

تعرض الجمهور المصري لأخبار قضايا القتل العمد عبر مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته باتجاهاتهم نحوها

إعداد

أ. امنيه عبد المنعم محمد عبد المنعم محمود
باحثة ماجستير بكلية الآداب قسم إعلام شعبية
إذاعة "راديو وتليفزيون" تخصص تكنولوجيا فن إذاعي

إشراف

أ.م.د. أحمد أحمد أحمد أحمد عثمان
أستاذ الإذاعة والتليفزيون المساعد بقسم
الإعلام كلية الآداب – جامعة المنصورة

**The Egyptian public's exposure to news of premeditated
murder cases via social media and its relationship to their
attitudes towards them**

Prepared by

Omnia Abdel Moneim Mohamed Abdel Moneim Mahmoud
Master's Researcher, Faculty of Arts, Department of Media, Radio
and Television Division, Radio Arts Technology Specialization

Supervised by

Prof. Dr. Ahmed Ahmed Ahmed Ahmed Othman
Assistant Professor of Radio and Television, Department of
Mass Communication, Faculty of Arts, Mansoura University

تعرض الجمهور المصري لأخبار قضايا القتل العمد عبر مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته باتجاهاتهم نحوها

إعداد/ أ. أمني عبد المنعم محمد عبد المنعم محمود*
إشراف أ.م.د. أحمد أحمد أحمد عثمان*

المستخلص:

هدفت هذه الدراسة الى التعرف على كثاف تعرض الجمهور المصري لأخبار قضايا القتل العمد عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك من خلال رصد مدى كثافة تعرض الجمهور المصري لأخبار مواقع التواصل الاجتماعي، ودوافع التعرض، ومستوى انتباه الجمهور أثناء التعرض، ومدى إدراك الجمهور المصري لواقعية المضمون المقدم من خلال هذه المواقع، وتأثير ذلك على اتجاهات الجمهور، وهي دراسة وصفية اعتمدت الدراسة على منهج المسح بشقيه، وللتحقق من ذلك، تم تصميم استمارة الاستبيان وُزعت إلكترونياً على مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي من الجمهور المصري، وقد بلغ حجم العينة 400 مفردة، وتم استقصاء آرائهم عبر الانترنت.

وتوصلت الباحثة في دراستها على :

(1) توجد علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة احصائية بين كثافة تعرض الجمهور المصري لأخبار قضايا القتل العمد واتجاهات الجمهور نحوها، حيث كلما ازداد تعرض الجمهور المصري لأخبار قضايا القتل العمد عبر مواقع التواصل الاجتماعي زاد من تأثير هذه المواقع على اتجاهات الجمهور.

(2) تتأثر العلاقة بين كثافة تعرض الجمهور المصري لأخبار قضايا القتل العمد المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي واتجاهات الجمهور نحو هذه القضايا بالمتغيرات التالية: دوافع تعرض الجمهور المصري لأخبار قضايا القتل العمد عبر مواقع التواصل الاجتماعي، مستوى الانتباه، مستوى إدراك واقعية المضمون.

الكلمات المفتاحية: تعرض الجمهور المصري، أخبار قضايا القتل العمد، مواقع التواصل الاجتماعي.

* باحثة ماجستير بكلية الآداب قسم إعلام شعبة إذاعة "راديو وتلفزيون" تخصص تكنولوجيا فن إذاعي

* أستاذ الإذاعة والتلفزيون المساعد بقسم الإعلام كلية الآداب - جامعة المنصورة

The Egyptian public's exposure to news of premeditated murder cases via social media and its relationship to their attitudes towards them

Abstract:

This study aimed to identify the density of the Egyptian audience for news of famous celebrities through social networking sites, by monitoring the extent of the content produced by the Egyptian audience for news of social networking sites, the motives of celebrities, the level of the audience during viewing, and the extent of the audience's attraction to the realistic content provided by Egyptians through these sites, which leads to targeting the audience, This is a descriptive study that relied on the survey method in both its aspects. To verify this, a questionnaire was designed and distributed electronically to social media users from the Egyptian public. The sample size reached 400 individuals, and their opinions were surveyed via the Internet.

In her study, the researcher concluded that:

1. There is a statistically significant direct correlation between the intensity of the Egyptian public's exposure to news about premeditated murder cases and the public's attitudes toward them. The more the Egyptian public is exposed to news about premeditated murder cases on social media, the greater the influence of these sites on public attitudes.
2. The relationship between the intensity of the Egyptian public's exposure to news about premeditated murder cases presented via social media and the public's attitudes toward these cases is influenced by the following variables: The Egyptian public's motives for exposure to news about premeditated murder cases via social media, its level of attention, and its level of perception of the content's realism.

Keywords: The Egyptian public exposed, news of premeditated murder cases, social media.

تعرض الجمهور المصري لأخبار قضايا القتل العمد عبر مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته باتجاهاتهم نحوها

مقدمة:

تشهد الساحة الإعلامية تطورات تكنولوجية -لا مثيل لها من قبل- في شتى وسائل الاتصال ومن هذه التطورات التي أفرزتها التكنولوجيا هي وسائل الإعلام الجديدة بأشكالها المتعددة والتي منها مواقع التواصل الاجتماعي بإعتبار أن مواقع التواصل الاجتماعي أحد مصادر الحصول على المعلومات، ثمة أفراد يعتمدون عليها بشكل كبير في استيفاء المعلومات وتكوين الاتجاهات.¹

وتأتي أهمية مواقع التواصل الاجتماعي من الدور الذي تقوم به والتأثيرات التي تخلقها في تشكيل اتجاهات الجمهور، حيث أن 87.8% من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي من الجمهور المصري يتابعون مواقع التواصل الاجتماعي لأنها تمتاز بصدق معلوماتها ، 84% من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي تتابعها لأنها تناقش قضايا مهمة في المجتمع بكل حرية.²

وتلعب مواقع التواصل الاجتماعي دور حيوي في تزويد الجمهور بكم هائل من المعلومات والأخبار التي يبحثون عنها او يتعرضون لها بشكل مباشر، والتي تسهم في تشكيل اتجاهات الجمهور حول العديد من القضايا المجتمعية والتي قد ترتبط بالبيئة المحيطة بها.

وقد سجلت السنوات الأولى من القرن الحادي والعشرين تزايداً في معدلات الجريمة وسرعة انتشارها، وتعدد أنواعها وتطور ملحوظ في أدواتها وأساليبها نتيجة للتطورات التقنية والعلمية المتسارعة الي تشهدها المجتمعات، وتدشين ثورة تكنولوجيا المعلومات وما واكبها من تغيرات في أنماط السلوك الاجتماعي للأفراد والجماعات، جميع تلك العوامل ساعدت علي ظهور الجرائم التي وقعت في مختلف بلدان العالم ومن بينها مصر.³

وفي السياق المصري، باتت أخبار جرائم القتل العمد تحظى بتغطية مكثفة عبر المنصات الرقمية حيث تتداولها صفحات الاخبار والمستخدمون بسرعة وانتشار كبير مصحوبه بالتعليقات والتفسيرات الشخصية التي تسهم في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو الجريمة والضحايا بل وتؤثر في تصوراتهم عن القضايا.

وقد لاقى موضوع الخوف من الجريمة محل اهتمام العديد من الدراسات غير العربية في العقود الماضية، إلا أن الاهتمام به من الجانب العربي بدأ متأخراً نتيجة التحولات المتسارعة التي تشهدها

الساحة العربية من تطور تكنولوجي وتقدم صناعي وعلمي وزيادة الفجوة بين طبقات المجتمع، وأن الخوف من الجريمة مشكلة أكبر من الجريمة ذاتها، حيث تنعكس على تصرفات الفرد وأفعاله.⁴ ويعد الخوف من الجريمة مشكلة نفسية واجتماعية خطيرة، فقد تم دراسته عالمياً منذ ما يزيد عن خمسين عاماً، كما أثار موضوع الخوف من الجريمة اهتمام العلماء والمؤسسات الأمنية والوطنية في الغرب خاصة أمريكا وأوروبا، ويعتقد أن السياق الثقافي يعد محور حيوي في فهم الجريمة، فكل مجتمع له ثقافته في النظر لسلوكيات معينة واعطاؤها صفة الجريمة.⁵

مشكلة الدراسة:

انطلاقاً من حقيقة علمية مفادها أن الملاحظة أحد المصادر المهمة في تحديد المشكلة البحثية، قد لاحظت الباحثة من خلال موابقتها للأحداث الجارية عبر مواقع التواصل الاجتماعي انتشار ظاهرة القتل العمد في الشارع المصري في الأونة الأخيرة لأسباب نفسية واجتماعية ودينية، وشهد المجتمع حالة من الخوف الشديد تجاه انتشار هذه القضايا، وأن الأفراد ينساقون وراء مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات وتناولتها مواقع التواصل الاجتماعي بالصوت والصورة التي كان لها دور كبير في تشكيل اتجاهات الجمهور.

وتعد الدراسات السابقة مصدر آخر من مصادر تحديد المشكلة البحثية، وكشفت بعض الدراسات عن وجود تأثير فعال لمواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الجمهور، حيث أنها تعتبر المصدر الرئيسي للأخبار والمعلومات لما تنسم به من سرعة وشيوع وانتشار، ولكن هناك ندرة في الدراسات التي تناولت تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الجمهور المصري فيما يتعلق بقضايا القتل العمد عبر مواقع التواصل الاجتماعي حسب اطلاع الباحثة، واهتمت الدراسات السابقة بتأثير مواقع التواصل الاجتماعي في أغلب موضوعات الحياة ماعدا ما يخص قضايا القتل العمد، تسعى هذه الدراسة من خلال مدخل الاستخدامات والتأثيرات الى دراسة التأثيرات النفسية لمواقع التواصل الاجتماعي على الجمهور والتي سعت في تحديد اتجاهاته حول قضايا القتل العمد.

في ضوء ما سبق تتبلور مشكلة الدراسة في رصد كثافة تعرض الجمهور المصري لأخبار قضايا القتل العمد عبر مواقع التواصل الاجتماعي على اتجاهاتهم نحو هذه القضايا، فضلاً عن التعرف على العلاقة بينهم، ومدى تأثير كل من (دوافع تعرض الجمهور المصري لأخبار قضايا القتل العمد، مستوى انتباه الجمهور المصري أثناء التعرض، ومستوى إدراك الشباب لواقعية المضمون المقدم على مواقع التواصل الاجتماعي، والمتغيرات الديموغرافية للجمهور المصري) على هذه العلاقة.

أهمية البحث:

أ. الأهمية العلمية:

تتمثل أهمية البحث فيما يأتي:

1. تنبع أهمية الدراسة من تناولها لوسيلة هامة ذات شعبية جماهيرية وهي مواقع التواصل الاجتماعي بما تمتلكه من إمكانيات كبيرة لتحقيق التواصل والتفاعل الاجتماعي.
2. تتناول الدراسة قضايا القتل العمد التي تقدم عبر مواقع التواصل الاجتماعي وذلك لخطورة وسرعة انتشارها في المجتمع في الأونة الأخيرة.
3. تكمن أهمية هذه الدراسة في دورها في إضافة نتاج جديد إلى التراكم المعرفي حول التعرض لقضايا القتل العمد عبر مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته باتجاهات الجمهور المصري نحوها.
4. ندرة الدراسات العربية والأجنبية التي تناولت موضوع قضايا القتل العمد على مواقع التواصل الاجتماعي حيث تناولت أغلب الدراسات الجرائم الالكترونية على مواقع التواصل الاجتماعي فقط وتأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي.
5. الإقبال المتزايد من الجمهور المصري على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ليس من أجل الترفيه والتسلية فقط وإنما من أجل متابعة الأخبار والأحداث في جميع أنحاء العالم والحصول على المعلومات المتنوعة في جميع المجالات.

ب. الأهمية التطبيقية:

تتمثل الأهمية التطبيقية فيما يأتي:

1. يمكن الاستفادة من نتائج هذه الدراسة تطبيقياً في معرفة كيفية تعرض الجمهور المصري لقضايا القتل العمد المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته باتجاهاتهم نحو هذه القضايا.
2. دراسة أهمية الدور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على الجمهور.
3. يؤمل أن تسهم هذه الدراسة في تشجيع الباحثين الآخرين في الميدان الإعلامي لعمل دراسات أخرى حول قضايا القتل العمد على مواقع التواصل الاجتماعي ودراساتها من جوانب ودينية واجتماعية.

4. تكتسب هذه الدراسة بعداً مجتمعياً في دراسة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الجمهور وعلى اتجاهاتهم فيما يقدم لهم على هذه المواقع.

أهداف البحث:

تمتلك الدراسة هدف رئيسي وهو التعرف على كثافة تعرض الجمهور المصري لأخبار قضايا القتل العمد المقدمة عبر وسائل التواصل الاجتماعي واتجاهاتهم نحو هذه القضايا.

يهدف البحث إلى التعرف على:

1. كثافة تعرض الجمهور المصري لأخبار قضايا القتل العمد عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
2. دوافع تعرض الجمهور المصري لأخبار قضايا القتل العمد عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
3. مستوى انتباه الجمهور المصري مع القضايا المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
4. مستوى إدراك الجمهور المصري لأخبار قضايا القتل العمد عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
5. اتجاهات الجمهور المصري نحو قضايا القتل العمد المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

الإطار النظري للبحث: (مدخل الاستخدامات والتأثيرات)

تعتمد هذه الدراسة على مدخل الاستخدامات والتأثيرات الذي يعد المدخل المناسب لهذه الدراسة، ويعد مدخل الاستخدامات والتأثيرات أحد المداخل الأكثر حداثة في دراسة العلاقة بين استخدام وسائل الاعلام الجديدة وبين التأثيرات الناتجة من هذا الاستخدام.

مدخل الاستخدامات والتأثيرات:

إن مدخل الاستخدامات والتأثيرات غير الطرق التقليدية للتفكير في التأثيرات الاتصالية، فهو يبحث في كيف يستقبل أفراد الجمهور الرسائل الاتصالية بطرق نشطة طبقاً لاحتياجاتهم الخاصة، ويؤكد على أن الأفراد يقومون باختيارات واعية من بين العناصر المختلفة للمضمون الاتصالي، ويختارون ما يشاهدونه ومن ثم فإن درجة وتنوع التأثيرات الاتصالية ستعتمد على حاجه أفراد الجمهور.⁶

بات مدخل الاستخدامات والاشباعات مستنداً إلى بعض الأسس النظرية ويفترض الباحثون وجود بعض المتغيرات الوسيطة التي تحدد التأثيرات الاتصالية على أفراد الجمهور، حيث تشير الدراسات الحديثة الى وجود علاقة بين مجموعة المنافع التي يحصل عليها أفراد الجمهور من استخدامهم للوسيلة او مضمونها من جهة والتأثيرات الاتصالية من جهة أخرى، وقد ساعدت هذه الدراسات على سد الفجوة بين منهج التأثير التقليدي ومنهج الاستخدامات والاشباعات⁷، مما أنتج ظهور مدخل الاستخدامات والتأثيرات والذي ينظر إلى استخدامات وسائل الاتصال والنتيجة المترتبة على هذا الاستخدام، وذلك لأن مدخل الاستخدامات والاشباعات قد أكد أن التنوع في إشباعات افراد الجمهور من وسائل الاتصال يرتبط بتأثيرات الرسائل عليهم⁸

فروض النظرية:

- أعضاء الجمهور مشاركون فاعلون في عملية الاتصال الجماهيري ويستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلبي توقعاتهم.
- استخدام وسائل الاتصال من الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور ويتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية وعوامل التفاعل الاجتماعي وتنوع الحاجات.
- التأكيد على أن الجمهور هو الذي يختار الرسائل والمضامين التي يشبع بها حاجته، فالأفراد هم الذين يستخدمون الوسائل وليست الوسائل هي التي تستخدمهم.
- يستطيع أفراد الجمهور دائماً تحديد احتياجاتهم ودوافعهم وبالتالي يختارون الوسائل التي تشبع حاجاتهم.
- يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال وليس من خلال محتوى الرسائل فقط⁹.

مدى إفادة البحث الحالية من مدخل الاستخدامات والتأثيرات:

من خلال دراستي للنظرية وتمحيصها ومحاولة الوقوف على أهم مفاهيمها وفرضياتها ونتائجها أرى أن مدخل الاستخدامات والتأثيرات من أهم المداخل النظرية التي تتفق وتخدم أهداف دراستي، حيث أنه له علاقة مباشرة أو ضمنية مع موضوع دراستي وهذا المدخل له القدرة على إيصال الباحث لفهم الجمهور المستهدف بالبحث " عينة الدراسة " والتعرف على اتجاهاته ودوافعه وأنماط سلوكه.

ويعد مدخل الاستخدامات والتأثيرات مناسباً لدراسة تعرض الجمهور المصري لأخبار قضايا القتل العمد عبر مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته باتجاهاتهم نحوها، وذلك باعتبار أن تغيير اتجاهات الجمهور أحد التأثيرات المتوقعة من تعرض الجمهور المصري لأخبار قضايا القتل العمد كأحد المضامين المقدمة على مواقع التواصل الاجتماعي، وهذا ما يهتم به مدخل الاستخدامات والتأثيرات الذي يعني بجمهور الوسيلة الإعلامية من خلال دراسة الوسائل التي تشبع رغباته وتلبي احتياجاته،

وفي إطار هذا المدخل يتم التعرف على نوعية النشاط المدعم أو المعوق للتأثيرات الناتجة عن التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي، والتعرف على الدوافع النفعية والطقوسية لدى الجمهور المصري الناتجة عن استخدامهم مواقع التواصل الاجتماعي.

الدراسات السابقة:

- تم مراجعة التراث العلمي، وتم تقسيم الدراسات السابقة إلى محورين:
- المحور الأول: دراسات اهتمت باستخدام الجمهور لمواقع التواصل الاجتماعي.
- المحور الثاني: دراسات اهتمت باتجاهات الجمهور نحو مواقع التواصل الاجتماعي.
1. دراسة Dane Kiambi (2025)

بعنوان: "دور وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز العلاقات بين المنظمة والجمهور في كينيا" وتهدف هذه الدراسة إلى التحقيق في كيفية استخدام المتخصصين في العلاقات العامة في كينيا لوسائل التواصل الاجتماعي لتعزيز العلاقات القائمة على الثقة وتفعيل التبادلية في السيطرة مع جماهيرهم، وتعتمد الدراسة على مقابلات معمقة مع 21 من كبار الممارسين في مختلف القطاعات، بما في ذلك وكالات الاستشارات والشركات المتعددة الجنسيات والهيئات الحكومية، لاستكشاف كيفية استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بشكل استراتيجي لبناء الثقة وإشراك أصحاب المصلحة.

تكشف النتائج أن الممارسين يرون أن وسائل التواصل الاجتماعي أساسية لبناء علاقات قائمة على الثقة وإضفاء طابع ديمقراطي على التواصل، وبالتالي تحقيق التوازن في ديناميكيات القوة بين المؤسسات وجماهيرها. ويستخدم الممارسون منصات تواصل اجتماعي مختلفة، مصممة خصيصاً لتحقيق أهداف محددة، على الرغم من وجود فجوة في كفاءة التحليلات المتقدمة.

2. دراسة نسرين شعطوق (2021)

بعنوان: "استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتشكيل الرأي العام" هدفت هذه الدراسة الى تقييم دور مواقع التواصل الاجتماعي وإظهار التأثيرات الخاصة بهذه المواقع (الفيسبوك- الانستغرام- الواتساب) على سلوكيات الطلبة والأساتذة الجامعيين، ومعرفة المضامين التي يتداولها الأساتذة الجامعيين، وتأثير مواقع التواصل على الرأي العام لديهم واعتمدت الدراسة على نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام، وتبنى الدراسة المنهج الوصفي واستخدمت العينة الطبقية من الأساتذة الجامعيين عن طريق الاستبيان الورقي والالكتروني.

وقد أسفرت الدراسة عن عدة نتائج ذات الصلة بموضوع الدراسة:

- كشفت الدراسة أن العامل النفسي هو العامل المؤثر في الرأي الشخصي للأساتذة الجامعيين عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وأنهم لا يشاركون في خلق جدل بين الأفراد حول جائحة كورونا، وأن مواقع التواصل الاجتماعي تؤثر على الأساتذة الجامعيين في قناعاتهم ونشاطاتهم.

- أوضحت الدراسة أن أغلب المبحوثين يعتمدون على الحجج والبراهين ومشاركة الصور والتعليق عليها في إبراز المواقف الفردية وتحويلها الى رأي عام حول قضية كوفيد 19 وأن النقاشات على مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة جيدة في تشكيل الرأي العام.

3. دراسة Sandy Ramadhan (2020)

بعنوان: استخدام وسائل التواصل الاجتماعي كوسيلة تعليمية لتعزيز لغة السامبيت وتهدف هذه الدراسة الى معرفة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي للترويج لمواقع التواصل الاجتماعي، لغة السامبيت هي لغة مملوكة لإحدى قبائل الداياك في وسط كاليمانتان وأن وجود هذه اللغة مهدد حالياً ومع بدأ استخدام هذه القبائل لمواقع التواصل الاجتماعي بدأوا ينظرون للغة مرة أخرى، تنتهي الدراسة الى المنهج الوصفي الكمي وجمع البيانات عن طريق أداة الاستبيان.

توصلت الدراسة الى أنه تم استخدام وسائل التواصل الاجتماعي كوسيلة تعليمية هنا وهي قناة انستجرام ويوتيوب ومواد تعليمية معبأة في شكل مقاطع فيديو وصور، تم التوصل أيضاً أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يمكن أن يزيد من شعبية لغة السامبيت.

4. دراسة بندر بن مناحي القحطاني (2019)

بعنوان: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الصورة الذهنية لدى المواطن تجاه

جرائم التجارة الإلكترونية تهدف هذه الدراسة الى معرفة أهم مواقع التواصل الإجتماعي التي يحرص المواطن السعودي على متابعتها لتشكيل صورته الذهنية بخصوص جرائم التجارة الإلكترونية، التعرف على الصورة الذهنية المتشكلة لدى المواطن تجاه التجارة الإلكترونية، والتعرف على أبرز جرائم التجارة الإلكترونية والآثار المترتبة عليها، استخدم الباحث المنهج الوصفي بأسلوب المسح وأداة الاستبيان لجمع البيانات من مصادرها وطبقها على عينة قوامها (411) مفردة من الرياض.

توصلت الدراسة الى نتائج أهمها: أن موقع واتس أب احتل قائمة مواقع التواصل الإجتماعي التي يعتمد عليها الجمهور السعودي في تشكيل الصورة الذهنية، ويتضح بأن الصورة الذهنية المتشكلة لدى المواطن السعودي تجاه التجارة الإلكترونية كان لمواقع التواصل الإجتماعي دوراً كبيراً في تشكيلها، يتبين من خلال النتائج أيضاً إلى أن المواطن السعودي يرى أن أبرز مصادر الريبة في التجارة الإلكترونية تتمثل في خشية عدم مطابقة المنتج للمواصفات، ولأنها لا تفضح المواقع الإلكترونية المتلاعب.

5. دراسة محمد مختار الطلخاوي (2025)

بعنوان: اتجاهات الجمهور المصري نحو الأشكال الفنية لحملات التوعية الصحية على مواقع التواصل الاجتماعي "دراسة ميدانية" والتي هدفت الى التعرف على اتجاهات الجمهور المصري نحو الأشكال الفنية لحملات التوعية الصحية على مواقع التواصل الاجتماعي لوزارة الصحة المصرية من خلال التعرف على كثافة استخدام الجمهور المصري لمواقع التواصل الاجتماعي ودوافع هذا الاستخدام والتعرف على أهم الأشكال الفنية المفضلة لمتابعة حملات التوعية الصحية، اعتمدت الدراسة على منهج المسح بشقه الميداني من خلال الاستبيان لعينة من الجمهور المصري قوامها (400 مفردة).

وتوصلت الدراسة الى عدة نتائج أهمها: تنوع دوافع التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات ثم التعرف على الأخبار والتوعية وأخيراً الترفيه، وجاء المشهد التمثيلي في مقدمة الأشكال الفنية التي يفضل الباحثون استخدامها في حملات التوعية الصحية.

6. دراسة هاجر عطية عبد الفتاح (2024)

بعنوان: اتجاهات الجمهور المصري نحو سياسات مواقع التواصل الاجتماعي في التعامل مع أحداث غزة، التي هدفت الى التعرف على اتجاهات الجمهور نحو سياسات منصات التواصل الاجتماعي مع المحتوى الذي يتم نشره عن العدوان الاسرائيلي على فلسطين، واستخدمت الدراسة

المنهج الوصفي، بتطبيق استمارة الاستقصاء كأداة لجمع البيانات على عينة عمدية غير احتمالية قوامها (100 مفردة)، واعتمدت الدراسة في إطارها النظري على نظرية الاستخدامات والتأثيرات. توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها أن سياسات مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت في انتهاك حرية الرأي والتعبير، وأن موقع فيسبوك ساهم في تنفيذ سياسة دولة الاحتلال من خلال قيامه بإزالة وحذف الحسابات والتعليقات والمنشورات الداعمة للقضية الفلسطينية.

7. دراسة صبري خالد عبد الهادي (2022)

بعنوان: دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الجمهور المصري نحو ظاهرة الإرهاب الإلكتروني، والتي تهدف إلى مناقشة الدور الذي تقوم به مواقع التواصل الاجتماعي من بين وسائل الاعلام المختلفة سواء قديمة أو حديثة، وتسلط الضوء على الدور الذي تقوم به مواقع التواصل والتأثيرات التي تخلقها في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو ظاهرة الارهاب الإلكتروني، اعتمدت الدراسة على منهج المسح باستخدام صحيفة الاستقصاء الإلكترونية، واعتمدت على عينة عمدية من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي قوامها (400 مفردة).

وتوصلت الدراسة إلى: أن الجمهور المصري يتابعون مواقع التواصل الاجتماعي لأنها تمتاز بصدق معلوماتها ولأنها تناقش قضايا مهمه في المجتمع بكل حرية، وجاءت خاصية التفاعل في مقدمة الأسباب التي يتابع بسببها الجمهور المصري مواقع التواصل الاجتماعي.

تساؤلات البحث:

1. ما كثافة تعرض الجمهور المصري لأخبار قضايا القتل العمد المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟
2. ما دوافع تعرض الجمهور المصري لأخبار قضايا القتل العمد المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟
3. ما مستوى انتباه الجمهور المصري لأخبار قضايا القتل العمد المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟
4. ما مستوى إدراك الجمهور المصري لأخبار قضايا القتل العمد المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟
5. ما اتجاهات الجمهور المصري نحو اخبار قضايا القتل العمد المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

نوع البحث ومنهجه:

تنتهي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي تهتم بوصف ظاهرة معينة، وهي في هذه الدراسة ظاهرة تعرض الجمهور المصري لأخبار قضايا القتل العمد المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي واتجاهات الجمهور نحو هذه القضايا.

استخدمت الدراسة منهج المسح بشقه الوصفي من خلال الإجابة على تساؤلات الدراسة التي تصف متغيراتها، وشقه التحليلي من خلال اختبار فروض الدراسة التي تهتم بتحليل العلاقة بين متغيراتها وذلك عن طريق إجراء استبيان رأي على عينة من الجمهور المصري ممن يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي.

وقد تم اتباع الخطوات العلمية في إجراء الاستبيان بدءاً من تحديد مجتمع الدراسة وعينة الدراسة ثم تحديد البيانات المطلوب جمعها وتم وضع نموذج لصحيفة الاستبيان واختبارها وتحكيمها، ثم تطبيقها على عينة الدراسة "الجمهور المصري" ثم جمع البيانات وتحليلها إحصائياً والقيام بتفسير النتائج.

مجتمع البحث وعينة البحث:

أولاً مجتمع البحث:

ويتمثل مجتمع الدراسة الميدانية في مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي من الجمهور المصري.

ثانياً عينة البحث:

يتم سحب عينة عمدية متاحة قوامها 400 مفردة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي من الجمهور المصري، ويراعي في العينة أن تكون ممثلة لجميع فئات المجتمع العمرية والاجتماعية والاقتصادية، وتكون ممثلة لكل محافظات المجتمع المصري.

أداة جمع البيانات:

تم إجراء الدراسة باستخدام أداة استمارة الاستبيان الإلكتروني، حيث صُممت لاستبيان رأي عينة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي من الجمهور المصري.

إجراءات الصدق والثبات:

وتم تطبيق إجراءات الصدق على استمارة الاستبيان، وفي هذا الإطار تم عرضها قبل تطبيقها على مجموعة من المحكمين من أعضاء هيئة التدريس في أقسام وكليات الإعلام وكلية الآداب، وتم إجراء التعديلات المطلوبة على صحيفة استبيان الرأي، بناءً على آرائهم وتوجيهاتهم

بحيث أصبحت تقيس بالفعل ماصُمت لقياسه، ويتم التحقق من صدق المقياس الظاهري من خلال اخضاع استمارة استبيان الرأي لمجموعة من المُحكمين، للتأكد من أن الاستمارة تقيس بالفعل ماصُمت لقياسه، ثم يتم التحقق من صدق المحتوى من خلال إجراء التحليل العاملي لمقاييس الإستمارة.

وتم التأكد من ثبات الصحيفة عن طريق إجراء معامل ثبات ألفا كرون باخ لمحاور صحيفة الاستبيان كُلى على حدة، ثم للاستمارة لكل مقاييسها مجمعةً كما يأتي:

جدول رقم (1)

قيم معاملات ثبات "ألفا" لمحاور صحيفة الاستبيان والدرجة الكلية لها

المحور	عدد العبارات	معامل ألفا (معامل الثبات)
المقياس العام حول الدوافع	10	0.726
المقياس العام حول الدوافع النفعية	5	0.687
المقياس العام حول الدوافع الطقوسية	5	0.724
المقياس العام حول الانتباه	10	0.821
المقياس العام حول إدراك واقعية المضمون	10	0.790
المقياس العام حول الخوف من الوقوع في جريمة	10	0.840
صحيفة الاستبيان كاملة	50	0.765
الصدق الذاتي	-	%87.4

ومن ثم قد تم حساب معامل الصدق الذاتي (الثبات) لصحيفة الاستبيان من خلال المعادلة الآتية¹⁰.

$$= \text{معامل الصدق الذاتي معاملات ثبات} \sqrt{0.944} = 0.891$$

وبذلك كانت بنسبة الثبات تساوي 87.4 % تقريباً، وهو ماعده الباحث مستوى ملائم من الثبات، حيث تُشير هذه النسبة إلى مستوى مقبول من الاستقرار في الشكل العام للبيانات التي يتم جمعها باستخدام صحيفة الاستبيان.

الأساليب الإحصائية المستخدمة في تحليل البيانات:

تم إجراء التحليل الإحصائي لبيانات هذه الدراسة باستخدام SPSS لاستخراج المعاملات وإجراء الاختبارات الإحصائية الآتية:

- التكرارات والنسب المئوية.
- المتوسط الحسابي (Means) والانحراف المعياري (Standard Division).
- معامل ارتباط بيرسون (Person Correlation Coefficient) لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من مستوى المسافة أو النسبة (Interval or Ratio).
- تحليل التباين ذو البعد الواحد (One Way Analysis of Variance) المعروف اختصاراً بـ ANOVA لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لأكثر من مجموعتين من المبحوثين في أحد المتغيرات من نوع المسافة أو النسبة (Interval or Ratio).
- الاختبارات البعدية (Post Hoc Tests) بطريقة أقل فرق معنوي LSD: Least Significance Differences لمعرفة مصادر التباين، وإجراء المقارنات الثنائية بين المجموعات التي يثبت تحليل التباين ذو البعد الواحد وجود فروق دالة إحصائية بينهما، وتم قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة 95% فأكثر، أي عند مستوى معنوية 0.05 فأقل.
- معامل الارتباط الجزئي (Partial Correlation) لدراسة العلاقة بين متغيرين باستبعاد تأثير متغير آخر من متغيرات البحث.

نتائج الدراسة الميدانية على عينة من مستخدمين مواقع التواصل الاجتماعي من الجمهور المصري:

تتضمن نتائج البحث النتائج العامة للدراسة الميدانية على عينة من مستخدمين مواقع التواصل الاجتماعي من الجمهور المصري، ثم اختبار نتائج الفروض التي يسعى البحث إلى دراستها، وتم التوصل إلى هذه النتائج من واقع التحليل الإحصائي للبيانات التي تم جمعها باستخدام صحيفة الاستبيان، وذلك في إطار الخطوات المنهجية التي سبق توضيحها في إجراء هذا البحث، وفيما يلي عرضاً للنتائج العامة للدراسة الميدانية، ثم لنتائج اختبار فروضها:

أولاً النتائج العامة للدراسة الميدانية:

أشارت اجابات الجمهور المصري عينة الدراسة ممن يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي على أسئلة استمارة الاستبيان واستجاباتهم لبنود المقاييس التي تضمنتها الصحيفة لتجيب على تساؤلات الدراسة على النحو التالي:

1. خلصت نتائج الدراسة فيما يتعلق بعدد أيام تعرض الجمهور المصري لأخبار قضايا القتل العمد في الأسبوع إلى أن النسبة الأكبر من إجمالي مفردات العينة جاءت ممن يتعرضون لقضايا القتل العمد على مواقع التواصل الاجتماعي يومياً حوالي (85%)، وجاءت نسبة ممن يستخدمونها بعض أيام الأسبوع (12.8%)، وجاءت نسبة من يستخدمونها يوماً واحداً في الأسبوع (2.3%)، أي أن النسبة الأكبر من الجمهور المصري يتعرضون لقضايا القتل العمد يومياً، ويمكن تفسير ذلك بأن الجمهور المصري يتعرض لمثل هذه الأخبار كثيراً عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وهذا يدل على أهمية مواقع التواصل الاجتماعي لديهم، واهتمامهم قضايا القتل العمد، كما هو يتضح في الجدول الآتي:

جدول رقم (2)

عدد أيام تعرض الجمهور المصري لأخبار قضايا القتل العمد عبر مواقع التواصل الاجتماعي في الأسبوع

عدد ايام تعرض عينة الدراسة	ك	%
يوم واحد فقط بالأسبوع	9	2.3
بعض أيام الأسبوع	51	12.7
يوميّاً	340	85
الإجمالي	400	100

2. تشير نتائج الدراسة إلى أن النسبة الأكبر من الجمهور المصري عينة الدراسة جاءت ممن يتابعون أخبار قضايا القتل العمد عبر مواقع التواصل الاجتماعي أكثر من مرتين خلال اليوم الواحد حوالي (70%)، وجاءت في المرتبة الثانية نسبة من يتابعون أخبار قضايا القتل العمد عبر مواقع التواصل الاجتماعي مرة واحدة في اليوم حوالي (17%)، وتقاربت معها في المرتبة الثالثة نسبة من يتابعون أخبار قضايا القتل العمد عبر مواقع التواصل الاجتماعي مرتان خلال اليوم حوالي (13%)، أي أن النسبة الأكبر من الجمهور المصري يتعرضون لقضايا القتل العمد أكثر من مرتين في اليوم الواحد، ويمكن تفسير ذلك بأن الجمهور المصري يتعرض لمواقع التواصل الاجتماعي

أكثر من مرة خلال اليوم ، وهذا يدل على أهمية هذه الأخبار لديهم، كما هو يتضح في الجدول الآتي:

جدول رقم (3)

عدد مرات متابعة أخبار قضايا القتل العمد عبر مواقع التواصل الاجتماعي في اليوم

عدد مرات متابعة الأخبار عبر مواقع التواصل الاجتماعي في اليوم	ك	%
مرة واحدة	68	17
مرتان	52	13
أكثر من مرتين	280	70
الإجمالي	400	100

3. تشير نتائج الدراسة إلى أن النسبة الأكبر من الجمهور المصري عينة الدراسة جاءت ممن يتابعون أخبار قضايا القتل العمد عبر مواقع التواصل الاجتماعي أقل من ساعة في المرة الواحدة حوالي (75.5%)، وجاءت نسبة من يتابعون أخبار قضايا القتل العمد عبر مواقع التواصل الاجتماعي من ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات في المرة الواحدة حوالي (16.5%) وجاءت في المرتبة الأخيرة من يستخدمون صفحات المشاهير عبر مواقع التواصل الاجتماعي أكثر من ثلاث ساعات في المرة الواحدة بنسبة (8%)، كما يتضح في الجدول الآتي:

جدول رقم (4)

عدد الساعات التي تقضيها في التعرض لأخبار قضايا

القتل العمد عبر مواقع التواصل الاجتماعي في كل مرة

عدد الساعات التي تقضيها عينة الدراسة في التعرض لأخبار قضايا القتل العمد عبر مواقع التواصل الاجتماعي في اليوم الواحد	ك	%
أقل من ساعة	302	75.5
من ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات	66	16.5
ثلاث ساعات فأكثر	32	8
الإجمالي	400	100

4. وفيما يتعلق بكثافة تعرض الجمهور المصري لأخبار قضايا القتل العمد عبر مواقع التواصل الاجتماعي، تشير نتائج استجابات المبحوثين على أسئلة المقياس التجميعي الخاص بكثافة تعرض الجمهور المصري لأخبار قضايا القتل العمد عبر مواقع التواصل الاجتماعي ، إلى أن

متوسط كثافة المتابعة جاء في المرتبة الأولى بنسبة (76.8%) من الجمهور المصري عينة الدراسة، ومرتفع كثافة الاستخدام جاء بنسبة (19%) من الجمهور المصري عينة الدراسة، ومنخفض كثافة المتابعة جاء بنسبة (4.3%) من عينة الدراسة، أي أن الغالبية العظمى من أفراد العينة جاءت كثافة الاستخدام لديهم متوسطة كما يتضح في الجدول الآتي:

جدول رقم (5)

كثافة تعرض الجمهور المصري لأخبار قضايا القتل العمد عبر مواقع التواصل الاجتماعي

معدل مقياس كثافة المتابعة	ك	%
منخفض	17	4.3
متوسط	307	76.8
مرتفع	76	19
الإجمالي	400	100

ويمكن تفسير هذه النتائج بأنه يوجد إقبال من الجمهور المصري على متابعة أخبار قضايا القتل العمد عبر مواقع التواصل الاجتماعي وإن كان متوسطاً وهذا يدل على توازن الجمهور بين متابعة هذا النوع من الأخبار وبين حياتهم اليومية وكأن هذه الأخبار جزء من حياتهم اليومية.

5. تشير نتائج الدراسة إلى أن دوافع تعرض الجمهور المصري لأخبار قضايا القتل العمد عبر مواقع التواصل الاجتماعي بشكل عام جاءت متوسطة بنسبة (66.2%) من أفراد العينة، وجاءت مرتفعة بنسبة (18%) من أفراد العينة، بينما جاءت منخفضة بنسبة (15.8%) فقط من أفراد العينة، كما هو مبين بالجدول الآتي:

جدول رقم (6)

دوافع تعرض الجمهور المصري لأخبار قضايا القتل العمد عبر مواقع التواصل الاجتماعي

معدل مقياس الدوافع	ك	%
منخفض	63	15.8
متوسط	265	66.2
مرتفع	72	18
الإجمالي	400	100

وتشير النتائج أن الدوافع النفعية جاءت مرتفعة بنسبة (53.2%) من أفراد العينة، بينما جاءت متوسطة بنسبة (37.3%) من أفراد العينة، بينما منخفضة بنسبة (9.5%) من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي من الجمهور المصري عينة الدراسة، كما يوضح الجدول الآتي:

جدول رقم (7)

الدوافع النفعية لتعرض الجمهور المصري لأخبار قضايا القتل العمد عبر مواقع التواصل الاجتماعي

معدل مقياس الدوافع النفعية	ك	%
منخفض	38	9.5
متوسط	149	37.3
مرتفع	213	53.2
الإجمالي	400	100

أما الدوافع الطقوسية فجاءت منخفضة بنسبة (52.8%) من أفراد العينة، وجاءت متوسطة بنسبة (35.8%) من أفراد العينة، بينما جاءت مرتفعة بنسبة (11.5%) من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي من الجمهور المصري عينة الدراسة، كما يوضح الجدول الآتي:

جدول رقم (8)

الدوافع الطقوسية لتعرض الجمهور المصري لأخبار قضايا القتل العمد عبر مواقع التواصل الاجتماعي

معدل مقياس الدوافع الطقوسية	ك	%
منخفض	211	52.7
متوسط	143	35.8
مرتفع	46	11.5
الإجمالي	400	100

ويلاحظ مما سبق أن نسبة غير قليلة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي من الجمهور المصري عينة الدراسة لديهم دوافع نفعية لمتابعة أخبار قضايا القتل العمد عبر مواقع التواصل الاجتماعي، كما أن النسبة الأكبر من أفراد العينة لديهم دوافع نفعية مرتفعة وليست بقليلة بنسبة (53.3%) ودوافع طقوسية منخفضة بنسبة (52.7%) لمتابعة أخبار قضايا القتل العمد عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وهو ما يعني أن نسبة متوسطة غير قليلة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي من الجمهور المصري لديهم دوافع نفعية وطقوسية لمتابعة أخبار قضايا القتل العمد عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

كما تشير نتائج الدراسة الميدانية للمبحوثين عينة الدراسة إلى تباين قيم الأوزان النسبية لاستجابات أفرادها أمام كل عبارة من عبارات مقياس دوافع تعرض الجمهور المصري لأخبار قضايا القتل العمد عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وتنقسم هذه الدوافع إلى دوافع نفعية في العبارات الخمس الأولى من المقياس والتي تم ترتيبها تنازلياً وفقاً للأوزان النسبية لها، ودوافع طقوسية في العبارات الخمس التالية والتي تم ترتيبها تنازلياً وفقاً للأوزان النسبية لها.

وتشير النتائج أيضاً إلى التباين بين التأييد المطلق والتأييد المحدود والرفض المطلق لكل عبارة من عبارات المقياس، وبمقارنة الأوزان النسبية للعبارات العشر للمقياس يتبين التفاوت الواضح بين قيم هذه الأوزان، وهو ما يمكن تفسيره في ضوء التباين النسبي في قيم متوسطات استجابات المبحوثين أمام كل عبارة من عبارات المقياس كما يتضح بالجدول الآتي:

جدول رقم (9)

توزيع استجابات أفراد عينة البحث أمام كل عبارة من عبارات مقياس دوافع تعرض الجمهور المصري لأخبار قضايا القتل العمد عبر مواقع التواصل الاجتماعي

العبارة	دائما		أحيانا		نادرا		المتوسط	الانحراف المعياري	الوزن النسبي
	ك	%	ك	%	ك	%			
الدوافع النفعية									
الرغبة في المعرفة بوجه عام	198	49.5	155	38.8	47	11.8	2.38	0.686	79.3
التعرف على طرق مواجهة الآخرين لمشكلاتهم	176	44	185	46.3	39	9.8	2.34	0.649	78.0
التعلم من تجارب الآخرين	187	46.8	157	39.3	56	14	2.33	0.708	77.7
الرغبة في الاطلاع والاستفادة من طريقة حياة الآخرين	163	40.8	168	42	69	17.3	2.23	0.725	74.3
البحث عن كل ما هو جديد وغريب	155	38.8	165	41.3	80	20	2.19	0.744	73.0
الدوافع الطقوسية									
معرفة الجديد عن الجرائم	132	33	173	43.3	95	23.8	2.09	0.749	69.7
الهروب من روتين الحياة العادية	48	12	198	49.5	154	38.5	1.73	0.66	57.7
الرغبة في تضييع وقت الفراغ	49	12.3	146	36.5	205	51.3	1.61	0.696	53.7
التسلية والترفيه	51	12.8	134	33.5	215	53.8	1.59	0.706	53.0
النظر الي الموضوع كأنه عادة	42	10.5	140	35	218	54.5	1.56	0.676	52.0

وبوجه عام جاءت عبارة "الرغبة في المعرفة بوجه عام" في مقدمة الدوافع النفسية لمتابعة أخبار قضايا القتل العمد عبر مواقع التواصل الاجتماعي بوزن نسبي (79.3%) ومتوسط حسابي 2.38، بينما جاءت عبارة "معرفة الجديد عن الجرائم" في مقدمة الدوافع الطقوسية لمتابعة أخبار قضايا القتل العمد عبر مواقع التواصل الاجتماعي بوزن نسبي (69.7%) ومتوسط حسابي 2.09.

وبحساب المتوسط الحسابي لكل مجموعة دوافع على حدي تبين أن مجموعة الدوافع الطقوسية تتفوق على مجموعة الدوافع النفسية، حيث بلغ المتوسط الحسابي للأوزان النسبية لمجموعة عبارات الدوافع الطقوسية 53.7%، في مقابل 77.7% لمجموعة عبارات الدوافع النفسية. في ضوء أهمية مواقع التواصل الاجتماعي بالنسبة للجمهور المصري عينة الدراسة يتضح من خلال اختبار الفرض الخاص بدوافع استخدام الجمهور المصري لوسائل التواصل الاجتماعي فيما يخص أخبار قضايا القتل العمد أن دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي جاء من أجل المعرفة بوجه عام ومعرفة كل ما هو جديد عن الجرائم، ويتضح أن العلاقة بين كثافة تعرض الجمهور المصري لأخبار قضايا القتل العمد وعلاقته ذلك باتجاهاتهم تتأثر بالدوافع النفسية والطقوسية.

6. تشير نتائج الدراسة إلى أن مستوى انتباه مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي أثناء تعرضهم لأخبار قضايا القتل العمد عبر المواقع التواصل الاجتماعي جاء متوسط بنسبة 89.4% لدى أفراد العينة، بينما جاء مستوى الانتباه منخفض بنسبة 6.8% وجاء مستوى الانتباه مرتفع بنسبة 3.8% لدى أفراد العينة، كما هو مبين في الجدول الآتي:

جدول رقم (10)

مستوى الانتباه أثناء تعرض الجمهور المصري لأخبار قضايا القتل العمد عبر مواقع التواصل الاجتماعي

المقياس العام حول الانتباه	ك	%
منخفض	27	6.8
متوسط	358	89.4
مرتفع	15	3.8
الإجمالي	400	100

وجاءت استجابات أفراد العينة أمام كل عبارة من عبارات مقياس مستوى انتباه الجمهور المصري أثناء تعرضهم لأخبار قضايا القتل العمد عبر مواقع التواصل الاجتماعي متباينة، وقد

عكست هذه الاستجابات فروقا واضحة في الأوزان النسبية لتلك العبارات، وبمقارنة الأوزان النسبية للعبارات الثمانية للمقياس يتبين التفاوت الواضح بين قيم هذه الأوزان، وهو ما يمكن تفسيره في ضوء التباين النسبي في قيم متوسطات استجابات المبحوثين أمام كل عبارة من عبارات المقياس كما يتضح بالجدول الآتي:

جدول رقم (11)

توزيع استجابات أفراد العينة أمام كل عبارة من عبارات مقياس مستوى الانتباه أثناء تعرض الجمهور المصري لأخبار قضايا القتل العمد عبر مواقع التواصل الاجتماعي

العبارة	دائما		أحيانا		نادرا		المتوسط	الانحراف المعياري	الوزن النسبي
	ك	%	ك	%	ك	%			
اهتم بعمل مشاركة لأجزاء من أخبار جرائم القتل العمد عبر مواقع التواصل الاجتماعي على صفحتي على شبكة التواصل الاجتماعي دون مشاهدتها.	37	9.3	103	25.8	260	65	2.56	0.658	85.3
أقوم بالرد على الهاتف وكتابة تعليقات على منشورات الفيس بوك أثناء متابعة أخبار جرائم القتل العمد عبر مواقع التواصل الاجتماعي.	57	14.3	118	29.5	225	56.3	2.42	0.728	80.7
اتعرض لأخبار جرائم القتل العمد أثناء تصفح مواقع التواصل الاجتماعي (أي تظهر أمامي أثناء التصفح)	186	46.5	168	42	46	11.5	2.35	0.677	78.3
أتابع الأخبار المعروضة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وأنا أقوم بعمل آخر مثل الأكل أو العمل.	78	19.5	188	47	134	33.5	2.14	0.715	71.3
أحاول تخمين الأسباب الخاصة بحدوث جرائم القتل العمد كما تعرضها مواقع التواصل الاجتماعي.	102	25.5	196	49	102	25.5	2	0.715	66.7
يمكنني استكمال متابعة أخبار جرائم القتل العمد عبر مواقع التواصل الاجتماعي في وقت آخر إذا كنت مشغولا.	131	32.8	169	42.3	100	25	1.92	0.757	64.0
اكتفي بمتابعة عدة أجزاء فقط من الأخبار المعروضة لأخذ فكرة عامة عن القضية ككل.	138	34.5	200	50	62	15.5	1.81	0.682	60.3
أقوم بالبحث عن متابعة أخبار جرائم القتل العمد عبر مواقع التواصل الاجتماعي.	59	14.8	137	34.3	204	51	1.64	0.726	54.7
أحرص على متابعة أخبار جرائم القتل العمد عبر مواقع التواصل الاجتماعي خلال أوقات محددة في اليوم.	40	10	128	32	232	58	1.52	0.671	50.7
أقوم بتأجيل أي شيء مطلوب مني حتى انتهى من متابعة أخبار جرائم القتل العمد عبر مواقع التواصل الاجتماعي.	24	6	102	25.5	274	68.5	1.37	0.596	45.7

وبوجه عام جاءت عبارة " اهتم بعمل مشاركة لأجزاء من أخبار جرائم القتل العمد عبر مواقع التواصل الاجتماعي على صفحتي على شبكة التواصل الاجتماعي دون مشاهدتها." في مقدمة عبارات المقياس بوزن نسبي (85.3%) ومتوسط حسابي (2.56)، بينما جاءت في المرتبة الثانية عبارة "أقوم بالرد على الهاتف وكتابة تعليقات على منشورات الفيس بوك أثناء متابعة أخبار جرائم القتل العمد عبر مواقع التواصل الاجتماعي." بوزن نسبي (80.7%) ومتوسط حسابي (2.42)، بينما جاءت في المرتبة الأخيرة عبارة "أقوم بتأجيل أي شيء مطلوب مني حتى انتهي من متابعة أخبار جرائم القتل العمد عبر مواقع التواصل الاجتماعي." بوزن نسبي (45.7%) ومتوسط حسابي (1.37).

ويمكن تفسير هذه النتيجة بأن الجمهور المصري لا يتعرض لأخبار قضايا القتل العمد عبر مواقع التواصل الاجتماعي بقدر كبير من الانتباه، وأنه قد ينشغل أثناء الاستخدام بالعديد من المؤثرات الخارجية الأخرى، حيث أصبح لدى الفرد الشعور بالحرية في التعرض لمحتوى هذه الأخبار على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي في أي وقت يحده، وبالتالي، فإن المستخدم النشط ذو الانتباه القوي يختلف تأثره عن المستخدم ذي الانتباه الضعيف.

7. تشير نتائج الدراسة فيما يتعلق بمستوى إدراك الجمهور المصري لواقعية مضمون أخبار قضايا القتل العمد المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي إلى أن النسبة الأكبر من أفراد العينة جاء مستوى إدراكها متوسطاً بنسبة (63.7%)، ثم منخفضاً بنسبة (13.8%)، ومرتفعاً بنسبة (22.5%)، أي أنه جاء مستوى إدراك الغالبية العظمى من عينة الدراسة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي متوسطاً لواقعية مضمون أخبار قضايا القتل العمد المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، كما يوضح الجدول الآتي:

جدول رقم (12)

مستوى إدراك الجمهور المصري لواقعية مضمون أخبار قضايا القتل

العمد المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي

مجمّل مقياس الإدراك لمستوى واقعية مضمون أخبار قضايا القتل العمد المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي	ك	%
منخفض	55	13.8
متوسط	255	63.7
مرتفع	90	22.5
الإجمالي	400	100

كما تشير النتائج لعينة الدراسة إلى وجود تباين في قيم الأوزان النسبية لاستجابات أفراد العينة أمام كل عبارة من العبارات لمقياس مستوى إدراك الجمهور المصري لواقعية مضمون أخبار قضايا القتل العمد المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وقد عكست هذه الاستجابات فروق واضحة في الأوزان النسبية لتلك العبارات، كما هو موضح في الجدول الآتي:

جدول رقم (13)

مقياس مستوى إدراك واقعية الجمهور المصري لمضمون أخبار قضايا القتل العمد المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	لا أو افق		الي حد ما		أو افق		العبارة
			%	ك	%	ك	%	ك	
82.0	0.655	2.46	9	36	36.3	145	54.8	219	أشعر بالحزن والقلق مع كل خبر عن قضية قتل عمد تعرض على مواقع التواصل الاجتماعي
78.7	0.712	2.36	13.8	55	36.3	145	50	200	اتجنب أن أعيش وتصرف في حياتي الخاص مثل الشخصيات التي تقدمها أخبار قضايا القتل العمد عبر مواقع التواصل الاجتماعي
78.3	0.606	2.35	7	28	51.3	205	41.8	167	الاحداث التي تتضمنها أخبار جرائم القتل العمد كما تعرضها مواقع التواصل الاجتماعي يمكن ان يحدث مثلها في الواقع.
73.7	0.629	2.21	11.5	46	56.3	225	32.3	129	تعكس أخبار جرائم القتل العمد التي تعرضها مواقع التواصل الاجتماعي واقعية المشكلات التي تناقشها
66.7	0.699	2	24.5	98	51.3	205	24.3	97	استفيد بما تقدمه أخبار جرائم القتل العمد التي تعرضها مواقع التواصل الاجتماعي من حلول لمشكلات الآخرين في حل مشكلتي
65.3	0.659	1.96	24	96	56.5	226	19.5	78	اساليب المعيشة التي اتابعها في أخبار جرائم القتل العمد كما تعرضها مواقع التواصل الاجتماعي من حيث المسكن والطعام والتعاملات اليومية اشاهد مثلها لدي بعض من اقابلهم في الواقع.
63.0	0.675	1.89	29	116	53.3	213	17.8	71	الجمهور الذي اتابعه في أخبار جرائم القتل العمد التي تعرضها مواقع التواصل الاجتماعي يفكرون ويتحدثون ويتصرفون بطريقة مشابهة لبعض من اقابلهم في الواقع
61.7	0.698	1.85	32.8	131	49.3	197	18	72	الشخصيات التي أشاهدها في أخبار جرائم القتل العمد كما تعرضها مواقع التواصل الاجتماعي تشبه أشخاصا أقابلهم في حياتي.

العبارة	أو أفق		إلى حد ما		لا أو أفق		المتوسط	الانحراف المعياري	الوزن النسبي
	ك	%	ك	%	ك	%			
أشعر أن الأحداث والمواقف التي تمر بها الشخصيات المعروضة في أخبار قضايا القتل العمد يمكن أن أعيشها أو أعيش ما يشبهها	81	20.3	178	44.5	141	35.3	1.85	0.731	61.7
أشعر بالإعجاب بالشخصيات التي تقدمها أخبار جرائم القتل العمد التي تعرضها مواقع التواصل الاجتماعي	39	9.8	101	25.3	260	65	1.45	0.666	48.3

وبوجه عام جاءت عبارة " أشعر بالحزن والقلق مع كل خبر عن قضية قتل عمد تعرض على مواقع التواصل الاجتماعي" في مقدمة عبارات المقياس بوزن نسبي (82.0%) وبمتوسط حسابي (2.46)، وفي المرتبة الثانية جاءت عبارة " اتجنب أن أعيش واتصرف في حياتي الخاص مثل الشخصيات التي تقدمها أخبار قضايا القتل العمد عبر مواقع التواصل الاجتماعي" بوزن نسبي (78.8%) ومتوسط حسابي (2.36)، بينما جاءت عبارة "أشعر بالإعجاب بالشخصيات التي تقدمها أخبار جرائم القتل العمد التي تعرضها مواقع التواصل الاجتماعي" في المرتبة الأخيرة بوزن نسبي (48.3%) وبمتوسط حسابي (1.45).

وبمقارنة الأوزان النسبية لعبارات المقياس يتبين التفاوت الواضح بين قيم هذه الأوزان وهو ما يُمكن تفسيره في ضوء التفاوت النسبي في قيم متوسطات استجابات المبحوثين أمام كل عبارة من عبارات المقياس.

ويمكن تفسير هذه النتيجة بوجود حالة من الحزن والقلق تصيب الجمهور المصري عينة الدراسة أثناء تعرضهم لأخبار قضايا القتل العمد المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، والذي قد يؤدي إلى حالة من الخوف تجاه مثل هذه الأخبار، ويمكن استنتاج أن التعرض لمثل هذه الأخبار يؤثر سلباً على إدراك الجمهور المصري.

8. تشير نتائج الدراسة فيما يتعلق بمستوى اتجاه الجمهور المصري لأخبار قضايا القتل العمد المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي إلى أن النسبة الأكبر من أفراد العينة جاء مستوى إدراكها متوسطاً بنسبة (56.7%)، ثم منخفضاً بنسبة (20.8%)، ومرتفعاً بنسبة (22.5%)، أي أنه جاء مستوى إدراك الغالبية العظمى من عينة الدراسة من الجمهور المصري متوسطاً لاتجاهاتهم نحو أخبار قضايا القتل العمد المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، كما يوضح الجدول الآتي:

جدول رقم (14)

مستوى اتجاه الجمهور المصري لأخبار قضايا القتل العمد المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي

مجمّل مقياس اتجاهات الجمهور المصري لأخبار قضايا القتل العمد المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي	ك	%
منخفض	83	20.8
متوسط	227	56.7
مرتفع	90	22.5
الإجمالي	400	100

كما تشير النتائج لعينة الدراسة إلى وجود تباين في قيم الأوزان النسبية لاستجابات أفراد العينة أمام كل عبارة من العبارات لمقياس مستوى اتجاه الجمهور المصري لأخبار قضايا القتل العمد المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وقد عكست هذه الاستجابات فروق واضحة في الأوزان النسبية لتلك العبارات، كما هو موضح في الجدول الآتي:

جدول رقم (15)

توزيع استجابات أفراد العينة أمام كل عبارة من عبارات مقياس مستوى اتجاه

الجمهور المصري لأخبار قضايا القتل العمد المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي

العبارة	دائما		أحيانا		نادرا		المتوسط	الانحراف المعياري	الوزن النسبي
	ك	%	ك	%	ك	%			
أشعر بالخوف عند مشاهدة أخبار جرائم القتل العمد عبر مواقع التواصل الاجتماعي	132	33	170	42.5	98	24.5	2.08	0.754	69.3
أركز في كافة تفاصيل الجريمة حتى أعرف كيف أتصدى للمشكلات الحياتية أو الأسرية.	123	30.8	183	45.8	94	23.5	2.07	0.734	69.0
أشعر بالخوف دائما من الغدر والخيانة تجاه الآخرين	118	29.5	183	45.8	99	24.8	2.05	0.736	68.3
ساعدني التعرض لهذه الجرائم في كيفية التعامل مع الآخرين والقدرة على تخطي وحل أي مشكلة أتعرض لها	104	26	203	50.8	93	23.3	2.03	0.702	67.7
أفادتي التعرض لهذه الجرائم في التفكير في كيفية مواجهة المشكلات الحياتية.	106	26.5	195	48.8	99	24.8	2.02	0.717	67.3

العبارة	دائما		أحيانا		نادرا		المتوسط	الانحراف المعياري	الوزن النسبي
	ك	%	ك	%	ك	%			
التعرض لأخبار قضايا القتل العمد جعلني دائما أشعر بالخوف من الوقوع كضحية لجريمة من تلك الجرائم.	98	24.5	202	50.5	100	25	2	0.704	66.7
أشعر بالخوف من التعرض لخلافات أسرية أو شخصية فيما بعد	99	24.8	197	49.3	104	26	1.99	0.713	66.3
وجدت معلومات ساعدتني في التخفيف من إمكانية الوقوع كضحية لجرائم القتل العمد.	97	24.3	200	50	103	25.8	1.99	0.708	66.3
كثرة جرائم القتل العمد خلقت بداخلي رهبة من فكرة التعامل مع البشر بشكل عام	97	24.3	187	46.8	116	29	1.95	0.729	65.0
منذ ظهور أخبار جرائم القتل العمد، أتعرض للكثير من البرامج التوعوية التي تفيدني في معرفة كيف أتعامل مع المشكلات الاجتماعية.	97	24.3	184	46	119	29.8	1.95	0.734	65.0

وبوجه عام جاءت عبارة "أشعر بالخوف عند مشاهدة أخبار جرائم القتل العمد عبر مواقع التواصل الاجتماعي" في مقدمة عبارات المقياس بوزن نسبي (69.3%) وبمتوسط حسابي (2.08)، وفي المرتبة الثانية جاءت عبارة "أركز في كافة تفاصيل الجريمة حتى أعرف كيف أتصدى للمشكلات الحياتية أو الأسرية." بوزن نسبي (69.0%) ومتوسط حسابي (2.07)، بينما جاءت عبارة "منذ ظهور أخبار جرائم القتل العمد، أتعرض للكثير من البرامج التوعوية التي تفيدني في معرفة كيف أتعامل مع المشكلات الاجتماعية." في المرتبة الأخيرة بوزن نسبي (65.0%) وبمتوسط حسابي (1.95).

وبمقارنة الأوزان النسبية لعبارات المقياس يتبين التفاوت الواضح بين قيم هذه الأوزان وهو ما يُمكن تفسيره في ضوء التفاوت النسبي في قيم متوسطات استجابات المبحوثين أمام كل عبارة من عبارات المقياس.

ويمكن تفسير هذه النتيجة بأن الخوف هو العامل الأساسي في مقياس اتجاهات الجمهور وهذا يؤكد مدى اهتمام الجمهور بمحاولة فهم تفاصيل الجرائم من أجل التصدي لها، ويؤكد أيضاً على ضعف وجود البرامج التوعوية التي تحت الجمهور على كيفية التعامل مع جرائم القتل العمد.

مناقشة نتائج البحث:

اهتمت هذه الدراسة بالتعرف على كثافة تعرض الجمهور المصري لأخبار قضايا القتل العمد عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ثم تحديد اتجاهاتهم نحوها، والعلاقة بين كثافة هذا التعرض

واتجاهات الجمهور، فضلاً عن دراسة تأثير كل من دوافع تعرض الجمهور المصري لأخبار قضايا القتل العمد عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ومستوى الانتباه أثناء التعرض، ومستوى إدراك الجمهور المصري لأخبار قضايا القتل العمد المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وكذلك اتجاهات الجمهور المصري نحوها، وتم إجراء الدراسة من خلال تطبيق استمارة الاستبيان على عينة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي من الجمهور المصري بلغ قوامها 400 مفردة.

وبعد إجراء الدراسة الميدانية، واستخدام الأساليب الإحصائية المناسبة، توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج التي اهتمت بالإجابة على مجموعة من التساؤلات واختبار عدة فروض والتي تم تحديدها في ضوء مشكلة الدراسة وإطارها النظري ونتائج الدراسات السابقة، ويمكن إيجاز نتائج الإجابة على هذه التساؤلات ونتائج اختبار الفروض، ثم مناقشة هذه النتائج كما يأتي:

تشير نتائج الدراسة الميدانية إلى أن كثافة تعرض الجمهور المصري لأخبار قضايا القتل العمد عبر مواقع التواصل الاجتماعي جاءت متوسطة لدى الغالبية العظمى من أفراد العينة (جدول رقم 10)، وهو ما يمكن تفسيره بأن بأنه يوجد إقبال من الجمهور المصري على متابعة أخبار قضايا القتل العمد عبر مواقع التواصل الاجتماعي وإن كان متوسطاً وهذا يدل على توازن الجمهور بين متابعة هذا النوع من الأخبار وبين الأخبار الأخرى.

جاءت الدوافع بوجه عام متوسطة القوة ثم قوية لدى النسبة الأكبر من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي من الجمهور المصري عينة الدراسة (جدول رقم 11)، وجاءت نسبة غير قليلة ممن لديهم دوافع نفعية للتعرض لأخبار قضايا القتل العمد عبر مواقع التواصل الاجتماعي (جدول رقم 12)، ويمكن تفسير ذلك بأن مواقع التواصل الاجتماعي كوسيط اتصالي وإعلامي يرتبط بمجموعة من الدوافع النفعية المعرفية التي تجعل الجمهور المصري يتعرض لمواقع التواصل الاجتماعي وتشكل اتجاهاتهم عن طريقها، وأن الجمهور يتعرض لها رغبة في المعرفة عن قضايا القتل العمد، كما تزيد من معلوماتهم حول هذه القضايا.

خلصت نتائج الدراسة الميدانية إلى أن مستوى انتباه الجمهور المصري لأخبار قضايا القتل العمد عبر مواقع التواصل الاجتماعي جاء متوسط القوة لدى الغالبية العظمى من أفراد العينة (جدول رقم 15)، وتتفق هذه النتيجة مع ما أشارت إليه نتائج الدراسة الميدانية (جدول رقم 11) من أن دوافع تعرض الجمهور المصري لأخبار قضايا القتل العمد عبر مواقع التواصل الاجتماعي بوجه عام

جاءت متوسطة القوة، وهذا يمكن تفسيره في ضوء طبيعة مواقع التواصل الاجتماعي التي ترتبط غالباً بالتسلية والترفيه لدى الجمهور المصري.

انتهت الدراسة الميدانية فيما يتعلق بمستوى إدراك مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي من الجمهور المصري لواقعية المضمون المُقدم عن أخبار قضايا القتل العمد المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي إلى أنه جاء متوسطاً لدى النسبة الأكبر من أفراد العينة (جدول رقم 17) وتتفق هذه النتيجة مع ما خلصت إليه نتائج الدراسة الميدانية (جدول رقم 11) من أن الدوافع بشكل عام جاءت متوسطة القوة.

أشارت نتائج الدراسة فيما يتعلق بمستوى اتجاهات مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي من الجمهور المصري، أن مستوى الاتجاه جاء متوسطاً لدى الغالبية العظمى من أفراد العينة (جدول رقم 19)، وتتفق هذه النتيجة مع ما خلصت إليه الدراسة الميدانية (جدول رقم 11) من أن الدوافع حول تعرض الجمهور المصري لأخبار قضايا القتل العمد عبر مواقع التواصل الاجتماعي جاءت متوسطة أيضاً، وما توصلت إليه الدراسة الميدانية من أن مستوى انتباه وإدراك الجمهور المصري لمضمون أخبار قضايا القتل العمد عبر مواقع التواصل الاجتماعي جاءت متوسطة.

وتوصلت نتائج الدراسة الميدانية إلى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة تعرض الجمهور المصري لأخبار قضايا القتل العمد عبر مواقع التواصل الاجتماعي واتجاهاتهم نحوها، حيث أن الغالبية من أفراد العينة متوسطين الكثافة كانت اتجاهاتهم متوسطة كما موضح في (جدول رقم 21) ويمكن تفسير هذه النتائج بأنه كلما زاد تعرض الجمهور المصري لأخبار قضايا القتل العمد عبر مواقع التواصل الاجتماعي كان التأثير على اتجاهاتهم مرتفع، وتتفق هذه النتيجة مع ما أكدته دراسة أبو بكر حبيب الصالحي، 2019، بارتفاع معدل تعرض الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي، وأنه كلما ازداد تعرض الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي زاد الدعم الاجتماعي لديهم.

تبين أن العلاقة بين متغيري كثافة تعرض الجمهور المصري لأخبار قضايا القتل العمد عبر مواقع التواصل الاجتماعي واتجاهات الجمهور نحوها تتأثر باستبعاد متغيرات: دوافع تعرض الجمهور المصري لأخبار قضايا القتل العمد عبر مواقع التواصل الاجتماعي، مستوى الانتباه أثناء التعرض، ومستوى إدراك واقعية مضمون أخبار قضايا القتل العمد، وخصائصهم الديموغرافية، ومستوى اتجاهاتهم.

وتمثل هذا التأثير في إضعاف متغيرات: الدوافع (النفعية، الطقوسية)، ومستوى الانتباه أثناء التعرض، ومستوى إدراك واقعية مضمون أخبار قضايا القتل العمد عبر مواقع التواصل الاجتماعي، والسن، بينما زادت العلاقة بين المتغيرين المشار إليهما بتأثير متغيرات: النوع، المستوى التعليمي، الإقامة، المستوى الاقتصادي والاجتماعي للعينة.

وتتفق هذه النتيجة مع ماتشير إليه نظرية الاستخدامات والتأثيرات من أن الرسالة الاتصالية أو المضمون الاتصالي يؤدي إلى إحداث تأثيرات من خلال عوامل وسيطة قد تخرج من عملية الاتصال نفسها مثل: الدوافع (النفعية، الطقوسية)، ومستوى الانتباه أثناء التعرض، ومستوى إدراك واقعية المضمون، والمتغيرات الديموغرافية).

خاتمة وتوصيات البحث

خلصت نتائج الدراسة الى أن كثافة تعرض الجمهور المصري لأخبار قضايا القتل العمد عبر مواقع التواصل الاجتماعي جاءت متوسطة لدى الغالبية العظمى من أفراد العينة، كما جاءت الدوافع متوسطة القوة لدى غالبية أفراد العينة، وجاءت أيضاً الدوافع الطقوسية منخفضة القوة والدوافع النفعية مرتفعة القوة، وكذلك جاء مستوى انتباه الجمهور المصري لأخبار قضايا القتل العمد عبر مواقع التواصل الاجتماعي متوسطة لدى الغالبية العظمى من أفراد العينة، وأيضاً جاء مستوى ادراك الجمهور المصري لواقعية مضمون أخبار قضايا القتل العمد متوسطاً لدى غالبية أفراد العينة، وجاء مستوى اتجاه الجمهور المصري نحو أخبار قضايا القتل العمد متوسطاً لدى أفراد العينة.

وكما أشارت نتائج الدراسة الى وجود علاقة ارتباطية بين متغيري كثافة تعرض الجمهور المصري لأخبار قضايا القتل العمد عبر مواقع التواصل الاجتماعي واتجاهات الجمهور نحوها، وهذه العلاقة طردية اي أن كلما زادت كثافة تعرض الجمهور المصري لأخبار قضايا القتل العمد عبر مواقع التواصل الاجتماعي كلما زادت التأثير على اتجاهات الجمهور.

تتأثر العلاقة بين كثافة تعرض الجمهور المصري لأخبار قضايا القتل العمد عبر مواقع التواصل الاجتماعي واتجاهات الجمهور لديهم بالمتغيرات التالية:

مستوى الانتباه أثناء التعرض، مستوى إدراك الجمهور المصري لواقعية المضمون، مستوى الاتجاه، بعض العوامل الديموغرافية كالسن والنوع، والإقامة، والمستوى الاقتصادي والاجتماعي.

- وفي إطار ما سبق نجد أن مواقع التواصل الاجتماعي تمتلك دور قوي في حياة الجمهور المصري في تزويده بالمعلومات عن قضايا القتل العمد وأيضاً تغيير اتجاهاتهم نحو مختلف القضايا. ومن هنا توصي الدراسة القائمين بالاتصال والباحثين ومؤسسات الدولة:
- اجراء دراسات تحليلية حول أخبار قضايا القتل العمد عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومدى تأثيرها في اتجاهات الجمهور نحو تأييد القضية أو رفضها.
 - عمل برامج توعوية يتم من خلالها مناقشة قضايا القتل العمد والوقوف على أسبابها ومدى تأثيرها على الفرد والجمهور وعقوبة الجاني وكيفية تجنب حدوث مثل هذه القضايا مرة أخرى داخل المجتمع.
 - فرض الرقابة على أخبار قضايا القتل العمد عبر مواقع التواصل الاجتماعي، تحديد مدى مصداقيتها لخطورتها على المجتمع المصري.
- وتوصي الدراسة الباحثين وأساتذة الإعلام بإجراء العديد من الدراسات الممتدة المتتبعية للتأثير النفسي لقضايا القتل العمد عبر مواقع التواصل الاجتماعي الناتج عن كثافة التعرض لمثل هذه القضايا، ونتائج هذا التعرض على الفرد والمجتمع، وهذه الدراسات قد تستغرق سنوات ممتدة، يجب أن تتضافر جميع مؤسسات الدولة في مواجهه قضايا القتل العمد في المجتمع المصري.

مراجع البحث:

- ¹ دعاء عبد الله، (2022)، تعرض الجمهور المصري للشائعات أثناء الأزمات الصحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيره على مستوى الأمن النفسي لديهم، **المجلة العلمية لبحوث الصحافة**، العدد الثالث والعشرين، الجزء الأول.
- ² صبري خالد عبد الهادي، (2022)، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو ظاهرة الارهاب الالكتروني، **المجلة المصرية لبحوث الاعلام**، ص 877-915.
- ³ أحمد شحاته، (2020)، مضامين الجريمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وانعكاساتها النفسية والاجتماعية على الشباب، **المجلة العربية لبحوث الاعلام والاتصال**، جامعة الأهرام الكندية، كلية الإعلام، ص 591-584.
- ⁴ غادة ممدوح، (2019)، دور شبكات التواصل الاجتماعي في الخوف من الوقوع ضحية للجريمة في ضوء عوامل جودة الحياة لدى الشباب المصري، **الدوريات المصرية**، مجلد 29، ص 691-759.
- ⁵ خالد أحمد جلال، (2022)، قياس الخوف من الوقوع ضحية لجريمة لدى عينة من الشباب المصري، **مجلة الدراسات النفسية المعاصرة جامعة بنى سويف**، مجلد 4، ص 44-79.
- ⁶ محمد عبده بكير، (2008)، أساليب الحياة التي تعكسها المسلسلات المدبلجة بالقنوات الفضائية ومدى ملائمتها للأسرة العربية، **المجلة المصرية لبحوث الاعلام**، المجلد 30، العدد 30، ص 420.
- ⁷ سامي طابع، **بحوث الإعلام (القاهرة: دار النهضة العربية، 2001)** ص 125.
- ⁸ Stanley J. Baran, Dennis K. Davis, **Mass Communication Theory: Foundations, Ferment, and Future (Wadsworth Series in Mass Communication and Journalism)**, 6th Edition (Boston: Massachusetts, Cengage Learning, 2011) p.225.
- ⁹ عبد الإله بن محمد مبارك القحطاني، بأسرده & أحمد الشاعر، (2019)، استخدامات الشباب الجامعي السعودي لشبكات التواصل الاجتماعي والاشباكات المتحققة منها: سناش نموذجاً، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية.
- ¹⁰ فؤاد البهي السيد (1979)، **علم النفس الإحصائي وقياس العقل البشري**، ط3، القاهرة: دار الفكر العربي، ص 402.