فقد بلغت قيمةZ المحسوبة ٠.٧٤٨ وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠.٩٥.

وجاء في الترتيب الرابع (المدرسة)، حيث جاءت بنسبة بلغت ٢٤.٠٠٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٢٢.٢٢٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٢٥.٤٥٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائيًا، فقد بلغت قيمةZ المحسوبة ٠.٨٤١ وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠.٩٥.وجاء في الترتيب الخامس(دور العبادة)؛ حيث جاءت بنسبة بلغت٢٣.٠٠٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٢٤.٤٤٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٢١.٨٢٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان؛ حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائيًا، فقد

بلغت قيمةZ المحسوبة ٠.٦٩٤ وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠.٩٥.وجاء في الترتيب السادس (الجامعة)؛ حيث جاءت بنسبة بلغت ١٥.٠٠٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ١٣.٣٣٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ١٦.٣٦٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان؛ حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائيًا، فقد بلغت قيمةZ المحسوبة ٠.٩٤٣ وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠.٩٥.

وربما يعود ذلك إلى الدور المهم والفعال الذي تلعبه وسائل الإعلام في المجتمع في الوقت الحالي إلى جانب الإمكانات والتقنيات الهائلة التي تحظى بها وتنفرد بها عن باقي الوسائل الأخرى وتنوعها ما بين وسائل خاصة وحكومية وكذلك قومية وأجنبية لا تخضع للرقابة، وإذا أضفنا إلى ذلك كثافة التعرض لهذه الوسائل من قبل الأفراد سنجد أنه من المنطقي أن تأتي هذه الوسائل في الصدراة كأهم مصادر تشكيل الهوية الوطنية لدى المراهقين.

- **أهم العوامل المؤثرة في تشكيل الهوية الوطنية لدى المبحوثين من وجهة نظر المبحوثين أنفسهم وفقًا للنوع:**

جدول (١٩)

أهم العوامل المؤثرة في تشكيل الهوية الوطنية لدى المبحوثين من وجهة نظر المبحوثين أنفسهم وفقًا للنوع

النوع / العوامل	ذكور		إناث		الإجمالي		قيمة z	الدلالة	الترتيب
	ك	%	ك	%	ك	%			
التربية	٩٠	٤٠,٠٠	٨٠	٢٩,٠٩	١٧٠	٣٤,٠٠	٢,٥٥٩	دالة**	٢
دور العبادة	٥٥	٢٤,٤٤	٧٥	٢٧,٢٧	١٣٠	٢٦,٠٠	٠,٧١٧	غير دالة	٣
الإعلام	٩٠	٤٠,٠٠	١٣٥	٤٩,٠٩	٢٢٥	٤٥,٠٠	٢,٠٣١	دالة*	١
الندوات التثقيفية	٧٠	٣١,١١	١٠٠	٣٦,٣٦	١٧٠	٣٤,٠٠	١,٢٣٢	غير دالة	٢
التعليم	٤٠	١٧,٧٨	٧٥	٢٧,٢٧	١١٥	٢٣,٠٠	٢,٥٠٧	دالة*	٤
جملة من سئلوا	٢٢٥		٢٧٥		٥٠٠				

تشير بيانات الجدول السابق إلى أهم العوامل المؤثرة في تشكيل الهوية الوطنية لدى المبحوثين من وجهة نظر المبحوثين أنفسهم وفقًا للنوع؛ حيث جاء في الترتيب الأول(الإعلام)؛ حيث جاءت بنسبة بلغت ٤٥.٠٠٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٤٠.٠٠٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٤٩.٠٩٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث؛ حيث يوجد فارق بين النسبتين دال إحصائيًا عند مستوى ٠.٠٥، فقد بلغت قيمةZ المحسوبة ٢.٠٣١ وهي قيمة منبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠.٩٥.وجاء في الترتيب الثانى (التربية)؛ حيث جاءت بنسبة بلغت ٣٤.٠٠٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٤٠.٠٠٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٢٩.٠٩٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث؛ حيث يوجد فارق بين النسبتين دال إحصائيًا عند مستوى ٠.٠١، فقد بلغت قيمةZ المحسوبة ٢.٥٥٩ وهي قيمة منبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠.٩٩. وجاء في

الترتيب الثانى مكرر (الندوات التثقيفية)؛ حيث جاءت بنسبة بلغت ٣٤.٠٠٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٣١.١١٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٣٦.٣٦٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان؛ حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائيًا، فقد بلغت قيمةZ المحسوبة ١.٢٣٢ وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠.٩٥.

وجاء في الترتيب الثالث (دور العبادة)؛ حيث جاءت بنسبة بلغت ٢٦.٠٠٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٢٤.٤٤٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٢٧.٢٧٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان؛ حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائيًا، فقد بلغت قيمةZ المحسوبة ٠.٧١٧ وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠.٩٥. وجاء في الترتيب الرابع (التعليم)؛ حيث جاءت بنسبة بلغت ٢٣.٠٠٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ١٧.٧٨٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٢٧.٢٧٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث؛ حيث يوجد فارق بين النسبتين دال إحصائيًا عند مستوى ٠.٠٥، فقد بلغت قيمةZ المحسوبة ٢.٥٠٧ وهي قيمة منبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠.٩٥.

ويمكن تفسير ذلك بأن المراهقين يمثلون قطاعًا كبيرًا من رواد مواقع التواصل الاجتماعي والتي تعتبر أحد الوسائل الإعلامية، وهم يتابعونها لفترات طويلة ومتتابعة عبر منصاتها المختلفة وبالتالي فهم عرضة للتأثير بما تم بثه من وسائل إعلامية تساهم في تشكيل هويتهم الوطنية.

- أهم ملامح الهوية الوطنية من وجهة نظر المبحوثين وفقًا للنوع:

جدول (٢٠)

أهم ملامح الهوية الوطنية من وجهة نظر المبحوثين وفقًا للنوع.

النوع / الملامح	ذكور		إناث		الإجمالي		قيمة z	الدلالة	الترتيب
	ك	%	ك	%	ك	%			
التسامح والعاطفة	١٢٥	٥٥,٥٦	٩٥	٣٤,٥٥	٢٢٠	٤٤,٠٠	٤,٧٠٤	دالة***	٣
الوحدة الوطنية	٤٠	١٧,٧٨	٥٠	١٨,١٨	٩٠	١٨,٠٠	٠,١١٧	غير دالة	٨
الحضارة	١٢٠	٥٣,٣٣	١٥٥	٥٦,٣٦	٢٧٥	٥٥,٠٠	٠,٦٧٧	غير دالة	٢
الشهامة والتماسك في المجتمع	٤٥	٢٠,٠٠	٦٠	٢١,٨٢	١٠٥	٢١,٠٠	٠,٤٩٦	غير دالة	٧
حب الحياة	٥٠	٢٢,٢٢	٩٠	٣٢,٧٣	١٤٠	٢٨,٠٠	٢,٦٠٠	دالة**	٦
الوسطية	١٥٥	٦٨,٨٩	١٥٠	٥٤,٥٥	٣٠٥	٦١,٠٠	٣,٢٦٨	دالة***	١
التدين	٧٠	٣١,١١	٧٥	٢٧,٢٧	١٤٥	٢٩,٠٠	٠,٩٤٠	غير دالة	٥
الثقافة	٢٥	١١,١١	٤٥	١٦,٣٦	٧٠	١٤,٠٠	١,٦٨٢	غير دالة	٩
كرم الأخلاق	٦٠	٢٦,٦٧	١٠٠	٣٦,٣٦	١٦٠	٣٢,٠٠	٢,٣١٠	دالة*	٤
جملة من سئلوا	٢٢٥		٢٧٥		٥٠٠				

تشير بيانات الجدول السابق إلى أهم ملامح الهوية الوطنية من وجهة نظر المبحوثين وفقًا للنوع، حيث جاء في الترتيب الأول(الوسطية)؛ حيث جاءت بنسبة بلغت ٦١.٠٠٪ من إجمالي مفردات عينة

الدراسة، موزعة بين ٦٨.٨٩٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٥٤.٥٥٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث؛ حيث يوجد فارق بين النسبتين دال إحصائيًا عند مستوى ٠.٠٠١، فقد بلغت قيمةZ المحسوبة ٣.٢٦٨ وهي قيمة منبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠.٩٩٩.وجاء في الترتيب الثاني(الحضارة)؛ حيث جاءت بنسبة بلغت ٥٥.٠٠٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٥٣.٣٣٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٥٦.٣٦٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان؛ حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائيًا، فقد بلغت قيمةZ المحسوبة ٠.٦٧٧ وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠.٩٥.وجاء في الترتيب الثالث(التسامح والعاطفة)؛ حيث جاءت بنسبة بلغت ٤٤.٠٠٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٥٥.٥٦٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٣٤.٥٥٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، حيث يوجد فارق بين النسبتين دال إحصائيًا عند مستوى ٠.٠٠١، فقد بلغت قيمةZ المحسوبة ٤.٧٠٤ وهي قيمة منبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠.٩٩٩.وجاء في الترتيب الرابع (كرم الأخلاق)؛ حيث جاءت بنسبة بلغت ٣٢.٠٠٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٢٦.٦٧٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٣٦.٣٦٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث؛ حيث يوجد فارق بين النسبتين دال إحصائيًا عند مستوى ٠.٠٥، فقد بلغت قيمةZ المحسوبة ٢.٣١٠ وهي قيمة منبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠.٩٥.وجاء في الترتيب الخامس(التدين)؛ حيث جاءت بنسبة بلغت ٢٩.٠٠٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٣١.١١٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٢٧.٢٧٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان؛ حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائيًا، فقد بلغت قيمةZ المحسوبة ٠.٩٤٠ وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠.٩٥.

وجاء في الترتيب السادس (حب الحياة)؛ حيث جاءت بنسبة بلغت ٢٨.٠٠٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٢٢.٢٢٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٣٢.٧٣٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث؛ حيث يوجد فارق بين النسبتين دال إحصائيًا عند مستوى ٠.٠١، فقد بلغت قيمةZ المحسوبة ٢.٦٠٠ وهي قيمة منبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠.٩٩.وجاء في الترتيب السابع(الشهامة والتماسك في المجتمع)؛ حيث جاءت بنسبة بلغت ٢١.٠٠٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٢٠.٠٠٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٢١.٨٢٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان؛ حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائيًا، فقد بلغت قيمةZ المحسوبة ٠.٤٩٦ وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠.٩٥.

وجاء في الترتيب الثامن(الوحدة الوطنية)؛ حيث جاءت بنسبة بلغت ١٨.٠٠٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ١٧.٧٨٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ١٨.١٨٪ من إجمالي

مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائيًا، فقد بلغت قيمةZ المحسوبة ٠.١١٧ وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠.٩٥.وجاء في الترتيب التاسع (الثقافة)؛ حيث جاءت بنسبة بلغت ١٤.٠٠٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ١١.١١٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ١٦.٣٦٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان؛ حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائيًا، فقد بلغت قيمةZ المحسوبة ١.٦٨٢ وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠.٠.٩٥

ويمكن تبرير ذلك بأن الشعب المصري بطبيعته شعب وسطى ومتسامح تتعايش فيه فئات مختلفة وتمارس حياتها بحرية تامة دون تعصب أو طائفية على عكس بعض الشعوب والبلدان الأخرى التي قد تمتلك التكنولوجيا والتطور إلا أنها تفتقد لهذا الأمر.

- **<u>أهم القيم التي تبثها مواقع التواصل الاجتماعي في حرب المعلومات من وجهة نظر المبحوثين أنفسهم وفقًا للنوع:</u>**

جدول (٢١)

أهم القيم التي تبثها مواقع التواصل الاجتماعي في حرب المعلومات من وجهة نظر المبحوثين أنفسهم وفقًا للنوع.

النوع / القيم	ذكور		إناث		الإجمالي		قيمة z	الدلالة	الترتيب
	ك	%	ك	%	ك	%			
إضعاف الولاء والانتماء للوطن	٦٥	٢٨,٨٩	١٠٠	٣٦,٣٦	١٦٥	٣٣,٠٠	١,٧٦٧	غير دالة	٢
طمس الهوية الوطنية	١٥٠	٦٦,٦٧	١٦٥	٦٠,٠٠	٣١٥	٦٣,٠٠	١,٥٣٥	غير دالة	١
التأثير على الروح المعنوية للأفراد	٦٠	٢٦,٦٧	٧٠	٢٥,٤٥	١٣٠	٢٦,٠٠	٠,٣٠٧	غير دالة	٣
جملة من سئلوا	٢٢٥		٢٧٥		٥٠٠				

تشير بيانات الجدول السابق إلى أهم القيم التي تبثها مواقع التواصل الاجتماعي في حرب المعلومات من وجهة نظر المبحوثين أنفسهم وفقًا للنوع؛ حيث جاء في الترتيب الأول(طمس الهوية الوطنية)؛ حيث جاءت بنسبة بلغت ٦٣.٠٠٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٦٦.٦٧٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٦٠.٠٠٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائيًا، فقد بلغت قيمةZ المحسوبة ١.٥٣٥ وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠.٠.٩٥.وجاء في الترتيب الثانى(إضعاف الولاء والانتماء للوطن)؛ حيث جاءت بنسبة بلغت ٣٣.٠٠٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٢٨.٨٩٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٣٦.٣٦٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائيًا، فقد بلغت قيمةZ المحسوبة ١.٧٦٧ وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠.٠.٩٥

وجاء في الترتيب الثالث (التأثير على الروح المعنوية للأفراد)، حيث جاءت بنسبة بلغت ٢٦.٠٠٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٢٦.٦٧٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٢٥.٤٥٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان؛ حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائيًا، فقد بلغت قيمةZ المحسوبة ٠.٣٠٧ وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠.٠٩٥.

وربما يعود ذلك إلى رغبة القوى المعادية في زرع أفكار وقيم جديدة وغريبة على المجتمع كالقضاء على استخدام اللغة العربية في التحدث أو العمل والكتابة واستخدام أساليب مغايرة كالفرانكوأراب ولغات أخرى كالإنجليزية وغيرها واعتبار استخدام هذه الأساليب معيارًا للتقدم أو الرقى والحصول على فرص عمل أفضل في المجتمع، إلى جانب بث نشر أفكار وسلوكيات جديدة سواءً في العلاقات الاجتماعية وعادات الزواج وكذلك طريقة المبلس والتعامل مع الأفراد، الأمر الذي يؤدى إلى خلق جيل جديد يفتقد إلى الخلفية الثقافية والهوية الوطنية التي تشكل الدافع الأساسي لحفاظه على حضارته ووطنه والذود عنه ضد الأعداء.لار

- **موقف المبحوثين حول العبارات التي تقيس مستوى الاهتمام بمتابعة الأحداث الوطنية عبر مواقع التواصل الاجتماعي:**

جدول رقم (٢٢)

موقف المبحوثين حول العبارات التي تقيس مستوى الاهتمام بمتابعة الأحداث الوطنية عبر مواقع التواصل الاجتماعي

العبارة / درجة التأثير	كبيرة		متوسطة		قليلة		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	درجة التأثير
	ك	%	ك	%	ك	%				
أهتم بمتابعة المشروعات القومية	٢٤٠	٤٨,٠٠	٢٠٥	٤١,٠٠	٥٥	١١,٠٠	٢,٣٧	٠,٦٧	٤	مرتفع
الاهتمام بالتعرف على السياسات الدولية	١٧٠	٣٤,٠٠	٢٤٠	٤٨,٠٠	٩٠	١٨,٠٠	٢,١٦	٠,٧٠	٨	متوسط
تنتابني مشاعر غضب ورفض لتفجيرات والهجمات الإرهابية	١٨٥	٣٧,٠٠	٢٤٠	٤٨,٠٠	٧٥	١٥,٠٠	٢,٢٢	٠,٦٩	٧	متوسط
التعاطف مع أهل الشهداء والمصابين جراء الهجمات الإرهابية	٢٣٠	٤٦,٠٠	٢٣٥	٤٧,٠٠	٣٥	٧,٠٠	٢,٣٩	٠,٦٢	٣	مرتفع
الاهتمام بمتابعة العلاقات المصرية الخارجية	١٧٥	٣٥,٠٠	٢٧٥	٥٥,٠٠	٥٠	١٠,٠٠	٢,٢٥	٠,٦٢	٦	متوسط
ترسيخ قيم الانتماء والاعتزاز بالهوية الوطنية المصرية	١٨٥	٣٧,٠٠	٢٧٠	٥٤,٠٠	٤٥	٩,٠٠	٢,٢٨	٠,٦٢	٥	متوسط
الاعتزاز الإنجازات المصرية في مختلف المجالات الثقافية والرياضية	٢٨٠	٥٦,٠٠	٨٠	١٦,٠٠	١٤٠	٢٨,٠٠	٢,٢٨	٠,٨٧	٥	متوسط
تدعيم روح الولاء والوحدة الوطنية	٢٦٠	٥٢,٠٠	٢٠٠	٤٠,٠٠	٤٠	٨,٠٠	٢,٤٤	٠,٦٤	٢	مرتفع
دعم السياسة المصرية في لم الشمل العربي	٣٢٠	٦٤,٠٠	١٦٠	٣٢,٠٠	٢٠	٤,٠٠	٢,٦٠	٠,٥٧	١	مرتفع
الإيمان بجدوى سياسة التنمية المستدامة في جميع المجالات	١٢٥	٢٥,٠٠	٢٤٥	٤٩,٠٠	١٣٠	٢٦,٠٠	١,٩٩	٠,٧١	٩	متوسط
جملة من سئلوا	ن = ٥٠٠						٢,٣٠	٠,٦٧		متوسط

تشير بيانات الجدول السابق إلى موقف المبحوثين حول العبارات التي تقيس مستوى الاهتمام بمتابعة الأحداث الوطنية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، التي جاءت بمستوى متوسط حيث جاءت بمتوسط حسابي ٢.٢٣، بينما تراوحت تقدير استجابات المبحوثين على العبارات المكونة للمقياس ما بين متوسط ومرتفع ومنخفض، وجاء في مقدمة هذه العبارات (دعم السياسة المصرية) في لم الشمل العربي حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٦٠، وجاءت(تدعيم روح الولاء والوحدة الوطنية) في الترتيب الثاني حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي٢.٤٤، (وجاءت التعاطف مع أهل الشهداء والمصابين جراء الهجمات الإرهابية) في الترتيب الثالث حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٣٩، وجاءت أهتم(بمتابعة المشروعات القومية) في الترتيب الرابع حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٣٧، وجاءت(ترسيخ قيم الانتماء والاعتزاز بالهوية الوطنية المصرية، الاعتزاز بالإنجازات المصرية في مختلف المجالات الثقافية والرياضية) في الترتيب الخامس حيث جاءت بدرجة تقدير متوسطة بمتوسط حسابي ٢.٢٨، وجاءت (الاهتمام بمتابعة العلاقات المصرية الخارجية) في الترتيب السادس حيث جاءت بدرجة تقدير متوسطة بمتوسط حسابي ٢.٢٥، وجاءت (تنتابني مشاعر غضب ورفض للتفجيرات والهجمات الإرهابية) في الترتيب السابع حيث جاءت بدرجة تقدير متوسطة بمتوسط حسابي ٢.٢٢، وجاءت (الاهتمام بالتعرف على السياسات الدولية) في الترتيب الثامن حيث جاءت بدرجة تقدير متوسطة بمتوسط حسابي ٢.١٦، وجاءت (الإيمان بجدوى سياسة التنمية المستدامة في جميع المجالات) في الترتيب التاسع حيث جاءت بدرجة تقدير متوسطة بمتوسط حسابي ١.٩٩.

وذلك انطلاقًا من الدور القيادى والرئيسى الملموس لمصر في دعم المنطقة العربية والأفريقية بالإضافة إلى مكانتها بين دول العالم، خاصة بعد ثورة ٣٠ يونيو ومشاركتها بصورة فعالة في حل المشكلات والنزاعات التي قد تطرأ في بعض الأحيان وحصولها على احترام وتقدير جميع الحكومات في جميع أنحاء العالم، هذا إلى جانب قدرتها على أن تكون الملاذ الآمن لجميع البلدان العربية قيادات وشعوب خاصة مع ثورات الربيع العربي وما أصاب العديد من الدول العربية كسوريا وتونس.

- **مدى تأثر المبحوثين بحرب المعلومات عبر وسائل التواصل الاجتماعي وفقًا للنوع:**

جدول (٢٣)

مدى تأثر المبحوثين بحرب المعلومات عبر وسائل التواصل الاجتماعي وفقًا للنوع.

النوع / مدى التأثر	ذكور		إناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
يتأثر بدرجة متوسطة	١١٥	٥١,١١	١١٠	٤٠,٠٠	٢٢٥	٤٥,٠٠
يتأثر بدرجة كبيرة	٩٥	٤٢,٢٢	١٤٥	٥٢,٧٣	٢٤٠	٤٨,٠٠
يتأثر بدرجة قليلة	١٥	٦,٦٧	٢٠	٧,٢٧	٣٥	٧,٠٠
الإجمالـــي	٢٢٥	١٠٠	٢٧٥	١٠٠	٥٠٠	١٠٠

قيمة كا^{٢}= ٦,٣٠٥ درجة الحرية = ٢ معامل التوافق = ٠,١١٢ مستوي الدلالة = دالة عند ٠,٠٥

بحساب قيمة كا٢ من الجدول السابق عند درجة حرية =٢، وجد أنها = ٦.٣٠٥ وهي قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى دلالة = ٠.٠٠٥، أي أن مستوى المعنوية أصغر من ٠.٠٠٥، وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠.١١٢ تقريبًا مما يؤكد وجود علاقة دالة إحصائيًا بين النوع (ذكور – إناث) ومدى تأثر المبحوثين – إجمالي مفردات عينة الدراسة – بحرب المعلومات عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

كما تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق أن نسبة من يتأثرون بحرب المعلومات عبر مواقع التواصل الاجتماعي بدرجة متوسطة من إجمالي مفردات عينة الدراسة بلغت ٤٥.٠٠٪، موزعة بين ٥١.١١٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٤٠.٠٠٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، وبلغت نسبة من يتأثرون بحرب المعلومات عبر مواقع التواصل الاجتماعي بدرجة كبيرة من إجمالي مفردات عينة الدراسة ٤٨.٠٠٪ موزعة بين ٤٢.٢٢٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٥٢.٧٣٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، بينما بلغت نسبة من يتأثرون بحرب المعلومات عبر مواقع التواصل الاجتماعي بدرجة منخفضة من إجمالي مفردات عينة الدراسة ٧.٠٠٪ موزعة بين ٦.٦٧٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٧.٢٧٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث.

وذلك لأن حرب المعلومات لا تقل أهمية وخطورة عن الحروب التي تعتمد على الجيوش والأسلحة، فهي الأخرى تضع خططًا وتستخدم أسلحة لتحقيق أهدافها وتتمثل هذه الأسلحة في الوسائل المبهرة والتقنيات الاتصالية والتكنولوجية المتطورة إلى جانب المحتويات والمضامين المتنوعة والتي تلقى رواجا وقبولا لدى المراهقين وذلك بهدف إقناعهم وترغيبهم في اتباع ما تبثه من أفكار تتناسب مع أغراضها التي تصبو إليها.

- **<u>أهم أسباب تأثير حرب المعلومات عبر مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الوطنية لدى المبحوثين من وجهة نظر المبحوثين أنفسهم وفقًا للنوع:</u>**

جدول (٢٤)

أهم أسباب تأثير حرب المعلومات عبر مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الوطنية لدى المبحوثين من وجهة نظر المبحوثين أنفسهم وفقًا للنوع

النوع / الأسباب	ذكور		إناث		الإجمالي		قيمة Z	الدلالة	الترتيب
	ك	%	ك	%	ك	%			
تستخدم استراتيجيات اتصاليه قوية ومتعددة	١١٠	٤٨,٨٩	٨٠	٢٩,٠٩	١٩٠	٣٨,٠٠	٤,٥٣٣	دالة***	٢
تعتمد أساليب أقناعيه متنوعة	٨٠	٣٥,٥٦	٩٠	٣٢,٧٣	١٧٠	٣٤,٠٠	٠,٦٦٤	غير دالة	٣
تحظى بتخطيط وتمويل جيد	١٤٠	٦٢,٢٢	١٧٠	٦١,٨٢	٣١٠	٦٢,٠٠	٠,٠٩٣	غير دالة	١
استغلال بعض الظروف السياسية والاقتصادية	٥٥	٢٤,٤٤	٩٠	٣٢,٧٣	١٤٥	٢٩,٠٠	٢,٠٢٩	دالة*	٤
جملة من سئلوا	٢٢٥		٢٧٥		٥٠٠				

تشير بيانات الجدول السابق إلى أهم أسباب تأثير حرب المعلومات عبر مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الوطنية لدى المبحوثين من وجهة نظر المبحوثين أنفسهم وفقًا للنوع؛ حيث جاء في الترتيب الأول (تحظى بتخطيط وتمويل جيد)؛ حيث جاءت بنسبة بلغت ٦٢.٠٠٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٦٢.٢٢٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٦١.٨٢٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان؛ حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائيًا، فقد بلغت قيمةZ المحسوبة ٠.٠٩٣ وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠.٠٩٥. وجاء في الترتيب الثانى (تستخدم استراتيجيات اتصالية قوية ومتعددة)؛ حيث جاءت بنسبة بلغت ٣٨.٠٠٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٤٨.٨٩٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٢٩.٠٩٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث؛ حيث يوجد فارق بين النسبتين دال إحصائيًا عند مستوى ٠.٠٠١، فقد بلغت قيمةZ المحسوبة ٤.٥٣٣ وهي قيمة منبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠.٠٩٩٩.

وجاء في الترتيب الثالث تعتمد (أساليب إقناعية متنوعة)؛ حيث جاءت بنسبة بلغت ٣٤.٠٠٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٣٥.٥٦٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٣٢.٧٣٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان؛ حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائيًا، فقد بلغت قيمةZ المحسوبة ٠.٦٦٤ وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠.٠٩٥. وجاء في الترتيب الرابع (استغلال بعض الظروف السياسية والاقتصادية)؛ حيث جاءت بنسبة بلغت ٢٩.٠٠٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٢٤.٤٤٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٣٢.٧٣٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث؛ حيث يوجد فارق بين النسبتين دال إحصائيًا عند مستوى ٠.٠٠١، فقد بلغت قيمةZ المحسوبة ٢.٠٢٩ وهي قيمة منبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠.٠٩٩٩.

ويمكن تفسير حصول (تحظى بتخطيط وتمويل جيد) على الترتيب الأول في أهم أسباب تأثير حرب المعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الوطنية للمراهقين بأنهم نتيجة منطقية لما تحدثنا عنه مسبقاً فيما يتعلق بحصولها على تمويل وتخطيط جيد؛ حيث تقوم القوى المعادية بتكريس جهودها المادية والمعنوية سواءً لصياغة محتويات ومضامين إعلامية وإعداد كوادر مدربة ومؤهلة لنشر تلك المحتويات بين الأفراد أو استخدام الجانب المادي في التأثير على الأفراد لتحقيق الأغراض المرجوة.

- **موقف المبحوثين حول العبارات التي تقيس درجة تأثير حرب المعلومات على الهوية الوطنية والانتماء لدى المراهقين:**

جدول (٢٥)

موقف المبحوثين حول العبارات التي تقيس درجة تأثير حرب المعلومات على الهوية الوطنية والانتماء لدى المراهقين

العبارة / درجة التأثير	بدرجة كبيرة		بدرجة متوسطة		بدرجة قليلة		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	درجة التقييم
	ك	%	ك	%	ك	%				
الرغبة في الهجرة خارج مصر	١٢٠	٢٤,٠٠	٣١٠	٦٢,٠٠	٧٠	١٤,٠٠	٢,١٠	٠,٦١	٦	متوسط
الشعور بالإحباط والتأثير على الروح المعنوية	١٠٥	٢١,٠٠	٢٩٠	٥٨,٠٠	١٠٥	٢١,٠٠	٢,٠٠	٠,٦٥	٩	متوسط
فقد الثقة في المؤسسات الحكومية وقياداتها	١٣٠	٢٦,٠٠	٢٦٥	٥٣,٠٠	١٠٥	٢١,٠٠	٢,٠٥	٠,٦٨	٨	متوسط
التشكيك في الإدارة السياسة	٣٠٠	٦٠,٠٠	١٧٥	٣٥,٠٠	٢٥	٥,٠٠	٢,٥٥	٠,٥٩	٢	مرتفع
التقليل من شأن الإنجازات التي تتم داخل الوطن	١٨٥	٣٧,٠٠	١٩٠	٣٨,٠٠	١٢٥	٢٥,٠٠	٢,١٢	٠,٧٨	٥	متوسط
اعتناق الأفكار المتعصبة	١٦٠	٣٢,٠٠	٢٢٠	٤٤,٠٠	١٢٠	٢٤,٠٠	٢,٠٨	٠,٧٤	٧	متوسط
ضعف الولاء والانتماء للوطن	٢٥٠	٥٠,٠٠	٩٠	١٨,٠٠	١٦٠	٣٢,٠٠	٢,١٨	٠,٨٩	٤	متوسط
الانصياع خلف الأفكار الهدامة والتخريبية	٢٩٥	٥٩,٠٠	٢٠٥	٤١,٠٠	٠	٠,٠٠	٢,٥٩	٠,٤٩	١	مرتفع
تصديق الشائعات المغرضة التي تستهدف مصلحة الوطن	٢٣٠	٤٦,٠٠	٢٧٠	٥٤,٠٠	٠	٠,٠٠	٢,٤٦	٠,٥٠	٣	مرتفع
جملة من سئلوا	ن= ٥٠٠						٢,٢٤	٠,٦٦	--	متوسط

تشير بيانات الجدول السابق إلى موقف المبحوثين حول العبارات التي تقيس درجة تأثير حرب المعلومات على الهوية الوطنية والانتماء لدى المراهقين، التي جاءت بمستوى متوسط؛ حيث جاءت بمتوسط حسابي ٢.٢٤، بينما تراوحت تقدير استجابات المبحوثين على العبارات المكونة للمقياس ما بين متوسط ومرتفع، وجاء في مقدمة هذه العبارات (الانصياع خلف الأفكار الهدامة والتخريبية)؛ حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٥٩، وجاءت (التشكيك في الإدارة السياسة) في الترتيب الثانى حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٥٥، وجاءت (تصديق الشائعات المغرضة التي تستهدف مصلحة الوطن) في الترتيب الثالث؛ حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٤٦، وجاءت(ضعف الولاء والانتماء للوطن) في الترتيب الرابع حيث جاءت بدرجة تقدير متوسطة بمتوسط حسابي ٢.١٨، وجاءت(التقليل من شأن الإنجازات التي تتم داخل الوطن) في الترتيب الخامس حيث جاءت بدرجة تقدير متوسطة بمتوسط حسابي ٢.١٢، وجاءت(الرغبة في الهجرة خارج مصر) في الترتيب السادس؛ حيث جاءت بدرجة تقدير متوسطة بمتوسط حسابي ٢.١٠، وجاءت (اعتناق الأفكار المتعصبة) في الترتيب السابع؛ حيث جاءت بدرجة تقدير متوسطة بمتوسط حسابي ٢.٠٨، وجاءت (فقد الثقة في المؤسسات الحكومية وقياداتها) في الترتيب الثامن؛ حيث جاءت بدرجة تقدير متوسطة بمتوسط حسابي ٢.٠٥، وجاءت(الشعور بالإحباط والتأثير على الروح المعنوية) في الترتيب التاسع؛ حيث جاءت بدرجة تقدير متوسطة بمتوسط حسابي ٢.٠٠.

ويمكن تفسير ذلك بمحاولات الجماعات والمنظمات الإرهابية التخريبية من تفجير للمؤسسات الحكومية ودور العبادة واستهداف القيادات والرموز الناجحة في الدولة خاصة بعد ثورة ٣٠ يونيو؛ حيث تم رصد هذه المنظمات وتجريمها فتسعى إلى استهداف المراهقين في هذة السن الصغير الخطرة القابلة للاختراق، ومحاولات التأثير والتشكيل وبث أفكارها المتعلقة بالفكر الهدام والتخريبي بغرض زعزعة الأمن والاستقرار ونشر الفوضى والهلع في المجتمع.

- **<u>موقف المبحوثين حول العبارات التي تقيس درجة ثقة المبحوثين في مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات:</u>**

جدول (٢٦)

موقف المبحوثين حول العبارات التي تقيس درجة ثقة المبحوثين في مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات.

درجة التقييم / العبارة	موافق		محايد		معارض		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	درجة التقييم
	ك	%	ك	%	ك	%				
تقدم مواقع التواصل الاجتماعي محتوى مستقل	٤٤٠	٨٨,٠٠	٦٠	١٢,٠٠	٠	٠,٠٠	٢,٨٨	٠,٣٣	١	مرتفع
يتسم المحتوى المقدم بالمصداقية	٢٠٠	٤٠,٠٠	٢٥٠	٥٠,٠٠	٥٠	١٠,٠٠	٢,٣٠	٠,٦٤	٧	متوسط
محتوى متعدد ومتنوع على عكس الوسائل الإعلامية التقليدية	٢٦٠	٥٢,٠٠	٢٤٠	٤٨,٠٠	٠	٠,٠٠	٢,٥٢	٠,٥٠	٥	مرتفع
يعبر عن الأفراد ومشكلاتهم	٣٨٠	٧٦,٠٠	١٢٠	٢٤,٠٠	٠	٠,٠٠	٢,٧٦	٠,٤٣	٢	مرتفع
تقدم مواقع التواصل الاجتماعي أخبار مفبركة	٢٤٠	٤٨,٠٠	٢٦٠	٥٢,٠٠	٠	٠,٠٠	٢,٤٨	٠,٥٠	٦	مرتفع
تقدم المحتوى جهات تسعى إلى ترويج الشائعات والأخبار الكاذبة	٣٢٠	٦٤,٠٠	١٨٠	٣٦,٠٠	٠	٠,٠٠	٢,٦٤	٠,٤٨	٤	مرتفع
تفتقد بعض المحتويات للأدلة والبراهين	٢٠٠	٤٠,٠٠	١١٠	٢٢,٠٠	١٩٠	٣٨,٠٠	٢,٠٢	٠,٨٨	٨	متوسط
محتوى غير أخلاقي	٣٥٠	٧٠,٠٠	١٥٠	٣٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٢,٧٠	٠,٤٦	٣	مرتفع
جملة من سئلوا	ن = ٥٠٠						٢,٥٤	٠,٥٣	--	مرتفع

تشير بيانات الجدول السابق إلى موقف المبحوثين حول العبارات التي تقيس درجة ثقة المبحوثين في مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات، التي جاءت بمستوى مرتفع؛ حيث جاءت بمتوسط حسابي ٢.٥٤، بينما تراوحت تقدير استجابات المبحوثين على العبارات المكونة للمقياس ما بين متوسط ومرتفع، وجاء في مقدمة هذه العبارات (تقدم مواقع التواصل الاجتماعي محتوى مستقل) حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٨٨، وجاءت (يعبر عن الأفراد ومشكلاتهم) في الترتيب الثانى حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٧٦، وجاءت (محتوى غير أخلاقي) في الترتيب الثالث حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي٢.٧٠، وجاءت تقدم (المحتوى جهات تسعى إلى

ترويج الشائعات والأخبار الكاذبة) في الترتيب الرابع حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٦٤، وجاءت(محتوى متعدد ومتنوع على عكس الوسائل الإعلامية التقليدية) في الترتيب الخامس؛ حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٥٢، وجاءت(تقدم مواقع التواصل الاجتماعي أخبارًا مفبركة) في الترتيب السادس؛ حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٤٨، وجاءت (يتسم المحتوى المقدم بالمصداقية) في الترتيب السابع حيث جاءت بدرجة تقدير متوسطة بمتوسط حسابي ٢.٣٠، وجاءت(تفتقد بعض المحتويات للأدلة والبراهين) في الترتيب الثامن؛ حيث جاءت بدرجة تقدير متوسطة بمتوسط حسابي ٢.٠٢.

ربما يعود ذلك إلى انتشار المنصات المختلفة على مواقع التواصل الاجتماعي والتي تعقد حلقة وصل بين العديد من الأفراد حول أنحاء العالم دون رقيب على ما تبثه من محتوى سواءً كانت هذه المنصات شخصية أو تمثل جهات ومؤسسات معينة، كما أنها قد تكون حكومية أو خاصة أو أجنبية إلى جانب ما يسمى بصحافة المواطن وصحافة الفيديو كل هذه المنصات تقدم محتويات مختلفة ومستقلة تؤثر على الهوية الوطنية للمراهقين وأفكارهم واتجاهاتهم.

- **أهم الاستراتيجيات التي تعتمد عليها الدولة لمواجهة حرب المعلومات من وجهة نظر المبحوثين وفقًا للنوع:**

جدول (٢٧)

أهم الاستراتيجيات التي تعتمد عليها الدولة لمواجهة حرب المعلومات من وجهة نظر المبحوثين وفقًا للنوع

النوع / الاستراتيجيات	ذكور		إناث		الإجمالي		قيمة z	الدلالة	الترتيب
	ك	%	ك	%	ك	%			
وجود مواقع رسميه للمؤسسات الحكومية لنشر المعلومات الصحيحة وتكذيب الشائعات	١٥٥	٦٨,٨٩	١٤٥	٥٢,٧٣	٣٠٠	٦٠,٠٠	٣,٦٦٦	دالة***	٢
الاستعانة بالمتحدثين الرسميين والمستشارين الإعلاميين للمؤسسات	٦٠	٢٦,٦٧	٩٥	٣٤,٥٥	١٥٥	٣١,٠٠	١,٨٩٣	غير دالة	٤
الاستعانة بتعزيز دوري عن مجلس الوزراء	١٠٠	٤٤,٤٤	١٧٠	٦١,٨٢	٢٧٠	٥٤,٠٠	٣,٨٧٤	دالة***	٣
الاستعانة بمباحث الانترنت وجرائم الحاسبات وشبكات المعلومات	٦٥	٢٨,٨٩	٨٥	٣٠,٩١	١٥٠	٣٠,٠٠	٠,٤٩٠	غير دالة	٥
الإعلان عن الانجازات التي تحققها الدولة في مختلف المجالات	١٦٠	٧١,١١	١٩٠	٦٩,٠٩	٣٥٠	٧٠,٠٠	٠,٤٩٠	غير دالة	١
جملة من سئلوا	٢٢٥		٢٧٥		٥٠٠				

تشير بيانات الجدول السابق إلى أهم الاستراتيجيات التي تعتمد عليها الدولة لمواجهة حرب المعلومات من وجهة نظر المبحوثين وفقًا للنوع؛ حيث جاء في الترتيب الأول(الإعلان عن الإنجازات التي تحققها الدولة في مختلف المجالات)؛ حيث جاءت بنسبة بلغت ٧٠.٠٠٪ من إجمالي مفردات عينة

الدراسة، موزعة بين ٧١.١١٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٦٩.٠٩٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان؛ حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائيًا، فقد بلغت قيمةZ المحسوبة ٠.٤٩٠ وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠.٠٩٥.

وجاء في الترتيب الثانى(وجود مواقع رسمية للمؤسسات الحكومية لنشر المعلومات الصحيحة وتكذيب الشائعات)؛ حيث جاءت بنسبة بلغت ٦٠.٠٠٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٦٨.٨٩٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٥٢.٧٣٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث؛ حيث يوجد فارق بين النسبتين دال إحصائيًا عند مستوى ٠.٠٠١، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٣.٦٦٦ وهي قيمة منبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠.٠٩٩٩..وجاء في الترتيب الثالث (الاستعانة بتعزيز دوري عن مجلس الوزراء)؛ حيث جاءت بنسبة بلغت ٥٤.٠٠٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٤٤.٤٤٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٦١.٨٢٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث؛ حيث يوجد فارق بين النسبتين دال إحصائيًا عند مستوى ٠.٠٠١ ، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٣.٨٧٤ وهي قيمة منبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠.٠٩٩٩..

وجاء في الترتيب الرابع (الاستعانة بالمتحدثين الرسميين والمستشارين الإعلاميين للمؤسسات)؛ حيث جاءت بنسبة بلغت ٣١.٠٠٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٢٦.٦٧٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٣٤.٥٥٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان؛ حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائيًا، فقد بلغت قيمةZ المحسوبة ١.٨٩٣ وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠.٠٩٥.وجاء في الترتيب الخامس (الاستعانة بمباحث الإنترنت وجرائم الحاسبات وشبكات المعلومات)؛ حيث جاءت بنسبة بلغت ٣٠.٠٠٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٢٨.٨٩٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٣٠.٩١٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان؛ حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائيًا، فقد بلغت قيمةZ المحسوبة ٠.٤٩٠ وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠.٠٩٥.

وتعتمد الدولة على استراتيجية الإعلام عن الإنجازات التي تحققها الدولة في مختلف المجالات كأحد الآليات المتبعة في مواجهة حرب المعلومات ببث روح الاطمئنان والشعور بالأمان لدى المراهقين، إلى جانب دعم ثقتهم في القيادات والمؤسسات الحكومية من خلال الإعلان عن الإنجازات والمشاريع القومية التي يتم تحقيقها، وهذا ما نلمسه في الآونة الأخيرة مثل: تنظيم منتدى شباب العالم، ومبادرة حياة كريمة وغيرها من الإنجازات في إطار خطة التنمية المستدامة التي تسعى الدولة إلى تحقيقها مما يدعم ثقة الفرد بنفسه وبقياداته وحكومته إلى جانب الشعور بالاستقرار والأمان والعزة لدى الشعب.

- **موقف المبحوثين حول العبارات التي تقيس درجة الهوية الوطنية لديهم:**

جدول (٢٨)

موقف المبحوثين حول العبارات التي تقيس درجة الهوية الوطنية لديهم

درجة التقييم / العبارة	موافق		محايد		معارض		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	درجة التقييم
	ك	%	ك	%	ك	%				
أشعر بالفخر بالإنجازات المصرية	١٥٥	٣١,٠٠	٢١٠	٤٢,٠٠	١٣٥	٢٧,٠٠	٢,٠٤	٠,٧٦	١٠	مرتفع
أثق في القيادة السياسية المصرية	٢٣٥	٤٧,٠٠	٨٠	١٦,٠٠	١٨٥	٣٧,٠٠	٢,١٠	٠,٩١	٩	متوسط
مستعد للتضحية من أجل حماية وطني ورفعته	٢٩٠	٥٨,٠٠	٢١٠	٤٢,٠٠	٠	٠,٠٠	٢,٥٨	٠,٤٩	٤	مرتفع
الإحساس بالأمان والطمأنينة في بلدي	٢٢٠	٤٤,٠٠	٢٨٠	٥٦,٠٠	٠	٠,٠٠	٢,٤٤	٠,٥٠	٧	مرتفع
أعيش في جو من التسامح والتماسك الاجتماعي والوحدة الوطنية	٤٥٠	٩٠,٠٠	٥٠	١٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٢,٩٠	٠,٣٠	١	مرتفع
لا أعاني من الإحباط أو أرغب بالهجرة خارج مصر	٢٣٠	٤٦,٠٠	٢٣٠	٤٦,٠٠	٤٠	٨,٠٠	٢,٣٨	٠,٦٣	٨	مرتفع
الاعتزاز بمصريتي وعروبتي وحضارتنا المصرية العريقة	٢٨٠	٥٦,٠٠	٢٢٠	٤٤,٠٠	٠	٠,٠٠	٢,٥٦	٠,٥٠	٥	مرتفع
تشجيع المنتخبات الرياضية الوطنية	٤٠٠	٨٠,٠٠	١٠٠	٢٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٢,٨٠	٠,٤٠	٢	مرتفع
متابعة الأعمال الدرامية التي تجسد البطولات المصرية	٢٤٥	٤٩,٠٠	٢٥٥	٥١,٠٠	٠	٠,٠٠	٢,٤٩	٠,٥٠	٦	مرتفع
زيارة المعالم الأثرية والتاريخية المصرية	٣٤٥	٦٩,٠٠	١٥٥	٣١,٠٠	٠	٠,٠٠	٢,٦٩	٠,٤٦	٣	مرتفع
جملة من سئلوا	ن = ٥٠٠						٢,٥٠	٠,٥٥	--	مرتفع

تشير بيانات الجدول السابق إلى موقف المبحوثين حول العبارات التي تقيس درجة الهوية الوطنية لديهم، التي جاءت بمستوى مرتفع؛ حيث جاءت بمتوسط حسابي ٢.٥٠، بينما تراوحت تقدير استجابات المبحوثين على العبارات المكونة للمقياس ما بين متوسط ومرتفع، وجاء في مقدمة هذه العبارات أعيش في (جو من التسامح والتماسك الاجتماعي والوحدة الوطنية)؛ حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٩٠، وجاءت (تشجيع المنتخبات الرياضية الوطنية) في الترتيب الثاني؛ حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٨٠، وجاءت (زيارة المعالم الأثرية والتاريخية المصرية) في الترتيب الثالث؛ حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٦٩، وجاءت (مستعد للتضحية من أجل حماية وطني ورفعته) في الترتيب الرابع حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٥٨، وجاءت(الاعتزاز بمصريتي وعروبتي وحضارتنا المصرية العريقة) في الترتيب الخامس حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٥٦، وجاءت(متابعة الأعمال الدرامية التي تجسد البطولات

المصرية) في الترتيب السادس حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٤٩، وجاءت (الإحساس بالأمان والطمأنينة في بلدي) في الترتيب السابع حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٤٤، وجاءت (لا أعانى من الإحباط أو أرغب بالهجرة خارج مصر) في الترتيب الثامن حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٣٨، وجاءت(أثق في القيادة السياسية المصرية) في الترتيب التاسع حيث جاءت بدرجة تقدير متوسطة بمتوسط حسابي ٢.١٠، وجاءت (أشعر بالفخر بالإنجازات المصرية) في الترتيب العاشر حيث جاءت بدرجة تقدير متوسطة بمتوسط حسابي ٢.٠٤.

ويبرر ذلك بأن التسامح والتماسك الاجتماعي من أهم الملامح التي تميز الهوية الوطنية المصرية، فالمصريون بطبعهم شعب متسامح وعاطفي ووسطي في معاملاته التي تخلو تمامًا من التطرف أو التعصب، ويمكن القول إن الشعب المصري رغم اختلاف طوائفه إلا أنه شعب متماسك يعيش أفراده كنسيج واحد متكامل بعيد تمامًا عن الفتنة.

ثانيًا: نتائج التحقق من صحة الفروض:

يحتوي هذا الجزء على خلاصة ما توصلت إليه الدراسة الراهنة من نتائج تطبيق الاستبيان، وسوف تتناول الباحثة في هذا الجزء نتائج التحقق من صحة فروض الدراسة والإجابة عن بعض تساؤلاتها البحثية، ثم تقدم ملخصاً عن هذه النتائج، والتي في ضوئها يمكن طرح عدد من المقترحات والتوصيات. وفي ضوء أهداف الدراسة وفروضها سوف يتم عرض نتائج التحقق من صحة الفروض فيما يلي: –

الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس التعرض لقضايا حرب المعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي تبعاً لاختلاف مستوى التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي.

جدول (٢٩)

تحليل التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات درجات المبحوثات على مقياس التعرض لقضايا حرب المعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي تبعاً لاختلاف مستوى التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي

مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف	الدلالة
بين المجموعات	٠,٨٧٢	٢	٠,٤٣٦	١,٤٦٨	غير دالة
داخل المجموعات	١٤٧,٦٧٨	٤٩٧	٠,٢٩٧		
المجمـوع	١٤٨,٥٥٠	٤٩٩			

تشير بيانات الجدول السابق إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المبحوثين الذين يمثلون مستويات الاستخدام المختلفة لمواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن الأحداث الجارية، وذلك على مقياس التعرض لقضايا حرب المعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي؛ حيث بلغت قيمة ف ١.٤٦٨ وهذه القيمة غير دالة عند مستوى دلالة = ٠.٠٥، وهو ما يثبت عدم صحة هذا الفرض والذي ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على

مقياس التعرض لقضايا حرب المعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي تبعًا لاختلاف مستوى التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي، أي أنه كلما ارتفعت درجة استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن الأحداث الجارية لا تزداد بالتالي درجة تعرضهم لقضايا حرب المعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي، فليس بالضرورة كل من يستخدم مواقع التواصل يتعرض لحرب المعلومات.

ويمكن تفسير ذلك بأن بعض المبحوثين رغم كثافة تعرضهم لمواقع التواصل الاجتماعي إلا أنهم قد يتعرضون أو ينتقون مضامين بعيدة عن تلك المتعلقة بحرب المعلومات، أي أن تعرضهم غير مشروط أو منصب على ما قد يؤثر على هويتهم الوطنية فهناك اهتمامات أخرى لدى البعض كالمسابقات والرياضة والمحتوى الترفيهي.

الفرض الثاني: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس التعرض لقضايا حرب المعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي تبعًا لاختلاف درجة دوافع التعرض لهذه القضايا.

جدول (٣٠)

تحليل التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس التعرض لقضايا حرب المعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي تبعاً لاختلاف درجة دوافع التعرض لهذه القضايا

مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف	الدلالة
بين المجموعات	٥,٢٧٠	٢	٢,٦٣٥	٦,١٤٢	دالة**
داخل المجموعات	١٤٧,٢٨٠	٤٩٧	٠,٢٩٦		
المجمــوع	١٤٨,٥٥٠	٤٩٩			

تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المبحوثين الذين يمثلون درجات دوافع التعرض المختلفة لقضايا حرب المعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك على مقياس التعرض لقضايا حرب المعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي؛ حيث بلغت قيمة ف ٦.١٤٢ وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة = ٠.٠١، وهو ما يثبت صحة هذا الفرض والذي ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس التعرض لقضايا حرب المعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي تبعاً لاختلاف درجة دوافع التعرض لهذه القضايا، أي أنه كلما ارتفعت درجة دوافع التعرض لقضايا حرب المعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي تزداد بالتالي درجة تعرض المبحوثين لهذه القضايا على مواقع التواصل الاجتماعي. ولمعرفة مصدر ودلالة الفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات المبحوثين، تم استخدام الاختبار البعدي بطريقة أقل فرق معنوي.

ويمكن ربط ذلك بعامل الانتقائية لدى الأفراد بمعنى أن يتوافر لديهم الدافع في التعرض لهذه المحتويات المتعلقة بقضايا حرب المعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي وبالتالى تزداد نسبة تعرضهم لها.

جدول (٣١)
نتائج تحليل L.S.D لمعرفة الفروق بين المجموعات على مقياس التعرض لقضايا حرب المعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي تبعاً لاختلاف درجة دوافع التعرض لهذه القضايا

المجموعات	مرتفع	متوسط	منخفض	المتوسط
مرتفع	-			٢,٦٤
متوسط	**٠,١٩٥٢	-		٢,٤١
منخفض	**٠,٢١٢٤	*٠,١١٢٥	-	٢,٢٢

ولمعرفة مصدر التباين للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات المبحوثين أجرى الاختبار البعدي L.S.D بطريقة أقل فرق معنوي؛ حيث ظهر أنه كلما ارتفعت درجة دوافع التعرض لقضايا حرب المعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي تزداد بالتالي درجة تعرض المبحوثين لهذه القضايا على مواقع التواصل الاجتماعي.؛ حيث اتضح أن هناك اختلافًا بين المبحوثين منخفضي درجة دوافع التعرض لقضايا حرب المعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي والمبحوثين مرتفعي درجة دوافع التعرض لقضايا حرب المعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغت قيمته ٠.٢١٢٤ لصالح المبحوثين مرتفعي درجة دوافع التعرض لقضايا حرب المعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي، وهو فرق دال إحصائيًا عند مستوى دلالة ٠.٠١، كما ظهر أن هناك اختلافًا بين المبحوثين متوسطى درجة دوافع التعرض لقضايا حرب المعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي والمبحوثين مرتفعى درجة دوافع التعرض لقضايا حرب المعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغت قيمته ٠.١٩٥٢ لصالح المبحوث مرتفعى درجة دوافع التعرض لقضايا حرب المعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي، وهو فرق دال إحصائيًا عند مستوى دلالة ٠.٠١، كما ظهر أن هناك اختلافًا بين المبحوثين متوسطي درجة دوافع التعرض لقضايا حرب المعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي والمبحوثين منخفضي درجة دوافع التعرض لقضايا حرب المعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي، حيث بلغ الفرق بين المتوسطين الحسابيين ٠.١١٢٥، وهو فرق دال إحصائيًا عند مستوى دلالة ٠.٠٥.

ويمكن تفسير ذلك بأن المراهقين تتوافر لديهم دوافع وقناعات كامنة للتعرض لهذه المحتويات مما يعزز ويقوي فرصة تعرضهم لتلك المضامين التي يرغبون في التعرض لها مما يؤدي بدوره إلى تأثيرات (تأثرهم) بالمحتوى المقدم في هذه القضايا.

الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس التعرض لقضايا حرب المعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي تبعاً لاختلاف درجة الاهتمام بمتابعة هذه القضايا.

جدول (٣٢)

تحليل التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس التعرض لقضايا حرب المعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي تبعاً لاختلاف درجة الاهتمام بمتابعة هذه القضايا.

مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف	الدلالة
بين المجموعات	١,٦٣٧	٢	١,٨١٩	٣,٧٦٩	دالة*
داخل المجموعات	١٤٦,٩١٣	٤٩٧	٠,٢٩٦		
المجموع	١٤٨.٥٥٠	٤٩٩			

تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المبحوثين الذين يمثلون درجات الاهتمام المختلفة بمتابعة قضايا حرب المعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك على مقياس التعرض لقضايا حرب المعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي؛ حيث بلغت قيمة ف ٣.٧٦٩ وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة = ٠.٠٥، وهو ما يثبت صحة هذا الفرض والذي ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس التعرض لقضايا حرب المعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي تبعًا لاختلاف درجة الاهتمام بمتابعة هذه القضايا، أي أنه كلما ارتفعت درجة الاهتمام بمتابعة قضايا حرب المعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي تزداد بالتالي درجة تعرض المبحوثين لهذه القضايا على مواقع التواصل الاجتماعي. ولمعرفة مصدر ودلالة الفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات المبحوثين، تم استخدام الاختبار البعدي بطريقة أقل فرق معنوي.

ويبرر ذلك برغبة المراهقين وشغفهم بهذا النوع من القضايا في هذه المرحلة العمرية التي يبدأ فيها تكوين شخصيتهم وإحساسهم بأنهم في سن كبيرة تؤهلهم لمناقشة تلك المحتويات والتعرض لها.

جدول (٣٣)

نتائج تحليل L.S.D لمعرفة الفروق بين المجموعات على مقياس التعرض لقضايا حرب المعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي تبعاً لاختلاف درجة دوافع التعرض لهذه القضايا

المجموعات	مرتفع	متوسط	منخفض	المتوسط
مرتفع	-			٢,٤٠
متوسط	*٠,١٩٠٧	-		٢,٢١
منخفض	*٠,١٧٠٠	٠,٠٤٠٧	-	٢,٢٥

ولمعرفة مصدر التباين للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات المبحوثين أجرى الاختبار البعدي L.S.D بطريقة أقل فرق معنوي؛ حيث ظهر أنه كلما ارتفعت درجة الاهتمام بمتابعة قضايا حرب المعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي تزداد بالتالي درجة تعرض المبحوثين لهذه القضايا على مواقع التواصل الاجتماعي.

حيث اتضح أن هناك اختلافًا بين المبحوثين منخفضي درجة الاهتمام بمتابعة قضايا حرب المعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي والمبحوثين مرتفعى درجة الاهتمام بمتابعة قضايا حرب المعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغت قيمته ٠.١٧٠٠ لصالح المبحوثين مرتفعي درجة الاهتمام بمتابعة قضايا حرب المعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي، وهو فرق دال إحصائيًا عند مستوى دلالة ٠.٠٥، كما ظهر أن هناك اختلافًا بين المبحوثين متوسطي درجة الاهتمام بمتابعة قضايا حرب المعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي والمبحوثين مرتفعي درجة الاهتمام بمتابعة قضايا حرب المعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغت قيمته ٠.١٩٠٧ لصالح المبحوثين مرتفعي درجة الاهتمام بمتابعة قضايا حرب المعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي، وهو فرق دال إحصائيًا عند مستوى دلالة ٠.٠٥، بينما ظهر أنه ليس هناك اختلافًا بين المبحوثين متوسطي درجة الاهتمام بمتابعة قضايا حرب المعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي والمبحوثين منخفضي درجة الاهتمام بمتابعة قضايا حرب المعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي؛ حيث بلغ الفرق بين المتوسطين الحسابيين ٠.٠٤٠٧، وهو فرق غير دال إحصائيًا عند مستوى دلالة ٠.٠

الفرض الرابع: توجد علاقة ارتباطية موجبة ودالة إحصائيًا بين مستوى تعرض المبحوثين لقضايا حرب المعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي ومستوى التأثيرات الناتجة عن هذا التعرض.

جدول (٣٤)

معامل ارتباط بيرسون بين درجات المبحوثات على مقياس التعرض لقضايا حرب المعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي ومستوى التأثيرات الناتجة عن التعرض لها

المتغير / المتغير	مستوى التعرض لقضايا حرب المعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي		
	العدد	قيمة بيرسون	الدلالة
التأثيرات المعرفية	٥٠٠	٠,٦٤٨	٠,٠٠١
التأثيرات الوجدانية	٥٠٠	٠,٧٢١	٠,٠٠١
التأثيرات السلوكية	٥٠٠	٠,٥٩٨	٠,٠٠١
إجمالي التأثيرات الناتجة عن التعرض	٥٠٠	٠,٦٨٨	٠,٠٠١

تشير نتائج الجدول السابق أنه باستخدام معامل ارتباط بيرسون اتضح وجود علاقة ارتباطية موجبة ودالة إحصائيًا بين مستويات التعرض لقضايا حرب المعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي ومستوى التأثيرات المعرفية لدى المبحوثين؛ حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون ٠.٦٤٨ وهي قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى دلالة =٠.٠٠١، وبالتالي فقد تحقق هذا الفرض والذي ينص على أنه توجد علاقة ارتباطية موجبة ودالة إحصائيًا بين مستوى تعرض المبحوثين لقضايا حرب المعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي ومستوى التأثيرات المعرفية الناتجة لديهم عن هذا التعرض، أي أنه كلما زادت درجة تعرض المبحوثين لقضايا حرب المعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي تزداد بالتالي درجة التأثيرات

المعرفية لديهم.، كما تشير نتائج الجدول السابق أنه باستخدام معامل ارتباط بيرسون اتضح وجود علاقة ارتباطية موجبة ودالة إحصائيًا بين مستويات التعرض لقضايا حرب المعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي ومستوى التأثيرات الوجدانية لدى المبحوثين؛ حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون ٠.٧٢١ وهي قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى دلالة =٠.٠٠١، وبالتالي فقد تحقق هذا الفرض والذي ينص على أنه توجد علاقة ارتباطية موجبة ودالة إحصائيًا بين مستوى تعرض المبحوثين لقضايا حرب المعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي ومستوى التأثيرات الوجدانية الناتجة لديهم عن هذا التعرض، أي أنه كلما زادت درجة تعرض المبحوثين لقضايا حرب المعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي تزداد بالتالي درجة التأثيرات الوجدانية لديهم، كما تشير نتائج الجدول السابق أنه باستخدام معامل ارتباط بيرسون اتضح وجود علاقة ارتباطية موجبة ودالة إحصائيًا بين مستويات التعرض لقضايا حرب المعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي ومستوى التأثيرات السلوكية لدى المبحوثين؛ حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون ٠.٥٩٨ وهي قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى دلالة =٠.٠٠١، وبالتالي فقد تحقق هذا الفرض والذي ينص على أنه توجد علاقة ارتباطية موجبة ودالة إحصائيًا بين مستوى تعرض المبحوثين لقضايا حرب المعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي ومستوى التأثيرات السلوكية الناتجة لديهم عن هذا التعرض، أي أنه كلما تزداد درجة تعرض المبحوثين لقضايا حرب المعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي تزداد بالتالي درجة التأثيرات السلوكية لديهم.

كما تشير نتائج الجدول السابق أنه باستخدام معامل ارتباط بيرسون اتضح وجود علاقة ارتباطية موجبة ودالة إحصائيًا بين مستويات التعرض لقضايا حرب المعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي ومستوى التأثيرات لدى المبحوثين؛ حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون ٠.٦٨٨ وهي قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى دلالة =٠.٠٠١، وبالتالي فقد تحقق هذا الفرض والذي ينص على أنه توجد علاقة ارتباطية موجبة ودالة إحصائيًا بين مستوى تعرض المبحوثين لقضايا حرب المعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي ومستوى التأثيرات الناتجة لديهم عن هذا التعرض، أي أنه كلما زادت درجة تعرض المبحوثين لقضايا حرب المعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي تزداد بالتالي درجة التأثيرات لديهم.

ويعتبر ذلك نتيجه منطقية لكثافة تعرض المراهقين لقضايا حرب المعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي، لأن هذه المحتويات كما سبق الذكر تعتمد على أساليب وآليات إقناعية متنوعة بهدف إحداث التأثيرات المطلوبة، وإذا ربطنا ذلك بكثافة التعرض سنجد أنه من الطبيعي أن يزداد التأثير على المستويات المعرفية والسلوكية والوجدانية.

الفرض الخامس: توجد علاقة ارتباطية سالبة ودالة إحصائيًا بين مستوى تعرض المبحوثين لقضايا حرب المعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي ومستوى الثقة بصدق وموضوعية مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات.

جدول (٣٥)
معامل ارتباط بيرسون بين درجات المبحوثين على مقياس التعرض لقضايا حرب المعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي ومستوى الثقة بصدق وموضوعية مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات

المتغير / المتغير	مستوى التعرض لقضايا حرب المعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي		
	العدد	قيمة بيرسون	الدلالة
مستوى الثقة بصدق وموضوعية مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات	٥٠٠	-٠,٥٣٢	٠,٠٠١

تشير نتائج الجدول السابق أنه باستخدام معامل ارتباط بيرسون أتضح وجود علاقة ارتباطية سالبة ودالة إحصائيًا بين مستويات التعرض لقضايا حرب المعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي ومستوى الثقة بصدق وموضوعية مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات لدى المبحوثين؛ حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون ٠.٥٣٢ وهي قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى دلالة =٠.٠٠١، وبالتالي فقد تحقق هذا الفرض والذي ينص على أنه توجد علاقة ارتباطية سالبة ودالة إحصائيًا بين مستوى تعرض المبحوثين لقضايا حرب المعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي ومستوى الثقة بصدق وموضوعية مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات، أي أنه كلما زادت درجة تعرض المبحوثين لقضايا حرب المعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي تقل بالتالي درجة الثقة بصدق وموضوعية مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات لديهم.

وربما يعود ذلك إلى ضعف المحتوى الذي يتم تقديمه أو عدم قدرته على الإقناع، وقد يعود ذلك أيضًا إلى جهود القوى المضادة التي توفرها الدولة لمواجهة هذه الحرب ولتكون حائط صد ضد هذه المحاولات كتوفير لجان إلكترونية لرصد هذه المحتويات والتصدى لها أو وجود صفحات رسمية تابعة للجهات الحكومية تقوم بنفي الشائعات والأخبار الكاذبة التي تستهدف نشر الفوضى وزعزعة الأمن والاستقرار وطمس الهوية الوطنية.

الفرض السادس: توجد علاقة ارتباطية سالبة ودالة إحصائيًا بين مستوى تعرض المبحوثين لقضايا حرب المعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي ومستوى الهوية الوطنية لديهم.

جدول (٣٦)
معامل ارتباط بيرسون بين درجات المبحوثين على مقياس التعرض لقضايا حرب المعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي ومستوى الهوية الوطنية لديهم

المتغير / المتغير	مستوى التعرض لقضايا حرب المعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي		
	العدد	قيمة بيرسون	الدلالة
مستوى الهوية الوطنية لدى المبحوثين	٥٠٠	٠,٧١٢	٠,٠٠١

تشير نتائج الجدول السابق أنه باستخدام معامل ارتباط بيرسون اتضح وجود علاقة ارتباطية سالبة ودالة إحصائيًا بين مستويات التعرض لقضايا حرب المعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي ومستوى الهوية الوطنية لدى المبحوثين، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون ٠.٧١٢ وهي قيمة دالة

إحصائيًا عند مستوى دلالة =٠.٠٠١، وبالتالي فقد تحقق هذا الفرض والذي ينص على أنه توجد علاقة ارتباطية سالبة ودالة إحصائيًا بين مستوى تعرض المبحوثين لقضايا حرب المعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي ومستوى الهوية الوطنية لديهم، أي أنه كلما زادت درجة تعرض المبحوثين لقضايا حرب المعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي تقل بالتالي درجة الهوية الوطنية لديهم.

وذلك لأن هذه الحرب تسعى إلى زعزعة ثقة المراهقين في قياداتهم ومؤسساتهم الحكومية وطمس هويتهم الوطنية إلى جانب ما يتم تقديمه من مضامين متنوعة تسعى إلى بث قيم واتجاهات تتنافى مع القيم السائدة في المجتمع؛ مما يؤدى في النهاية إلى تحقيق الغرض المرجو من تلك الحرب وهو طمس الهوية الوطنية لدى المراهقين.

الفرض السابع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس التعرض لقضايا حرب المعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي تبعاً لاختلاف المتغيرات الديموجرافية (النوع – الإقامة – نوع المدرسة).

ويقسم هذا الفرض إلى ثلاثة فروض فرعية هي:

أ- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائيًا بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس التعرض لقضايا حرب المعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي وفقًا للنوع (ذكور- إناث).

جدول (٣٧)

نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق بين المبحوثين في مستوى التعرض لقضايا حرب المعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي وفقًا للنوع

المجموعات	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة ت	درجة الحرية	الدلالة
ذكور	٢٢٥	٢,٢٢	٠,٥١٣	٠,٢٨٨	٤٩٨	غير دالة
إناث	٢٧٥	٢,٢٤	٠,٥٧٢			

تشير نتائج اختبار "ت" في الجدول السابق إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الذكور ومتوسطات درجات الإناث على مقياس التعرض لقضايا حرب المعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي؛ حيث بلغت قيمة "ت" ٠.٢٨٨ وهي قيمة غير دالة إحصائيًا عند جميع مستويات الدلالة، وبالتالي فقد يثبت صحة هذا الفرض. والذي ينص على أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائيًا بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس التعرض لقضايا حرب المعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي وفقًا للنوع (ذكور- إناث).

ب- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائيًا بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس التعرض لقضايا حرب المعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي وفقًا للإقامة (ريف- حضر).

جدول (٣٨)
نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق بين المبحوثين في مستوى التعرض لقضايا حرب المعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي وفقًا للإقامة

المجموعات	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة ت	درجة الحرية	الدلالة
ريف	٢٤٥	٢,٢٠٤	٠,٦٣٩	١,٠٤١	٤٩٨	غير دالة
حضر	٢٥٥	٢,٢٥٥	٠,٤٣٧			

تشير نتائج اختبار "ت" في الجدول السابق إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات مبحوثي الريف ومتوسطات درجات مبحوثى الحضر على مقياس التعرض لقضايا حرب المعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي؛ حيث بلغت قيمة "ت" ١.٠٤١ وهي قيمة غير دالة إحصائيًا عند جميع مستويات الدلالة، وبالتالى فقد يثبت صحة هذا الفرض. والذي ينص على أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائيًا بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس التعرض لقضايا حرب المعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي وفقًا للإقامة (ريف- حضر).

جـ- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائيًا بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس التعرض لقضايا حرب المعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي وفقًا لنوع المدرسة (حكومية- خاصة).

جدول (٣٩)
نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق بين المبحوثين في مستوى التعرض لقضايا حرب المعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي وفقًا لنوع المدرسة

المجموعات	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة ت	درجة الحرية	الدلالة
حكومية	٢٥٠	٢,٢٤٠	٠,٥٥١	٠,٤٠٩	٤٩٨	غير دالة
خاصة	٢٥٠	٢,٢٢٠	٠,٥٤١			

تشير نتائج اختبار "ت" في الجدول السابق إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات مبحوثى المدارس الحكومية ومتوسطات درجات مبحوثى المدارس الخاصة على مقياس التعرض لقضايا حرب المعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي؛ حيث بلغت قيمة "ت" ١.٠٤١ وهي قيمة غير دالة إحصائيًا عند جميع مستويات الدلالة، وبالتالي فقد يثبت صحة هذا الفرض.

والذي ينص على أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائيًا بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس التعرض لقضايا حرب المعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي وفقًا لنوع المدرسة (حكومية- خاصة).

الفرض الثامن: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس الهوية الوطنية تبعاً لاختلاف المتغيرات الديموجرافية (النوع – الإقامة – نوع المدرسة).

ويقسم هذا الفرض إلى ثلاثة فروض فرعية هي:

أ- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائيًا بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس الهوية الوطنية وفقًا للنوع (ذكور- إناث).

جدول (٤٠)
نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق بين المبحوثين في مستوى الهوية الوطنية وفقًا للنوع

المجموعات	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة ت	درجة الحرية	الدلالة
ذكور	٢٢٥	٢,٤٨٩	٠,٧٦٢	٠,٧١٣	٤٩٨	غير دالة
إناث	٢٧٥	٢,٥٣٤	٠,٦٦٨			

تشير نتائج اختبار "ت" في الجدول السابق إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الذكور ومتوسطات درجات الإناث على مقياس الهوية الوطنية؛ حيث بلغت قيمة "ت" ٠.٧١٣ وهي قيمة غير دالة إحصائيًا عند جميع مستويات الدلالة، وبالتالي فقد يثبت صحة هذا الفرض. والذي ينص على أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائيًا بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس الهوية الوطنية وفقًا للنوع (ذكور- إناث).

ب- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائيًا بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس الهوية الوطنية وفقًا للإقامة (ريف- حضر).

جدول (٤١)
نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق بين المبحوثين في مستوى الهوية الوطنية وفقًا للمنطقة السكنية

المجموعات	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة ت	درجة الحرية	الدلالة
ريف	٢٤٥	٢,٤٦٥	٠,٧٠٩	١,٥٠١	٤٩٨	غير دالة
حضر	٢٥٥	٢,٥٦١	٠,٧١٢			

تشير نتائج اختبار "ت" في الجدول السابق إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات مبحوثى الريف ومتوسطات درجات مبحوثى الحضر على مقياس الهوية الوطنية؛ حيث بلغت قيمة "ت" ١.٥٠١ وهي قيمة غير دالة إحصائيًا عند جميع مستويات الدلالة، وبالتالي فقد يثبت صحة هذا الفرض. والذي ينص على أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائيًا بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس الهوية الوطنية وفقًا للإقامة (ريف- حضر).

جـ- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائيًا بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس الهوية الوطنية وفقًا لنوع المدرسة (حكومية- خاصة).

جدول (٤٢)
نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق بين المبحوثين في مستوى الهوية الوطنية وفقًا لنوع التعليم

المجموعات	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة ت	درجة الحرية	الدلالة
حكومية	٢٥٠	٢,٥٥٢	٠,٦٩٩	١,١٩٤	٤٩٨	غير دالة
خاصة	٢٥٠	٢,٤٧٦	٠,٧٢٣			

تشير نتائج اختبار "ت" في الجدول السابق إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات مبحوثى المدارس الحكومية ومتوسطات درجات مبحوثى المدارس الخاصة على مقياس الهوية الوطنية؛ حيث بلغت قيمة "ت" ١.١٩٤ وهي قيمة غير دالة إحصائيًا عند جميع مستويات الدلالة، وبالتالى فقد يثبت صحة هذا الفرض. والذي ينص على أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائيًا بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس الهوية الوطنية وفقًا لنوع المدرسة (حكومية– خاصة).

وهذه نتيجة مهمة حيث اتضح من الجداول السابقة أن الهوية الوطنية لا تتأثر بالفروق الموجودة بين الأفراد في محل الإقامة (متوسطة – فقيرة–غنية) ولا التعليم (خاص– عام) ولا النوع (ذكر– أنثى) ولا محل الإقامة (ريف – حضر) كما يمكن القول أن مواقع التواصل الاجتماعي بمنصاتها المختلفة ومضامينها المتنوعة وما تستند إليه من تقنيات ووسائل جذب مختلفة يمكنها الوصول إلى جميع الأماكن والأفراد رغم اختلافهم وهذه قضية خطيرة يجب أخدها في الإعتبار.

أهم النتائج:

(١)جاء (الفيسبوك) في الترتيب الأول على المنصات التي يستخدمها المبحوثون للحصول على المعلومات عبر مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة (٥٠٪)، ويمكن تفسير ذلك بأن الفيسبوك أحد منصات مواقع التواصل الاجتماعي التي تتمتع بإمكانات متنوعه ووسائط متعددة لعرض الفيديوهات والأخبار في مختلف أنحاء العالم ومن مصادر مختلفة، ويستطيع المراهقون التعرض لهذه المحتويات بسهولة ويسر واستخدام الفيسبوك ببساطة في أي مكان دون التقيد بحدود معينه، واتفق ذلك مع دراسة نسرين حسام الدين (دور مواقع التواصل الاجتماعي في إدراك الشباب، ٢٠١٦)(حسام الدين، ٢٠١٦م، مرجع سابق)؛ حيث جاء الفيسبوك في الترتيب الأول من بين المواقع الأكثر استخدامًا بنسبة (٨٤.٦٪).

(٢)جاءت (زعزعة الاستقرار) في الترتيب الأول بنسبة (٤٩٪) عند سؤال المراهقين عن ماهية حرب المعلومات، ويمكن تفسير ذلك برغبة القوى المعادية من خلال تلك الحروب ببث روح التنافر والإخلال بتماسك المجتمع ووحدته لخلق مجتمع منهك معنويا ويعاني من الفرقة والفوضى مما يؤدى في النهاية إلى زعزعة الأمن والاستقرار في المجتمع، ويختلف ذلك مع دراسة ندية القاضى (اتجاهات النخبة المصرية، ٢٠١٧م) (القاضى،٢٠١٧م، مرجع سابق) حيث وصفت حرب المعلومات بأنها الإرهاب وحصل على الترتيب الأول نسبة (٨١.٣٪).

(٣)جاءت نشر الشائعات والأخبار الكاذبة في الترتيب الأول بنسبة (٥٥٪) كأحد أهم الآليات المستخدمة في حرب المعلومات عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ويمكن تبرير ذلك أن نشر الشائعات والترويج لها بين الأفراد يثير لديهم حالة من القلق والخوف وضعف الثقة بأنفسهم وحكوماتهم، وتستخدم حرب المعلومات في سبيل ذلك العديد من الوسائل كالترويج لشائعات

بصورة سريعة ومن أكثر من مصدر وعبر حسابات الأفراد وجهات وهمية، ويزداد أثر ذلك عند تداول تلك الأخبار الكاذبه بين الأفراد دون التأكد من صحتها أو وجود جهات رسمية ترصد تلك الشائعات وتصحح المحتوى الزائف المشوه الذي تبثه، في الوقت الذي تضمن فيه مواقع التواصل الاجتماعي فورية وسرعة انتشار المحتويات الزائفة، ويتفق ذلك مع دراسة محمد عبد الحليم (تعرض طلبة الجامعات لآليات حروب الجيل الرابع،٢٠٢٠م) (عبدالحليم،٢٠٢٠م،مرجع سابق) حيث جاءت الشائعات التي تثير البلبلة والعمل على افتعال الأزمات في الترتيب الأول بمتوسط حسابي (٢.٣٥).

(٤)حصلت (طمس الهوية الوطنية) على الترتيب الأول بنسبة (٦٣٪) كأحد أهم القيم التي تبثها مواقع التواصل الاجتماعي في حرب المعلومات؛ لأن أسهل طريقه للنيل من مجتمع وتحطيمه بسهولة هو القضاء على هويته الوطنية وبنيته التحتية، والتي تتمثل في هذا السياق في المراهقين، وتستغل في سبيل ذلك كل الوسائل المتاحة من إمكانات مادية ومعنوية لبث روح التشتت والأفكار الدخيلة وإقناع المراهقين بها؛ بحيث تصبح منهجًا وسلوكًا يتبعوه في حياتهم، ويقابله طمس للقيم والأفكار الأصيلة في المجتمع وبالتالي طمس الهوية الوطنية، ويتفق ذلك مع دراسة "سارة سيجيت" The cyper (cold war)، (77) 2017) حيث أكدت على أن حرب المعلومات تسعى إلى السيطرة على عقول الأفراد وطمس هويتهم مما يؤدى إلى تآكل الأمة من الداخل والخارج

(٥)احتلت (الوسطية) الترتيب الأول بنسبة (٦١٪) كأحد أهم ملامح الهوية الوطنية المتشكلة لدى المراهقين، وهذه نتيجة متوقعة لأن الوسطية والتسامح والوحدة الوطنية سمة أساسية من سمات المجتمع المصرى؛ حيث يكفل حرية في ممارسة معتقداتهم الدينية دون تعقب أو فتنة، وجاءت (وسائل الإعلام) في الترتيب الأول كأحد أهم مصادر تشكيل الهوية الوطنية لدى المراهقين بنسبة (٥٨٪)؛ وذلك لأنها تعتبر أكثر الوسائل تداولاً وانتشارًا بين الأفراد وكذلك استخدامًا من قبلهم. كما أنه لديها من الإمكانات ما يؤهلها للتأثير وبقوة خاصة في هذه الفئة من المراهقين والتي تتبهر بالتقنيات والأساليب المستخدمة في نشر المحتوى من قبل وسائل الإعلام.

(٦)لم تثبت صحة الفرض الأول فيما يتعلق بتعرض المبحوثين لقضايا حرب المعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي تبعاً لاختلاف مستوى التعرض، فيما ثبتت صحة الفرض الثاني المتعلق بتعرض المبحوثين لقضايا حرب المعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي وفقًا لدوافع التعرض، وربما يعود ذلك إلى اختلاف وتنوع المحتويات المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي من قبل المراهقين.

(٧)ثبتت صحة الفرض الثالث المتعلق بتعرض المبحوثين لقضايا حرب المعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي وفقًا لاختلاف درجة الاهتمام، وثبت أيضًا الفرض المتعلق بمستوى تعرض

المبحوثين لقضايا حرب المعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي والتأثيرات الناتجة عن هذا التعرض، وترى الباحثة أنه عندما يكون هناك دافع لدى المراهقين في التعرض لمحتوى معين والبدء بإجراء أبحاث عن قضايا معينة قد تنتج من الصفات المميزة لهذه المرحلة العمرية ونموها العقلى والجسمى بأن يبدأوا بالشعور بالنضوج والدخول لمرحلة الشباب، وبالتالي يتولد لديهم شعور أو رغبة في التعرض للمحتويات التي تهم الشباب، ومن الطبيعي أن يتأثر المراهقون بقضايا حرب المعلومات التي يتعرضون لها عبر مواقع التواصل الاجتماعي لأنهم قد يفتقدوا إلى عنصر الخبرة أو المعرفة والدراية الكافية بهذه المحتويات والغرض الخفى منها.

(٨)لم تثبت صحة الفرض المتعلق بتعرض المبحوثين لقضايا حرب المعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي وفقًا للمنطقة السكنية (ريف – حضر) والنوع (ذكور – إناث) ونوع التعليم (خاص – حكومي)، وهذا يدل على كل هذه المتغيرات السابقة لا تشكل فارقاً.

الخلاصة:

تعتبر حرب المعلومات ظاهرة خطيرة تهدد كيان الوطن، وتسعى إلى زعزعة الأمن والاستقرار ونشر الفوضى داخل الوطن، وفي هذه الحرب تستهدف القوى المعادية المراهقين والذين يشكلون اللبنة الأساسية لجيل المستقبل الذي يقع على عاتقه بناء المجتمع وحمايته، وتسعى هذه الحرب إلى طمس الهوية الوطنية للمراهقين ونشر ثقافة ومحتوى مشوه يتنافى مع طبيعة القيم والأفكار السائدة في المجتمع.

ولذلك سعت الدراسة إلى التعرف على تأثير حرب المعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الوطنية وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج المهمة، حيث عرف المبحوثون حرب المعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي بأنها زعزعة الأمن والاستقرار وإضعاف روح الانتماء والولاء لدى الأفراد، وربما يعود ذلك إلى رغبة تلك الحرب في خلق حالة من الإرباك في المجتمع وإشاعة الانقسام بين الأفراد الأمر الذي قد يصل في النهاية لإحداث فتنة في المجتمع وضعف الثقة في المبادئ والقيم السائدة للمجتمع، ويؤدي ذلك بدوره إلى طمس الهوية الوطنية للمراهقين ويختلف ذلك مع دراسة ندية القاضي (اتجاهات النخبة المصرية،٢٠١٧م)(القاضى، ٢٠١٧م، مرجع سابق) والتي وجدت أن حرب المعلومات تتمثل في الإرهاب.

كما وجدت الدراسة أن أهم الآليات المستخدمة في حرب المعلومات عبر مواقع التواصل الاجتماعي هي نشر الشائعات والأخبار الكاذبة، وترى الباحثة أن هذا الأمر يثير الشعور بالانهزامية في نفوس الأفراد والضعف، كما أنه يفقدهم الثقة في الإنجازات التي تم تحقيقها أو الإعلان عنها في الوطن نتيجة حملات التشويه والتضليل التي تقوم بها تلك الحرب، كما أن نشر الشائعات والأخبار الكاذبة يؤثر على الأداء الخاص بالقيادات والمؤسسات الحكومية؛ حيث تصبح ما بين العمل والإنجاز في سبيل النهوض

بالوطن وفي الوقت ذاته تحاول محاصرة تلك الشائعات ودحضها عبر تشكيل حائط صد قوى لمواجهة هذه الأخبار الزائفة وكشفها أمام الأفراد لتجنب الآثار الناجمة عنها لأن نجاح هذه الشائعة والآليات التي تستخدمها القوى المعادية يؤثر في النهاية على الهوية الوطنية للمراهقين، ويؤجج بداخلهم اتجاهات مختلفة كفقدان الشغف والإحساس بقيمة العمل والرغبة في مغادرة البلاد إلى أماكن أخرى أملاً في الحصول على مستقبل أفضل، وافتقاد الشعور بالأمن والأمان داخل وطنهم ونبذه للقيم والأفكار السائدة في مجتمعه الأمر الذي يقود في النهاية إلى طمس الهوية الوطنية للمراهقين، وهذا هو الهدف السامى الذي تسعى إليه حرب المعلومات حيث الوصول إلى جيل مشوه يفتقد للتراث والحضارة والأيدولوجية الثقافية التي تدفعه للحرب من أجلها.

وفي سبيل ذلك فإن حرب المعلومات تكرس كافة الجهود المتاحة لديها سواءً من الجانب البشري حيث الكوادر المؤهلة والمعدة للقيام بهذا الأمر ونشر تلك الشائعات والأخبار الكاذبة، وكذلك الجانب التقني الذي يعتمد على الوسائط والتقنيات المتعددة في عالم الاتصال وما تحويه من إمكانات وقدرات هائلة قادرة على تزييف الحقائق بصورة قد لا يستطيع المراهقون في هذه السن الصغيرة التي تفتقد للخبرة والاحتكاك الثقافي وكذلك مواكبته هذا التطور الهائل كشفها أو التصدى لها، ويتفق ذلك مع دراسة محمد عبد الحليم (تعرض طلبة الجامعات لأليات حروب الجيل الرابع، ٢٠٢٠م) (عبدالحليم،٢٠٢٠م، مرجع سابق) حيث وجدت أيضًا أن الشائعات التي تثير البلبلة والعمل على افتعال الأزمات هي أهم الآليات المستخدمة في حرب المعلومات.

كما توصلت الدراسة إلى أن من أهم ملامح الهوية الوطنية هي الوسطية والحضارة والتسامح والعاطفة، وهذه سمة أساسية من سمات الشعب المصري وصفات وقيم تتوارثها الأجيال حيث لا مجال للعنف أو الطائفية أو الفتنة في مصر، ووجدت الدراسة أن من أهم القيم التي تبثها مواقع التواصل الاجتماعي في حرب المعلومات هي طمس الهوية الوطنية وترى الباحثة أن هذا الهدف يعتبر الأكثر خطورة على الإطلاق.

فهذه القوى المعادية لا تدخر جهدًا في سبيل الوصول إلى هذا الغرض؛ حيث يتم البدء بتسريب بعض الأفكار والعادات بطرق مختلفة سواءً عن طريق الأفلام أو الموسيقى وغيرها بهدف جس نبض واختبار اتجاهات وردود أفعال المراهقين تجاه هذه الأفكار الغريبة، وإذا ما لاقت قبولاً واستحساناً فإنها تستمر في بث هذه الأفكار المشوهة للتأثير على المراهقين وإقناعهم بأن هذه الأفكار هي السبيل لحياة الرقى والتحضر، وجعلهم ينفرون من قيمهم السائدة والأصيلة وبالتالى تطمس هويتهم الوطنية في الوقت الذي يشكلون فيه مستقبل الأمة وأساسها وقوتها الداعمة.

واتفق ذلك مع دراسة ساره سيجيت (THE CYPER COLD WAR، 2017) والتي وجدت أن حرب المعلومات تسعى إلى تغيير الفكر والعقل لتتآكل الأمة من الداخل والخارج، وانطلاقًا مما سبق

ذكره ومن خطورة تلك الحرب الشعواء فإن الباحثة ترى أنه يمكن الأخذ ببعض التوصيات في سبيل التصدي لهذه الحروب ويمكن ذكرها في النقاط التالية :

(١)تفعيل دور مؤسسات التنشئة الاجتماعية كالأسرة والمدرسة ودور العبادة والجامعة.

(٢)تأهيل القائمين بالاتصال في مجال الإعلام وتدريبهم على رصد القيم والأفكار التي تسعى القوى المعادية إلى بثها من خلال حرب المعلومات والتصدي لها.

(٣)توفر القيادات والمؤسسات الحكومية في الدولة آليات واستراتيجيات متنوعة تتمكن من خلالها التصدي لحروب المعلومات وتشكيل قوى مضادة لها.

(٤)توفير مقررات دراسية متنوعة في المراحل التعليمية المختلفة تؤكد على حب الوطن والانتماء والتمسك بالهوية الوطنية والتوعية بخطورة حرب المعلومات وعرض النماذج المشرفة من الأبطال والعلماء والشهداء.

(٥)الاهتمام بوجود (بتشكيل) لجان وكتائب إلكترونية مضادة للقوى المعادية وحروبها المعلوماتية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

مراجع الدراسة:

أولاً: المراجع العربية:

١- الأسمري، عبد الرحمن بن عوض وإسماعيل، نصرة محمود والمالكى، منصور سعيد وعبد الله، جابر محمد وعبد الفتاح، أسامة: "الدور التربوى للإعلام الجديد في غرس الهوية الوطنية لدى الطفل السعودي، دراسة تطبيقية على عينة من مسلسلات الرسوم المتحركة في موقع قناة SBC"، (مجلة البحث العلمى في التربية - كلية البنات للآداب والعلوم والتربية - جامعة عين شمس - العدد ٢١- الجزء الثالث عشر – ٢٠٢٠م).

٢- الحلبي، هشام:" حروب الجيل الرابع والأمن القومى المصري: دراسة سيسيولوجية تحليلية "، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة جنوب الوادى: كلية الأداب، قسم الإعلام، ٢٠١٨م).

٣- الحلبي، هشام:"حروب الجيل الرابع والأمن القومى فهم التغير في شكل الحرب"، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية، أبو ظبي، الطبعة الأولى،٢٠٢٠م.

٤- السيد، محمد عبد البديع:"علاقة القنوات الفضائية ومواقع التواصل الاجتماعي بدعم وتعزيز الهوية الوطنية لدى الشباب المصرى"، (المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال - كلية الإعلام - جامعة الأهرام الكندية - المجلد ٢٢ - العدد ٢٢ – ٢٠١٨م).

٥- السيف، محمد بن إبراهيم بن عبد الرحمن:"دور التعليم ووسائل الإعلام في تعزيز الهوية الوطنية في المجتمع السعودي، دراسة تطبيقية على بعض خريجي الجامعات "، (مركز الدراسات والبحوث - كلية الملك فهد الأمنية - المجلد ٢٨ - العدد ٧٢)، ٢٠١٨م.

٦- الشيخ، ريهام مجدي: "تعرض المراهقين للبيانات العسكرية بالفضائيات المصرية وعلاقته بمستوى الانتماء لديهم "، (مجلة دراسات الطفولة - جامعة عين شمس - كلية الدراسات العليا للطفولة - المجلد ٢٣- العدد ٨٨- يوليو ٢٠٢٠م).

٧- القاضي، ندية عبد النبى محمد:" اتجاهات النخبة المصرية نحو إدارة المواقع الإخبارية لآليات حروب الجيل الرابع في مصر"، (المجلة المصرية لبحوث الرأى العام – كلية الإعلام – جامعة القاهرة -المجلد السادس عشر - العدد الثالث - سبتمبر ٢٠١٧م).

٨- الهاشمي، ديدوش وهجيرة، بن سغفجول: "الإعلام الجديد وآثاره على قيم الأسرة الجزائرية بين الحتمية التكنولوجية والحتمية القيمية"، (مجلة الدراسات الإعلامية - المركز الديمقراطي العربي برلين- العدد السادس - فبراير ٢٠١٦م).

٩- أبو حطب، فؤاد وعثمان، سيد:" التقويم النفسي"، (القاهرة: الأنجلو المصرية، ١٩٧٣م).

١٠-أبوالغنم، زياد أحمد: "دور وسائل الإعلام في تعزيز الانتماء الوطني: دراسة حالة طلاب الجامعة الأردنية في الفترة الزمنية من ٢٠١١-٢٠١٣م"، رسالة دكتوراة غير منشورة، (جامعة أم درمان الإسلامية: كلية الإعلام، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠١٣م).

١١-أحمد، جمال شفيق: "استراتيجيات مواجهة حروب الجيل الرابع بين اساليب الإرهاب الخادعة وتعظيم دور الوعي الأمنى لدى المواطنين: رؤية نفسية"، مركز بحوث الشرق الأوسط والدراسات المستقبلة، أغسطس - ٢٠٢٠م.

١٢-بريخ، طارق معمر:"دور وسائل الإعلام والتلفزيون في تعزيز الوعي بالهوية والقضايا الوطنية"، (مجلة الدراسات الإعلامية - المركز الديمقراطى العربي برلين - فبراير ٢٠١٩م).

١٣-بكار، عبد الكريم: "المراهق كيف نفهمه وكيف نوجهه"، ط ٣، (الرياض: دار السلام للنشر والتوزيع والترجمة، ٢٠١١م).

١٤-بكر، ياسر:"حرب المعلومات"، ط ٢، (القاهرة: أخبار اليوم للنشر والتوزيع، فبراير ٢٠١٧م).

١٥-بلقاسمي، آمنه ياسين: "العولمة الثقافية وتأثيرها على هوية الشباب والمراهقين الجزائرين: دراسة تحليلية"، (مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية - جامعة قاصدى مرباح – ورقله- العدد الثامن- ٢٠١٨م).

١٦-بن طيفور، مصطفى بن طيفور:" الإعلام الجديد والهيمنة الثقافية الناعمه، دراسة تحليلية لواقع الهوية اللغوية والدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك)"، (مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية - المجلد الرابع - العدد السابع – ٢٠١٦م).

١٧-بن وزة، خديجة وغرغوط، عاتكة:" العلاقة بين الهوية الوطنية والمواطن"، (مجلة السراج في التربية وقضايا المجتمع - مارس ٢٠١٨م).

١٨-بو بكر، بوعزيز وبابه، سيفون:" وسائل الإعلام والهوية الثقافية في ظل العولمة بين التعزيز والإستلاب"، (مجلة الإناسة وعلوم المجتمع - المجلد الخامس - العدد الثانى – ٢٠٢١م).

١٩-بوقلوف، سهام:" أزمة الهوية في ظل الإعلام الجديد: دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي الفيسبوك في الجزائر"، (مجلة جيل العلوم الإنسانية والاجتماعية - العدد ٢٢ - لبنان - يوليو ٢٠١٦م).

٢٠-تكركارت، عبد المالك:" المعلومات وإدارة الحرب النفسية دراسة وصفية مع حالات وتطبيقات في الحرب الإستعلامية"، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة الجزائر: كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم علوم الإعلام والاتصال، ٢٠٠٤م).

٢١-جلعود، وليد غسان سعيد:" دور الحرب الإلكترونية في الصراع العربي الإسرائيلي "، (جامعة النجاح الوطنية- كلية الدراسات العليا، ٢٠١٣م).

٢٢-حسام الدين، نسرين:" دور مواقع التواصل الاجتماعي في إدراك الشباب المصرى لمخاطر حروب الجيل الرابع، دراسة ميدانية "، (المجلة المصرية لبحوث الرأى العام - كلية الإعلام – جامعة القاهرة – المجلد الخامس عشر، العدد الثانى - يونيو ٢٠١٦م).

٢٣-حكيم، قطافي:" حرب المعلومات المفهوم والتطبيق دراسة وصفية تحليلية "، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة الجزائر: كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم علوم الإعلام والاتصال، ٢٠٠٥م).

٢٤-حمداوي، جميل:" المراهقة خصائصها ومشاكلها وحلولها "، دار الألوكة للنشر، د.ت.

٢٥-خيري، السيد محمد:"الإحصاء النفسي والتربوي"، (الرياض: مطبعة جامعة الرياض، ١٩٧٥م).

٢٦-ربحي، مصطفى:"مشكلة الوعي الشبابي العربي بين إرادة التغير ورهان فهم التحديات: مقارنة لبناء هوية التغيير"، مركز البصيرة للبحوث والإستشارات والخدمات التعليمية، العدد ٢٣، ٢٠١٦م.

٢٧-رشاد، سوزي محمد:" إشكالية العلاقة بين ظاهرة الإرهاب الجديد والإعلام الرقمى"، (مجلة كلية الإقتصاد والعلوم السياسية - المجلد العشرون- العدد الأول -٢٠١٩م).

٢٨-عبد الحليم، محمود محمد:" تعرض طلبة الجامعات لآليات حروب الجيل الرابع بمواقع القنوات الفضائية الإخبارية وعلاقته بمستويات الوعي بمخاطرها على الأمن القومى المصري: دراسة في إطار مدخلى إدارة الصراع والتهديدات المجتمعية "، (مجلة البحوث الإعلامية - جامعة الأزهر - العدد الثالث والخمسون - الجزء الثاني. يناير ٢٠٢٠م).

٢٩-عبد السلام، خالد:" التحديات الثقافية للعولمة وانعكاسها على هوية الشباب العربي واستراتيجيات التحصين: مقارنة نفسية واجتماعية"، (مجلة دراسات وأبحاث – جامعة الجلفة - العدد ٢٢٩ - ديسمبر ٢٠١٧م).

٣٠-عبد الصاحب، سعد مطشر وعبد الخالق، نهلة عبد الرزاق: " الفضائيات العربية ودورها في تدعيم الثقافة والهوية الوطنية"، (مجلة الباحث الإعلامي - جامعة بغداد - المجلد الثالث – ٢٠١٢م).

٣١-عزالدين، زينب حسني:" أثر حروب الجيل الرابع على الأمن القومى العربي ودراسة حالة على تنظيم الدولة الإسلامية (٢٠١١-٢٠١٦م) "، المركز الديمقراطى العربي، ٢٠١٦م.

٣٢-علي، محمد عز الدين: "حرب المعلومات في ظل عصر المعلومات "، (مجلة الدراسات الإنسانية، كلية الآداب والدراسات الإنسانية - جامعة دنقلا- العدد الثالث - يناير ٢٠١٠م).

٣٣-علي، محمود محمد: " الاقتصاد المعرفي ودوره في تعافى الدولة المصرية من حروب الجيل الرابع"، (المجلة العربية للأداب والدراسات الإنسانية – العدد ١٢- إبريل ٢٠٢٠م).

٣٤-فتحي، إسراء أحمد: " آليات توصيف حروب الجيل الرابع في مواقع التواصل الاجتماعي واتجاهات الجمهور المصرى نحوها"، رسالة ماجستير غير منشورة، (مجلة البحوث بكلية الآداب – جامعة المنوفية – ٢٠٢٠م).

٣٥-قطبى، رضا: "شبكات التواصل الاجتماعي والمشاركة السياسية للشباب المغربى في الإنتخابات الجماعية والجمهورية لسنة ٢٠١٥م"، دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجامعي، (مجلة الجامعة العربية الأمريكية للبحوث - المجلد الثالث – العدد ١- ١٢٠١٧م).

٣٦-محمد، شيماء أبو الليل محمد:" دور حرب الخليج المعلومات في التأثير على التغطية الصحفية في حرب الخليج الثالثة "،(بحث منشور في المجلة العلمية لبحوث الصحافة - كلية الإعلام -جامعة القاهرة – العدد الرابع - ٢٠١٥م).

٣٧-مرتاض، عبد المالك: "العولمة وتدمير الهوية الوطنية "، مؤسسة بونه للبحوث والدراسات، العدد الثالث، يونيو، ٢٠٠٥م.

٣٨-مزيد، رنا محمد عبد العال:"التهديدات الدولية والإقليمية وآثارها على الدولة المصرية، دراسة حالة حروب الجيل الرابع"، (المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية - كلية التجارة بالإسماعيلية - جامعة قناة السويس - المجلد العاشر - العدد الرابع - ٢٠١٩م).

٣٩-ناصري، سميرة، "دور الشباب على مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الوطنية"، (مجلة العلوم القانونية والسياسية - جامعة خنسله - الجزائر - المجلد ١١ - العدد ١- إبريل ٢٠٢٠م).

٤٠-ناهض، زينب كاطع وحسن، طالب جبار:"الإرهاب الإلكتروني أسبابه وطرق العلاج"، مركز البيان للدراسات والتخطيط، ٢٠١٩م.

٤١-نعيمة، برارى:"العولمة الإعلامية والهوية في وسائل الإعلام العربية (التلفزيون نموذجًا)"، (مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية - جامعة محمد بوضياف بالمسيلة - العدد الحادى عشر - ديسمبر ٢٠١٦م).

ثانياً: المراجع الأجنبية:

1- BARNETT, Brandon.j.countering disin formation campaigns on face book and Twitter against us Citizens, OPT.

2- BARNETT, Brandon, "J. countering disinformation campaigns onFace book and Twitter against US Citizens", Phd thesis. Utica College, 2019.

3- Bachofer, Robert, “Identity is the message How the media construct European and national identity ،acompeartive analysis of political and cultural identity building via the media coverage of the European parliament elections and the eurovision song contest 2014 cief . center Rychnovska.

4- Bliss, Philip R. "Russia s use of cyperspace in support of information war fare”, PHD, thesis, Utica college, 2020.

5- Dagmar ،and Kohut, Martin "The Battle for truth: Mapping the network of information war experts in the Czech Republic " New perspectives, vol. 26, no.3, oct.2018 .

6- Dickson, Joshua oigid, "Social Media as asource of self identity formation: challenges and oppourtunities for youth ministry”, Master Degree, Stellen Bosch University ،2015.

7- Esrhov, Yury M., " National identity in new media, the xxvi Annual international Academic conference ،language and culture, 27-30 October 2015" ،(National Research) Tomsk state university ،Russia.

8- Gao Yuan, " Constructing national identity through media ritual: acase study of the cctv spring festival Gala", master thesis submitted to the department of information and media Uppsala University, 2012.

9- Ganda, Madison, "Social media and self infuences on the formation of identity and understanding of self through social networking sites ", requirements for the degree of Bachelor of Arts ،University Honors and Sociolgy, PHD, 2014, (Portland state University).

10- Hall, Alice, " The mass media ،cultural identity and percpetions of national character and analysis of frames in US and Candian coverage of audiovisual materials in the GATT ، University of Missouri – st .louis , July, 2000.

11- Hert, lauraM "Russias Hybrid warfare why narritives and ideational factors play arole in international factorf play arole in international politics" on line journal Modelling the New Europe ،2016.

12- Kalpokas, Ignas, "Information warfare on social media: abrand management perspective, Baltic journal of law and politics (elektroninis is teklius). Kaunas, Berlin: vytautas Magnus university, walter De Gruyter, 2017, vo 1010, iss 1.

13- Laevskaya, Olga:" Information warfare practices: Russia va the unitedStates". Diss. Webster university, Vienna, 2018 .

14- Lamanauska, Lordache, D.D., s ،v.(2013)" Exploring the usage of social networking websites : perceptions and public opinion of Romanian university students " . Informatica Economic .

15- Lasillo, Emillio. "Chinas three warfare strategy mitigates fallout from cyper Espionage activities " Journal of Strategic Security ،vol . 9 ،no. 2, 2016.

16- M, Lawrie," National identity and muslim immigrant " representation in the British and Danish press ،2005-2015" ،Robert Gorden University, ph D thesis.

17- Singer, p.w. and Brooking, Emerson T., "like war: the weaponization of social media", New York : Eaman (Dolan ،Houghton Mifflin Harcourt, 2018.

18- Siggett, Sara., "the cyper cold war, Alook in to Russias information war fare capabilities, 2017" PHD Thesis ،Utica college.

19- Zelenkauskaite ،Asta ،and Balduccini, Marcello, " Information warfare and online news commenting: Analyzing forces of social influence through location – based commenting user typology " social media society, July, 2017.