

دور البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية العربية في تنمية وعي الشباب الجامعي بمخاطر الشائعات

د. أحمد محمد صالح العميري

مدرس بقسم الإعلام التربوي
بكلية التربية النوعية جامعة بورسعيد

مقدمة:

تُعتبر البرامج الحوارية المقدمة بالقنوات الفضائية العربية من أكثر البرامج التلفزيونية التي تحظى بمشاهدة كبيرة بين الجمهور عامة والشباب خاصة؛ وذلك لما تتمتع به من عوامل جذب تتنوع ما بين شخصية المذيع وتنوع ضيوف البرنامج والتقارير المتنوعة التي يتم عرضها بالبرنامج، هذا بالإضافة إلى تعدد الوسائل التي تتيحها للتواصل مع البرنامج مثل: تلقي اتصالات المشاهدين، رسائل SMS، التواصل مع رسائل المشاهدين على صفحة البرنامج على شبكات التواصل الاجتماعي، ومع تعدد البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية العربية وزيادة التنافس بينها لجذب أكبر عدد من المشاهدين، فأصبحت تبحث عن كل ما يهم المشاهد ويلمس حياته، فأصبحت تنوع في الموضوعات والقضايا التي تبثها.

ومع أهمية الدور الذي تقوم به البرامج الحوارية في تنمية وعي الجمهور تجاه القضايا والموضوعات المتنوعة فقد أصبحت الشائعات مصدراً هاماً بتلك البرامج وتم تخصيص العديد من الحلقات لعرض مخاطر انتشار الشائعات وطرق مواجهتها، كما تم تناول طرق التحقق من المعلومات الكاذبة التي يتم تداولها خاصة عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

وفي وقتنا الحالي تُعد الشائعات أحد أهم الموضوعات التي تتناولها البرامج الحوارية وذلك لأنها تعد أخطر الوسائل الهجومية التي انتشرت في الآونة الأخيرة بشكل كبير من خلال وسائل الإعلام الموجهة، وقد تم تصنيف الشائعات بأنها أحد أشكال حروب الجيل الرابع والتي أصبحت تتعرض لها مصر، ونظراً لخطورة تلك الشائعات وتعدد مخاطرها سواء على الفرد أو المجتمع؛ فقد تناول المؤتمر الوطني الثامن للشباب بمركز المنارة للمؤتمرات في جلسته الثانية والتي أقيمت تحت عنوان تأثير نشر الأكاذيب على الدولة في ضوء حروب الجيل الرابع، وقد تم خلال هذه الجلسة استضافت عدد من المتخصصين لتوضيح كيفية مواجهة الشائعات والأخبار الكاذبة التي أصبحت تنتشر بشكل كبير خاصة عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

ونظراً لأن الشباب الجامعي يمثل شريحة كبيرة من المجتمع المصري فهو يعد هدفاً أساسياً للبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية العربية؛ لذلك قامت العديد من البرامج الحوارية بإتاحة فرصة للشباب للمشاركة بتلك البرامج سواء عن طريق استضافتهم داخل الاستوديو، أو عن طريق استضافتهم في التقارير الخارجية التي يتم عرضها بالبرنامج.

مشكلة الدراسة:

جاء إحساس الباحث بمشكلة الدراسة من خلال ملاحظته الهجمة الشرسة التي تتعرض لها مصر في الفترة الأخيرة متمثلة في حرب الشائعات والتي تعد أحد أشكال حروب الجيل الرابع، والتي انتشرت بشكل كبير عبر شبكات التواصل الاجتماعي، ومن خلال القنوات والبرامج الموجهة والتي تهدف لزعزعة استقرار البلد، ولتعدد مخاطر هذه الشائعات وضرورة مواجهتها، فقد تناول المؤتمر الوطني الثامن للشباب بمركز المنارة للمؤتمرات في جلسته الثانية والتي أقيمت تحت عنوان تأثير نشر الأكاذيب على الدولة في ضوء حروب الجيل الرابع، وقد تكلم معالي السيد الرئيس عبد الفتاح السيسي عن أهمية مواجهة تلك الشائعات التي تضر البلد وتعدد مخاطرها سواء على الفرد أو المجتمع، ولتحديد المشكلة بشكل علمي قام الباحث بإجراء دراسة استطلاعية؛ ليتعرف على مدى مشاهدة الشباب الجامعي للبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية العربية، حيث تم استطلاع آراء (40) مبحوثاً من الشباب الجامعي تم سحبهم بطريقة متساوية (20) من الذكور، (20) من الإناث وجاءت النتائج كالتالي:

- 92% من عينة الدراسة الاستطلاعية يشاهدون البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية العربية.

ومن هنا تتمثل مشكلة الدراسة في التعرف على دور البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية العربية في تنمية وعي الشباب الجامعي بمخاطر الشائعات.

أهمية الدراسة:

1. تنبع أهمية الدراسة من أهمية البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية العربية والتي تنتشر بشكل كبير بين فئات المجتمع واعتمد عليها عدد كبير من الأفراد كمصدر للمعلومات حول القضايا والموضوعات المختلفة سواء على الصعيد المحلي أو العربي أو الدولي.
2. مواكبة الدراسة للأحداث التي تهم المجتمع وتؤثر فيه فقد تناول المؤتمر الوطني الثامن للشباب بمركز المنارة للمؤتمرات مخاطر الشائعات وذلك في جلسته الثانية والتي جاءت تحت عنوان تأثير نشر الأكاذيب على الدولة في ضوء حروب الجيل الرابع.
3. محاولة تفعيل نتائج الدراسة وتبسيط الضوء على مخاطر الشائعات.
4. أهمية المرحلة العمرية التي تتناولها الدراسة، وهي مرحلة الشباب الجامعي.

أهداف الدراسة: تسعى الدراسة إلى:

1. التعرف على دور البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية العربية في تنمية وعي الشباب الجامعي بمخاطر الشائعات.
2. رصد البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية العربية التي يفضل الشباب الجامعي مشاهدتها.
3. الكشف عن العلاقة بين معدل مشاهدة الشباب الجامعي للبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية العربية والتأثيرات الناتجة على تنمية وعيهم بمخاطر الشائعات.
4. الكشف عن تأثير الخصائص الديموجرافية (النوع- نوع التعليم- المستوى الاقتصادي الاجتماعي) على درجة اعتماد الشباب الجامعي على البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية العربية.

الدراسات السابقة:

- وتم تقسيمها إلى محورين وهما:
- المحور الأول: دراسات خاصة بالشائعات في وسائل الإعلام.
- المحور الثاني: دراسات تناولت البرامج الحوارية.

المحور الأول: دراسات خاصة بالشائعات في وسائل الإعلام:

- زاينج زينج وآخرون **Jing Zeng , et al** « هل صحافة المواطن أفضل من الصحافة المهنية لاكتشاف الشائعات في الصين؟ كيف يستطيع مستخدم موقع ويبو التحقق من صحة المعلومات بعد تفجيرات تيانجين 2015» (2019)⁽¹⁾.

تهدف هذه الدراسة إلى المقارنة بين صحافة المواطن والصحف المهنية في القدرة على اكتشاف الشائعات في الصين، واستخدم الباحثون منهج المسح، وقد طبقت الدراسة علي عينة عمدية قوامها (1744) مستخدماً لموقع ويبو، كما تم تحليل (1020) خبر ومشاركة على الموقع، وتم استخدام كلاً من استمارة تحليل المضمون واستمارة الاستقصاء لجمع البيانات.

وتوصلت الدراسة إلى نتائج أهمها:

1. أكدت النتائج بأن صحافة المواطن كانت أكثر نشرًا للشائعات حيث أنها تفتقد للمهنية والخبرة الصحفية.
2. اعتمدت الصحف المهنية على مصادر موثوق بها في الدولة كمصدر للأخبار التي يتم نشرها.

- نصر الدين عبد القادر « دور الإعلام الجديد في الترويج للشائعات وآليات التصدي لها: دراسة ميدانية على أساتذة الإعلام والإعلاميين» (2019)⁽²⁾

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على التأثير السلبي الذي يلعبه الإعلام الجديد في نشر الإشاعة وطرق وأساليب مقاومتها والتصدي لها، استخدم الباحث منهج المسح، وقد تم أخذ عينة من الأكاديميين في مجال الإعلام والإعلاميين الممارسين لمهنة الإعلام قوامها (200) مبحوثاً من دولة الإمارات العربية، وقد تم اختيارهم بطريقة عمدية، وتم استخدام الملاحظة، المقابلات، استمارة الاستقصاء الإلكترونية لجمع البيانات.

وتوصلت الدراسة إلى نتائج أهمها:

1. أكدت غالبية عينة الدراسة بنسبة بلغت %80 بأنهم يرون أن وسائل الإعلام الجديد لها دوراً كبيراً في ترويج الإشاعات.
2. تشير %65 من عينة الدراسة بأن مواقع التواصل الاجتماعي تعد بيئة خصبة لنمو الشائعات.

- إنتصار موسى دعاك « الشائعات الإلكترونية وتأثيرها على الرأي العام» (2018)⁽³⁾

تهدف هذه الدراسة إلى الكشف عن الأبعاد الاجتماعية والنفسية وراء انتشار

الشائعات الإلكترونية في المجتمع، استخدمت الباحثة منهج المسح، وقد تم أخذ عينة من الجمهور السعودي بمنطقة جازان قوامها (400) مبحوثاً، وقد تم اختيارهم بطريقة عشوائية، وتم استخدام استمارة الاستقصاء الإلكترونية لجمع البيانات.

وتوصلت الدراسة إلى نتائج أهمها:

1. جاءت الشائعات الاجتماعية في الترتيب الأول من حيث تداولها على مواقع التواصل الاجتماعي، تلاها الشائعات الفنية في الترتيب الثاني، وجاءت الشائعات السياسية في الترتيب الثالث.

2. وعن طرق مكافحة الشائعات جاء في الترتيب الأول تفعيل الرقابة على وسائل الإعلام بنسبة بلغت %45.5، بينما جاء في الترتيب الثاني عدم تداول الأخبار غير الموثوقة بنسبة بلغت %24.

– إيمان قناوي محمد «الشائعات في المواقع الإخبارية وتأثيرها على الوعي الاجتماعي لدى مستخدميها» (2018)⁽⁴⁾

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على تأثير شائعات المواقع الإخبارية على الوعي الاجتماعي لدى مستخدميها، استخدمت الباحثة منهج المسح، وقد تم أخذ عينة قوامها (400) مبحوثاً من مستخدمي المواقع الإخبارية، وقد تم اختيارهم بطريقة عشوائية، وتم استخدام استمارة الاستقصاء الإلكترونية لجمع البيانات.

وتوصلت الدراسة إلى نتائج أهمها:

1. توجد فروق ذات دلالة إحصائية ترجع إلى متغير المستوى التعليمي في مدى تأثير شائعات المواقع الإلكترونية على الوعي الاجتماعي لدى مستخدميها لصالح المستويات التعليمية العليا (التعليم الجامعي وفوق الجامعي).

2. أنه لا توجد فروق دالة إحصائية تعزى إلى متغيري (الجنس والعمر) بين أفراد العينة في مدى تأثير شائعات المواقع الإلكترونية على الوعي الاجتماعي لدى مستخدميها.

– حسين فولاذ علي، عبد الرازق جوهر «مدى تأثير الإشاعة الإلكترونية على الثقافة المعلوماتية في المجتمع الأكاديمي في دولة الكويت» (2018)⁽⁵⁾

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على تأثير الإشاعة الإلكترونية على الثقافة المعلوماتية في المجتمع الأكاديمي في دولة الكويت، استخدمت الباحثة منهج دراسة الحالة، وقد تم أخذ عينة قوامها (200) مبحوثاً من أكاديميين في جامعات ومؤسسات أكاديمية مختلفة بدولة الكويت، وقد تم اختيارهم بطريقة عشوائية، وتم استخدام الملاحظة كأداة لجمع البيانات.

وتوصلت الدراسة إلى نتائج أهمها:

1. أكدت عينة الدراسة على أن أبرز الحلول للحد من الإشاعة الإلكترونية هو عرض التجارب المختلفة في بعض دول العالم في تعاملها مع الإشاعة.
2. ارتفاع التأثير السلبي على نفسية عينة الدراسة نتيجة تعرضهم للشائعات الإلكترونية.

- اعتماد خلف معبد وآخرون «تعرض المراهقين لشائعات مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها باتجاهاتهم السياسية» (2017)⁽⁶⁾

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على مدى تعرض المراهقين لشائعات مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها باتجاهاتهم السياسية، استخدم الباحثون منهج المسح، وقد تم أخذ عينة قوامها (400) مبحوثاً من المراهقين المتابعين للمواقع الإخبارية والصحف الإلكترونية يتراوح سنهم من (18- 21) عاماً من طلاب الكليات العملية والنظرية بجامعة عين شمس، وقد تم اختيارهم بطريقة عمدية، وتم استخدام كلاً من استمارة تحليل المضمون واستمارة الاستقصاء لجمع البيانات.

وتوصلت الدراسة إلى نتائج أهمها:

1. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تعرض المبحوثين لشائعات مواقع التواصل الاجتماعي و الاتجاهات السياسية لديهم.
2. تشير النتائج إلى ارتفاع معدل رفض عينة الدراسة نشر الأخبار التي يتعرضون لها على مواقع التواصل الاجتماعي التي يعلمون أنها غير صحيحة.

- التون كو وآخرون Alton Y. K Chua et al «إعادة إرسال الشائعات ورسائل تصحيح الشائعات عبر تويتر» (2017)⁽⁷⁾.

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على الطرق المختلفة لمواجهة الشائعات وتصحيح المعلومات الخاطئة التي يتم تداولها عبر تويتر، واستخدم الباحثون منهج المسح، وقد طبقت الدراسة علي عينة من الشباب الجامعي المستخدم لتويتر، كما تم تحليل 5885 تغريدة عبر تويتر، وتم استخدام كلاً من استمارة تحليل المضمون واستمارة الاستقصاء لجمع البيانات.

وتوصلت الدراسة إلى نتائج أهمها:

1. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين إعادة نقل المعلومات عبر تويتر وبين التأكد من مصداقية المصدر الذي يتم النقل عنه.
2. أكدت أغلبية عينة الدراسة على أن إعادة إرسال أى معلومة يتوقف على مصداقية المصدر الذي يتم الحصول على المعلومة منه.

3. يرتبط أنتشار الشائعات أكثر بالمواضيع التي تمس مشاعر وعواطف الجمهور.
- جيون شين وآخرون **Alton Y. K Chua , et al** « أنتشار الشائعات السياسية عبر تويتر أثناء الانتخابات الرئاسية 2012: التعرف على الشائعات وتصحيحها» (2017)⁽⁸⁾.

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على الشائعات التي تم تداولها ونشرها أثناء الانتخابات الرئاسية الأمريكية 2012 عبر تويتر، واستخدم الباحثون منهج المسح، وقد طبقت الدراسة علي عينة قوامها (8) محللين للبيانات، كما تم تحليل 300180 تغريدة عبر تويتر، وتم استخدام كلاً من استمارة تحليل المضمون واستمارة الاستقصاء لجمع البيانات.

وتوصلت الدراسة إلى نتائج أهمها:

1. انتشرت الشائعات السياسية بشكل كبير أثناء الانتخابات الرئاسية وأثناء الحراك السياسي.

2. أكدت النتائج على خطورة انتشار الشائعات على المجتمع.

- حاتم محمد عاطف «رأى النخبة حول جدلية الشائعات أولاً أم الأزمات؟ مصر أفمودجاً» (2017)⁽⁹⁾

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على رأى النخبة تجاه جدلية الشائعات والأزمات وأيهما يتسبب في افتعال الآخر؟، استخدم الباحث منهج المسح، وقد تم أخذ عينة من أساتذة الجامعات ورجال الأعمال والصحفيين قوامها (20) مبحوثاً، وقد تم اختيارهم بطريقة عشوائية، وتم استخدام المقابلات، استمارة الاستقصاء الإلكترونية لجمع البيانات.

وتوصلت الدراسة إلى نتائج أهمها:

1. جاءت آراء النخبة عينة الدراسة حول طرق مكافحة الشائعات جاء في الترتيب الأول عبر الشفافية ونشر الحقائق، وفي الترتيب الثاني عرض الحقيقة كاملة دون تزييف أو تلوين والاستناد إلى الأدلة والبراهين.

2. أكدت غالبية عينة الدراسة بأن للأزمات دور رئيسي في انتشار الشائعات في المجتمع المصري.

- رجييف اركيت **Rajiv Aricat** « مشكلة الشائعات وانتشار المعلومات الخاطئة على شبكات التواصل الاجتماعي» (2017)⁽¹⁰⁾.

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على المشكلات التي تنجم من نشر الشائعات على شبكات التواصل الاجتماعي، واستخدم الباحث منهج المسح، وقد طبقت الدراسة

علي عينة من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي (الفييس بوك- تويتر)، وتم استخدام استمارة الاستقصاء لجمع البيانات.

وتوصلت الدراسة إلى نتائج أهمها:

1. تنتشر الشائعات في أوقات الكوارث والأزمات خاصة عندما لا تتوفر معلومات من المصادر الرسمية للدولة.
2. تصدر الفييس بوك الترتيب الأول من الوسائل الأكثر نشرًا للشائعات.

- سو يونج بي **Soo Young Bae** « الشائعات السياسية في المجتمع: دراسة عن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي والتأثر بالشائعات السياسية» (2017)⁽¹¹⁾.

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على مدى استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته بالتأثر بالشائعات السياسية في كوريا الجنوبية، واستخدمت الباحثة منهج المسح، وقد طبقت الدراسة علي عينة عمدية من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي قوامها (205) مبحوثاً تتراوح أعمارهم بين (18-59) عاماً، وتم استخدام استمارة الاستقصاء الإلكترونية لجمع البيانات.

وتوصلت الدراسة إلى نتائج أهمها:

1. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين استخدام عينة الدراسة شبكات التواصل الاجتماعي والتأثر بالشائعات السياسية.
2. اعتماد معظم عينة الدراسة على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات السياسية.

- محمد بن سليم الله الرحيلي « الآثار السلبية لشائعات مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر طلاب المرحلتين الثانوية والجامعية بالمدينة المنورة ودور المؤسسات التربوية في مواجهتها» (2017)⁽¹²⁾.

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف الآثار السلبية لشائعات مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر طلاب المرحلتين الثانوية والجامعية بالمدينة المنورة ودور المؤسسات التربوية في مواجهتها ، استخدم الباحث منهج المسح، وقد تم أخذ عينة قوامها (470) طالباً من طلاب المرحلتين الثانوية والجامعية بالمدينة المنورة، وقد تم اختيارهم بطريقة عشوائية، وتم استخدام استمارة الاستقصاء لجمع البيانات.

وتوصلت الدراسة إلى نتائج أهمها:

- تعددت الآثار السلبية لمخاطر انتشار الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي وجاء في الترتيب الأول انتشار الغيبة والنميمة بين أفراد المجتمع.

- **ممدوح السيد عبد الهادي «الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في إحداث العنف والصراع السياسي بين الشباب الجامعي: دراسة ميدانية» (2017) (13).**

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في إحداث العنف والصراع السياسي بين الشباب الجامعي ، استخدم الباحث منهج المسح، وقد تم أخذ عينة قوامها (400) مبحوثاً من الشباب الجامعي المصري يتراوح سنهم من (18- 21) عاماً من جامعات (القاهرة، الأزهر، ٦ أكتوبر، الجامعة الأمريكية بالقاهرة)، وقد تم اختيارهم بطريقة عمدية، وتم استخدام استمارة الاستقصاء لجمع البيانات.

وتوصلت الدراسة إلى نتائج أهمها:

- من أهم أهداف الشائعات التي تنشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي هو إثارة العنف والصراع السياسي داخل المجتمع حيث جاءت في الترتيب الأول، يليه تفكك وحدة المجتمع في الترتيب الثاني، يليه إثارة البلبلة والفضى بين الأفراد في المجتمع في الترتيب الثالث.

- **إعتماد خلف معبد وآخرون» معالجة المواقع الإخبارية والصحف الإلكترونية للشائعات وعلاقتها بإدراك المراهقين للواقع السياسي والاجتماعي» (2016) (14).**

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على معالجة المواقع الإخبارية والصحف الإلكترونية للشائعات وعلاقتها بإدراك المراهقين لواقعهم الاجتماعي والسياسي ، استخدم الباحثون منهج المسح، وقد تم أخذ عينة قوامها (200) مبحوثاً من المراهقين المتابعين للمواقع الإخبارية والصحف الإلكترونية يتراوح سنهم من (17- 20) عاماً، وقد تم اختيارهم بطريقة عمدية، وتم استخدام استمارة الاستقصاء لجمع البيانات.

وتوصلت الدراسة إلى نتائج أهمها:

1. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين معدل تصفح المبحوثين للمواقع الإخبارية والصحف الإلكترونية ومستوى الاعتماد عليها كمصدر للمعلومات عن بعض الشائعات بها.

2. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس إدراك الواقع السياسي والاجتماعي تبعاً لمستوى فهمهم الشائعات التي تورد بالمواقع الإخبارية والصحف الإلكترونية .

– محمد رضا سليمان» دور وسائل الإعلام الجديد في مواجهة التأثيرات السلبية للشائعات المرتبطة بالإرهاب على المجتمع السعودي باستخدام استراتيجية المنصات المتعددة»(2016)⁽¹⁵⁾.

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على دور وسائل الإعلام الجديد في مواجهة التأثيرات السلبية للشائعات المرتبطة بالإرهاب على المجتمع السعودي ، استخدم الباحث منهج المسح، وقد تم أخذ عينة قوامها (400) مبحوثاً من الجمهور العام المستخدم لمواقع التواصل الاجتماعي، وقد تم اختيارهم بطريقة عمدية، وتم استخدام استمارة الاستقصاء لجمع البيانات.

وتوصلت الدراسة إلى نتائج أهمها:

– تداول 60 % من عينة الدراسة المعلومات عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ثم ثبت لهم عدم مصداقيتها لاحقاً.

– سناء جلال عبد الرحمن» دور صحافة المواطن في نشر ومقاومة الشائعات في المجتمع العربي»(2015)⁽¹⁶⁾

تهدف هذه الدراسة إلى كشف وتحليل وتفسير الدور الذي تقوم به صفحات الفيس بوك العربية في خلق ونشر ومقاومة الشائعات، استخدمت الباحثة منهج المسح، وقد تم أخذ عينة عمدية عددها (صفحتين) من الصفحات العربية التي ظهرت على الفيس بوك بهدف محاربة الشائعات، وتم استخدام استمارة تحليل المضمون لجمع البيانات.

وتوصلت الدراسة إلى نتائج أهمها:

1. ارتفاع الشائعات التي تتصل بالسياسة والتي يتم الترويج لها.

2. جاء الفيس بوك في الترتيب الأول كأكثر مصادر نشر الشائعات.

– سهير صفوت عبد المجيد « دور شبكات التواصل الاجتماعي في ترويج الشائعات وسبل مواجهتها: دراسة ميدانية على عينة من جمهور مواقع التواصل الاجتماعي في مصر» (2015)⁽¹⁷⁾.

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على دور شبكات التواصل الاجتماعي في ترويج الشائعات، وتحديد سبل مواجهة الشائعات على شبكات التواصل الاجتماعي، استخدمت الباحثة منهج المسح، وقد تم أخذ عينة قوامها (138) مبحوثاً من جمهور مواقع التواصل الاجتماعي في مصر ، وقد تم اختيارهم بطريقة عمدية، وتم استخدام استمارة الاستقصاء الإلكترونية لجمع البيانات.

وتوصلت الدراسة إلى نتائج أهمها:

1. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين تكرارات العينة فيما يتعلق بأكثر مواقع التواصل الاجتماعي التي تصل عبرها الشائعات.
2. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين تكرارات استجابات العينة فيما يتعلق بكيفية مواجهة الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

– عبد الرحمن المطيري» مدى تأثير الشائعات على برامج العلاقات العامة الاتصالية: دراسة ميدانية على عينة من أدوات العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية بالرياض « (2015) (18).

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على مدى تأثير الشائعات على برامج العلاقات العامة الاتصالية، استخدم الباحث منهج المسح، وقد تم أخذ عينة قوامها (64) مبحوثاً من ممارسي العلاقات العامة، وقد تم اختيارهم بطريقة عشوائية، وتم استخدام استمارة الاستقصاء لجمع البيانات.

وتوصلت الدراسة إلى نتائج أهمها:

1. تؤكد عينة الدراسة بأن طبيعة الشائعات التي تواجه المؤسسات التي يعملون بها فقد أكدت أغلبية عينة الدراسة بنسبة بلغت %70.36 بان الشائعات تتركز حول أحداث تسعى لسمعة المؤسسة.
2. فيما يتعلق بالوسائل الاتصالية المستخدمة لمعالجة التأثير السلبي للشائعات أشار أكثر من نصف العينة وبنسبة بلغت %51.56 بان شبكات التواصل الاجتماعي تأتي في الترتيب الأول، بينما يأتي في الترتيب الثاني التصريحات الصحفية وبنسبة بلغت %45.3.

– ولاء محمد الطاهر عبد الخالق « اعتماد الجمهور المصري على الإعلام الأمني في التصدي للشائعات والأكاذيب لتحقيق التواصل المجتمعي» (2015) (19)

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على مدى اعتماد الجمهور المصري على الإعلام الأمني في التصدي للشائعات والأكاذيب لتحقيق التواصل المجتمعي مع كافة قضايا المجتمع، استخدمت الباحثة منهج المسح، وقد تم أخذ عينة قوامها (200) مبحوثاً من الشباب في محافظة الشرقية، وقد تم اختيارهم بطريقة عشوائية، وتم استخدام استمارة الاستقصاء لجمع البيانات.

وتوصلت الدراسة إلى نتائج أهمها:

1. تؤكد عينة الدراسة بأن الشائعات تنتشر بشكل كبير في المجتمع المصري بنسبة بلغت %94 من إجمالي آراء عينة الدراسة.

2. توجد علاقة إيجابية بين حجم التعرض لوسائل الإعلام الأمنية كمصدر من مصادر المعلومات وحجم اعتماد عينة الدراسة على هذه الوسائل للتصدي للشائعات.

المحور الثاني: دراسات تناولت البرامج الحوارية:

- إبراهيم منصور عبد اللطيف «الضغوط النفسية الناجمة عن التعرض للبرامج الحوارية بالتلفزيون المصري: دراسة ميدانية على عينة من مشاهدي البرامج الحوارية» (2019)⁽²⁰⁾.

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على الضغوط النفسية الناجمة عن التعرض للبرامج الحوارية بالتلفزيون المصري، استخدم الباحث منهج المسح، وقد تم أخذ عينة قوامها (400) مبحوثاً بمحافظة البحيرة، وقد تم اختيارهم بطريقة عشوائية، وتم استخدام استمارة الاستقصاء لجمع البيانات.

وتوصلت الدراسة إلى نتائج أهمها:

- عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين نوع المبحوثين وبين اتجاهاتهم نحو أبرز البرامج الحوارية التي يقبل المبحوثين على التعرض لها.

- دانس ليشتنستين وآخرون **Dennis Lichtenstein et al** «التناول الإعلامي للأزمة الأوكرانية: مقارنة بين حوارات البرامج الحوارية في التلفزيون الروسي والألماني» (2019)⁽²¹⁾.

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على شكل التناول الإعلامي للأزمة الأوكرانية في البرامج الحوارية في التلفزيون الروسي والألماني، واستخدم الباحثون منهج المسح، المنهج المقارن، وقد طبقت الدراسة على عينة عمدية قوامها (20) برنامجاً من البرامج الحوارية الأكثر شهرة في كلاً من روسيا وألمانيا، وتم استخدام استمارة تحليل المضمون لجمع البيانات.

وتوصلت الدراسة إلى نتائج أهمها:

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المعالجة الإعلامية للأزمة الأوكرانية في البرامج الحوارية في التلفزيون الروسي والألماني.

- **إعتماد خلف معبد وآخرون** «دور البرامج الحوارية في إدراك المراهقين للصراع السياسي في مصر» (2018)⁽²²⁾.

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على دور البرامج الحوارية في إدراك المراهقين للصراع السياسي في مصر، استخدم الباحثون منهج المسح، وقد تم أخذ عينة عشوائية قوامها (384) مبحوثاً يتراوح عمرهم ما بين (18 - 21) عاماً وقد تم اختيارهم من جامعة بورسعيد وجامعة عين شمس، كما تم تحليل أربعة برامج حوارية، وتم استخدام كلاً من استمارة تحليل المضمون واستمارة الاستقصاء لجمع البيانات.

وتوصلت الدراسة إلى نتائج أهمها:

1. جاءت أهم أسباب مشاهدة المبحوثين للبرامج الحوارية هو أن وقت إذاعتها مناسب وذلك في الترتيب الأول بوزن نسبي 650، وفي الترتيب الثاني جاء تناولها للقضايا والأحداث الجارية بوزن نسبي 591.
2. توجد فروق ذات دلالة إحصائية وفقاً لدرجة اعتمادهم على البرامج الحوارية كمصدر للمعلومات السياسية.

- اندريا سيرون و سيرجو سيليندر **Andrea Ceron , Sergio Splendore** « من المحتويات إلى التعليقات: التلفزيون الاجتماعي والتعددية في البرامج الحوارية السياسية. » (2018) (23).

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على محتوى البرامج الحوارية السياسية التي يتم عرضها على صفحات شبكات التواصل الاجتماعي، واستخدام الباحثان منهج المسح، وقد طبقت الدراسة علي عينة عشوائية من متابعي البرامج الحوارية السياسية عبر شبكات التواصل الاجتماعي، كما تم تحليل 228135 تغريدة تتعلق ب (30) حلقة من البرامج الحوارية السياسية التي تبث بإيطاليا، وتم استخدام كلاً من استمارة تحليل المضمون واستمارة الاستقصاء لجمع البيانات.

وتوصلت الدراسة إلى نتائج أهمها:

1. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين النوع (ذكر- إنثى) ومعدل متابعة البرامج الحوارية السياسية.
2. ارتفاع معدل متابعة البرامج الحوارية السياسية من قبل عينة الدراسة.

- إيهاب حمدي جمعة « واقع الممارسة العملية لبرامج الحوار (التوك شو) بين القواعد المهنية والمسؤولية الاجتماعية: العملية الشاملة سيناء 2018 نموذجاً- تحليل مقارنة لعينة من حلقات القنوات المصرية الوطنية والمعادية» (2018) (24)

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على الاطار الإعلامي الذي استخدمته كلاً من القنوات الوطنية والمعادية خلال قيامها بتغطية أخبار العملية الشاملة سيناء 2018، استخدم الباحث منهج المسح، المنهج المقارن، وقد تم أخذ عينة قوامها (4) برامج تليفزيونية وقد بلغ عدد الحلقات التي تم تحليلها 30 حلقة، وتم استخدام استمارة تحليل المضمون لجمع البيانات.

وتوصلت الدراسة إلى نتائج أهمها:

1. سعت القنوات الوطنية إلى تأكيد زيف أكاذيب جماعة الأخوان حول قدرة القوات المسلحة وشائعات الجماعات الإرهابية حول الأوضاع في سيناء.

2. تصحح القنوات الوطنية الفهم الخاطئ والرد على الشائعات والعرض النقدي لتناول الصحافة الغربية لواقع الأحداث في سيناء.

- قدرى محمود حفى وآخرون» تناول البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية التليفزيونية لسياسات الحكومة وعلاقته بمستوى رضا المراهقين عن الأداء الحكومى «(2018)⁽²⁵⁾.

تهدف هذه الدراسة إلى تحديد اتجاه العلاقة التى تتبناها البرامج الحوارية فى تقديم السياسات الحكومية للقطاعات المختلفة ومستوى رضا المراهقين عن أداء الحكومة، استخدم الباحثون منهج المسح، وقد تم أخذ عينة قوامها (400) مبحوثاً من المراهقين المتابعين للبرامج الحوارية، وتم استخدام استمارة الاستقصاء لجمع البيانات. وتوصلت الدراسة إلى نتائج أهمها:

- جاءت أهم أسباب متابعة المبحوثين للبرامج الحوارية هو أنها تتناول الأحداث الجارية العالمية والمحلية وذلك فى الترتيب الأول وبنسبة بلغت 78.69%، وفى الترتيب الثانى جاء طرحها موضوعات مهمة وبنسبة بلغت 53.55%.

- ليتسيا بودا وآخرون **Leticia Bode et al** « ما يريده المشاهدون: تقييم تأثير تحيز الضيف على مشاركة المشاهد فى البرامج الحوارية السياسية.» (2018)⁽²⁶⁾.

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على ما يريده المشاهدون فى البرامج الحوارية وتقييم تحيز الضيف على مشاركة الجمهور بالبرامج الحوارية، واستخدم الباحثون منهج المسح ، وقد طبقت الدراسة على عينة عمدية قوامها (306) مبحوثاً من الشباب المتابع للبرامج الحوارية، وتم استخدام استمارة الاستقصاء لجمع البيانات. وتوصلت الدراسة إلى نتائج أهمها:

1. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين درجة الاعتماد على البرامج الحوارية وبين النوع (ذكر- أنثى).

2. ارتفاع معدل متابعة عينة الدراسة للبرامج الحوارية التى يتمتع ضيوفها بالموضوعية.

- محمود حسن إسماعيل وآخرون» دور القائم بالاتصال فى البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية فى تشكيل الاتجاهات السياسية للمراهقين» (2017)⁽²⁷⁾.

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على دور القائم بالاتصال فى البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية فى تشكيل الاتجاهات السياسية للمراهقين، استخدم الباحثون منهج المسح، وقد تم أخذ عينة عشوائية قوامها (200) مبحوثاً من جامعة

عين شمس وجامعة 6 أكتوبر، وتم استخدام استمارة الاستقصاء لجمع البيانات. **وتوصلت الدراسة إلى نتائج أهمها:**

1. ارتفاع كثافة مشاهدة المبحوثين للبرامج الحوارية وذلك بنسبة %93.8.
2. جاءت متابعة القضايا والأحداث الجارية في مقدمة أسباب مشاهدة المبحوثين للبرامج الحوارية وذلك بنسبة بلغت %82.5، وفي الترتيب الثاني جاء تكوين رأى تجاه القضايا وذلك بنسبة بلغت %47.1.

- **نسرین محمد عبد العزیز» اعتماد الشباب المصرى على البرامج الحوارية (التوك شو) المقدمة في الفضائيات المصرية في تشكيل وعيه بشأن قضايا الإرهاب (2017)»⁽²⁸⁾.**

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على دوافع اعتماد الشباب المصرى على البرامج الحوارية في متابعة قضايا الإرهاب والتعرف على الآثار الناتجة عن هذا الاعتماد، استخدمت الباحثة منهج المسح، وقد تم أخذ عينة قوامها (300) مبحوثاً، وقد تم اختيارهم بطريقة عشوائية، وتم استخدام استمارة الاستقصاء لجمع البيانات.

وتوصلت الدراسة إلى نتائج أهمها:

1. ارتفاع نسبة مشاهدة عينة الدراسة للبرامج الحوارية بصفة دائمة بنسبة بلغت %58.7، بينما جاءت المشاهدة أحياناً في الترتيب الثاني بنسبة بلغت %28.7.
2. توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد الشباب عينة الدراسة على برامج التوك شو المقدمة في الفضائيات المصرية والتعرف الفعلى على قضايا الإرهاب.

- **ولاء إبراهيم عقاد» مصداقية البرامج الحوارية في الفضائيات المصرية في تغطية الإرهاب لدى الجمهور المصرى»(2017)»⁽²⁹⁾.**

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على درجة تصديق الجمهور المصرى للبرامج الحوارية التي تذاع على الفضائيات المصرية الخاصة بشأن ما تقدمه من معلومات تتعلق بقضايا الإرهاب، استخدمت الباحثة منهج المسح، وقد تم أخذ عينة قوامها (400) مبحوثاً، وقد تم اختيارهم بطريقة عشوائية، وتم استخدام استمارة الاستقصاء لجمع البيانات.

وتوصلت الدراسة إلى نتائج أهمها:

1. ارتفاع نسبة تعرض المبحوثين للبرامج الحوارية بشكل غير منتظم (أحياناً) بنسبة بلغت %53.5.
2. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الجمهور المصرى عينة الدراسة فيما يتعلق

بتعرضهم للبرامج الحوارية في الفضائيات المصرية خلال تغطيتها لقضايا الإرهاب وفقاً (للنوع- التعليم).

- لبنى زاهر Lubna Zaheer « تأثير مشاهدة البرامج الحوارية السياسية على الفعالية السياسية والمشاركة السياسية» (2016)⁽³⁰⁾.

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على تأثير مشاهدة البرامج الحوارية السياسية على الفعالية السياسية والمشاركة السياسية، واستخدمت الباحثة منهج المسح، وقد طبقت الدراسة علي عينة عمدية قوامها (211) مبحوثاً من الشباب المتابع للبرامج الحوارية، وتم استخدام استمارة الاستقصاء لجمع البيانات.

وتوصلت الدراسة إلى نتائج أهمها:

1. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين معدل متابعة البرامج الحوارية وبين المشاركة السياسية لدى الشباب عينة الدراسة.
2. ارتفاع معدل متابعة الشباب عينة الدراسة للبرامج الحوارية السياسية.

- هويدا مصطفى، حسن علي جمعة « القائم بالاتصال في البرامج الحوارية التليفزيونية أثناء الأزمات» (2016)⁽³¹⁾

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على تأثير الواقع المهني على أداء القائم بالاتصال بخصوص الرسالة المراد تقديمها في البرامج الحوارية التليفزيونية، استخدم الباحثان منهج المسح، وقد تم أخذ عينة قوامها (100) مبحوثاً من مخرجي ومعدى ومقدمي البرامج الحوارية، وقد تم اختيارهم بطريقة عشوائية، وتم استخدام استمارة الاستقصاء لجمع البيانات.

وتوصلت الدراسة إلى نتائج أهمها:

1. جاءت آراء القائم بالاتصال في البرامج الحوارية حول الالتزام بالمعايير المهنية حيث جاء عدم نشر معلومات تهدد الأمن في الترتيب الأول بنسبة بلغت %46، وفي الترتيب الثاني جاء عدم الخروج عن قيم المجتمع بنسبة بلغت %44.
2. أهم السمات المهنية والعامة في المؤسسات الإعلامية جاء في الترتيب الأول المصدقية في تغطية الأحداث، بينما جاء في الترتيب الثاني الدقة في العرض.

التعليق على الدراسات السابقة :

- لاحظ الباحث تأكيد غالبية الدراسات على خطورة الشائعات وتأثيرها الممتد على الفرد والمجتمع وهذا ما أكدته دراسة كلاً من: حسين فولاذ علي، عبد الرازق جوهر: (2018)، التون كو وآخرون: (2017)، جيون شين وآخرون: (2017)،

محمد بن سليم الله الرحيلي: (2017).

- ارتفاع نسبة مشاهدة البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية العربية وهذا ما أكدته دراسة كلاً من: إعتقاد خلف معبد وآخرون: (2018)، اندريا سيرون و سيرجو سيليندر: (2018)، قدرى محمود حفى وآخرون: (2018)، ليتسيا بودا وآخرون: (2018)، محمود حسن إسماعيل وآخرون: (2017).

- ركزت معظم الدراسات على تناول عينة الشباب الجامعى نظراً لأهمية الدور الفعال لهذه الفئة فى بناء واستقرار أى مجتمع ونظراً للتأثيرات الكبيرة التى تقع عليه من التعرض لوسائل الإعلام المختلفة وهذا ما أظهرته دراسة كلاً من: إعتقاد خلف معبد وآخرون: (2018)، ممدوح السيد عبد الهادي: (2017)، محمود حسن إسماعيل وآخرون: (2017)، التون كو وآخرون: (2017).

- اعتمدت أغلب الدراسات السابقة على منهج المسح واستخدام العينة العمدية وهذا ما أكدته دراسة كلاً من: زايينج زينج وآخرون: (2019)، نصر الدين عبد القادر: (2019)، إعتقاد خلف معبد وآخرون: (2017)، ليتسيا بودا وآخرون: (2018)، لبنى زاهر: (2016).

- اعتمدت العديد من الدراسات السابقة فى دراستها للجمهور وخاصة الشباب على استمارة الاستبيان وخاصة الاستبيان الورقى.

الاستفادة من الدراسات السابقة:

- أفادت الدراسات السابقة الباحث فى بلورة المشكلة البحثية وفى وضع فروض الدراسة وفى اختيار الأدوات المناسبة للبحث.

- التعرف على المنهج المناسب لتناول موضوع الدراسة.

- تم الاستفادة من الدراسات السابقة فى تأكيد حداثة الدراسة الحالية وجدارة دراستها.

- تصميم ووضع أسئلة استمارة الاستقصاء الخاصة بالشباب الجامعى عينة الدراسة.

- معرفة أهم طرق المعالجة الإحصائية لقياس العلاقة بين متغيرات الدراسة.

- تفسير بعض نتائج الدراسة الحالية فى ضوء ما خرجت به نتائج الدراسات السابقة.

الإطار النظرى للدراسة:

نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام **Media Dependency Theory**

تستمد هذه الدراسة إطارها النظري من نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام ويستخدمها الباحثون بوصفها الإطار النظري القادر على تفسير الظواهر الاجتماعية في علاقتها بوسائل الإعلام حيث تهتم النظرية برصد العلاقات والتفاعلات بين الأنظمة الفرعية في المجتمع.

وتعتمد فكرة النظرية على أن استخدام الأفراد لوسائل الإعلام لا يتم بمعزل عن تأثير المجتمع الذي يعيش داخله وأن قدرة وسائل الإعلام على التأثير تزداد عندما تقوم هذه الوسائل بوظيفة نقل المعلومات بشكل مستمر ومكثف.

وكلما تعقدت البنية الاجتماعية قل التفاعل بين أفراد المجتمع، مما يتيح للإعلام مجالاً واسعاً لملء الفراغ، فيصبح الفرد أكثر اعتماداً على وسائل الإعلام لاستقاء المعلومات، وعلى هذا فالجمهور عنصر فاعل وحيوي في الاتصال⁽³²⁾.

ولذلك تحاول هذه النظرية فهم العلاقة بين الإعلام والجمهور، وتتركز في هذا على إجابة سؤال : لماذا يتابع الجمهور وسائل الإعلام ؟ وتسعى النظرية إلى اختبار العلاقة بين الأجزاء الصغيرة والكبيرة في النظام الاجتماعي؛ لمحاولة فهم سلوك كل جزء وتوضيحه في ضوء وطبيعة العلاقة بين عناصر النظام ككل⁽³³⁾.

الأهداف الرئيسية لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام :

1. الهدف الرئيس لنظرية الاعتماد تفسير: لماذا يكون لوسائل الإعلام أحياناً آثار قوية ومباشرة وأحياناً تأثيرات ضعيفة غير مباشرة⁽³⁴⁾.
2. تركز النظرية على التساؤل الخاص : ماذا يفعل الأفراد بوسائل الإعلام؟⁽³⁵⁾.
3. تهدف النظرية إلى تحليل أنواع المعلومات وتفسيرها لتوضيح لماذا يعتمد عليها الأفراد دون سواها⁽³⁶⁾.
4. تهدف النظرية لقياس التعرض لوسيلة إعلامية كمتنبأ لتأثيرات تلك الوسيلة ، وذلك كبديل كفي، يرى أن التعرض لوسيلة ما أكثر التزاماً بالبيئة والعوامل المضافة من الاعتماد على تلك الوسيلة⁽³⁷⁾.

تقوم هذه النظرية على عدة افتراضات هي :

1. تختلف درجة استقرار النظام الاجتماعي وتوازنه نتيجة التغيرات المستمرة ، وتبعاً لهذا الاختلاف تزيد أو تقل الحاجة إلى المعلومات والأخبار، ففي حالة عدم الاستقرار الاجتماعي تزداد الحاجة للمعلومات فيكون الأفراد أكثر اعتماداً على وسائل الإعلام في حالة عدم الاستقرار⁽³⁸⁾.

2. أنه كلما زادت التغيرات والأزمات في مجتمع ما زادت حاجة الجمهور إلى المعلومات، وبالتالي تزيد درجة الاعتماد على وسائل الاتصال وما تقدمه من معلومات

- في هذا المجتمع.
3. يختلف الجمهور في درجة اعتماده على وسائل الإعلام نتيجة اختلافاتهم في الأهداف والمصالح والحاجات الفردية، فجمهور الصفوة من المفترض أن يكون لديه مصادر أخرى متعددة للمعلومات تجعله يتفاوت في درجة اعتماده على وسائل الإعلام⁽³⁹⁾.
4. ترسم النظرية الفروق بين المستخدم والمعتمد معرفياً ووجدانياً وسلوكياً وهذا يمكننا من صياغة الفروض التالية:
- أ. هناك اختلاف في حجم التأثير المعرفي بين المعتمد على وسائل الإعلام والمستخدم لها، فكلما كان الاعتماد مركز وقوي فالآثار المعرفية مؤثرة.
- ب. يظهر المستخدم لوسائل الإعلام أعراض القلق والخوف والإحباط أكثر من المعتمد على تلك الوسائل⁽⁴⁰⁾.
5. تزداد التأثيرات المعرفية والعاطفية والسلوكية عندما توجد درجة عالية من عدم الاستقرار في المجتمع⁽⁴¹⁾.

مدى استفادة الدراسة الحالية من نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

- بعد استعراض نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام يتضح أنها نظرية ملائمة للدراسة الحالية وذلك للأسباب التالية:
1. تساعد نظرية الاعتماد على اختبار درجة اعتماد الباحثين على البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية العربية كوسيلة ومصدر هام لتنمية الوعي بمخاطر الشائعات.
2. تعمل نظرية الاعتماد على توضيح الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة لدى الباحثين نتيجة تعرضهم للبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية العربية.
3. تساعد نظرية الاعتماد على توضيح العلاقة بين الاعتماد على البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية العربية والتأثيرات الناتجة على هذا الاعتماد.
4. تزايدت أهمية تطبيق النظرية في الدراسة الحالية كون أن الشباب الجامعي أكثر قدرة على تحديد الوسيلة الإعلامية التي يعتمد عليها لتنمية وعيهم بمخاطر الشائعات.

تساؤلات الدراسة :

1. ما كثافة مشاهدة الشباب الجامعي للبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية العربية ؟
2. أذكر أكثر البرامج الحوارية التي تفضل مشاهدتها بالقنوات الفضائية العربية ؟
3. أذكر أكثر وسائل الإعلام نشرًا للشائعات ؟
4. ما المخاطر الناتجة من انتشار الشائعات ؟

5. ما الطرق التي تتبعها البرامج الحوارية المقدمة بالقنوات الفضائية العربية لتنمية الوعي بخطور الشائعات؟

فروض الدراسة:

تسعى هذه الدراسة لاختبار صحة الفروض التالية:

1. توجد علاقة دالة إحصائياً بين معدل مشاهدة الشباب الجامعي للبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية العربية والتأثيرات (المعرفية والوجدانية والسلوكية) الناتجة على تنمية وعيهم بمخاطر الشائعات.
2. توجد علاقة دالة إحصائياً بين درجة اهتمام الشباب الجامعي بمتابعة البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية العربية والتأثيرات (المعرفية والوجدانية والسلوكية) الناتجة على تنمية وعيهم بمخاطر الشائعات.
3. توجد فروق دالة إحصائياً بين درجة اعتماد الشباب الجامعي على البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية العربية والمتغيرات الديموجرافية (النوع- نوع التعليم- المستوى الاقتصادي الاجتماعي).
4. توجد علاقة دالة إحصائياً بين درجة اعتماد الشباب الجامعي على البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية العربية والتأثيرات (المعرفية والوجدانية والسلوكية) الناتجة على تنمية وعيهم بمخاطر الشائعات.
5. توجد فروق دالة إحصائياً بين التأثيرات (المعرفية والوجدانية والسلوكية) الناتجة على تنمية وعي الشباب الجامعي بمخاطر الشائعات من خلال البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية العربية والمتغيرات الديموجرافية (النوع- نوع التعليم- المستوى الاقتصادي الاجتماعي).

التعريفات الإجرائية لمصطلحات الدراسة:

الشائعات:

هي الأخبار الكاذبة التي يتم نشرها عبر وسائل الإعلام والتي تهدف إلى ضرب استقرار الدولة.

البرامج الحوارية:

هي نوع من البرامج التليفزيونية والتي تعرض بالقنوات الفضائية العربية، والتي يتم من خلالها تناول أهم القضايا والموضوعات التي تهم وتلمس المواطن المصري.

تنمية الوعي:

هو زيادة معرفة المشاهدين بموضوع محدد من خلال استخدام مجموعة من الإجراءات والخطوات المتتابعة والتي تتم عبر فترة زمنية محددة.

الشباب الجامعي:

يتمثل في هذه الدراسة في طلاب الجامعات الآتية (بورسعيد، المنصورة، 6 أكتوبر، سيناء) وهى المرحلة الدراسية التي تقابل مرحلة المراهقة المتأخرة من سن (18- 21) عاماً.

نوع الدراسة:

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تسعى للتعرف على معدل مشاهدة الشباب الجامعي للبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية العربية وعلاقته بتنمية وعيهم بمخاطر الشائعات، وذلك من خلال دراسة عدة متغيرات منها: معدل المشاهدة، مستوى الاهتمام، درجة الاعتماد، النوع، نوع التعليم، والمستوى الاقتصادي الاجتماعي.

منهج الدراسة:

وفي إطار الدراسة الوصفية، استخدم الباحث منهج المسح من خلال مسح آراء عينة من الشباب الجامعي حول دور البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية العربية في تنمية وعي الشباب الجامعي بمخاطر الشائعات.

مجتمع الدراسة الميدانية:

ويتمثل في الشباب الجامعي ممن تتراوح أعمارهم بين (18-21) عاماً وهى الفترة المقابلة لمرحلة المراهقة المتأخرة.

عينة الدراسة:

وتتمثل في عينة عمدية من الشباب الجامعي (ذكوراً- إناثاً) بكل من (جامعة بورسعيد- جامعة المنصورة- جامعة 6 أكتوبر- جامعة سيناء) قوامها 400 مفردة تم سحبهم بطريقة متساوية (200 مفردة للتعليم الجامعي الحكومي - 200 مفردة للتعليم الجامعي الخاص) في المرحلة العمرية من (18-21) عاماً، بحيث تكون عينة الدراسة (50) من الذكور (50) من الإناث من كل جامعة.

اختيار العينة:

- وقد راعى الباحث في اختيار العينة تمثيلها لثلاثة متغيرات أساسية هي:
1. تمثيل نوع التعليم: حيث تمثل جامعة 6 أكتوبر، جامعة سيناء التعليم الجامعي الخاص، بينما تمثل جامعة بورسعيد وجامعة المنصورة التعليم الجامعي الحكومي، وقد تم اختيار هذه الجامعات لاعتبارات عديدة منها: تمثيل الكليات الخاصة والحكومية والمقارنة بين نتائج الطلاب بتلك الجامعات، السهولة النسبية في الوصول إليهم، علاوة على تشابه خصائص الشباب الجامعي، وإمكانية تمثيل العينة لفئات النوع داخل تلك الجامعات.
 2. تمثيل الفرق الدراسية: وروعى فيها تنوع السنوات الدراسية لمرحلة الشباب الجامعي (الفرقة الأولى - الفرقة الثانية - الفرقة الثالثة - الفرقة الرابعة).
 3. تمثيل النوع: (ذكوراً - إناثاً).

توصيف عينة البحث:

جدول رقم (1)

التوزيع العددي والنسب المئوية للنوع

| النوع | العدد | النسبة % |
|----------|-------|----------|
| ذكر | 200 | 50 |
| أنثى | 200 | 50 |
| الإجمالي | 400 | 100 |

جدول رقم (2)

التوزيع العددي والنسب المئوية للجامعات عينة الدراسة

| الجامعة | العدد | النسبة % |
|----------------|-------|----------|
| جامعة بورسعيد | 100 | 25 |
| جامعة المنصورة | 100 | 25 |
| جامعة سيناء | 100 | 25 |
| جامعة 6 أكتوبر | 100 | 25 |
| الإجمالي | 400 | 100 |

وتم اختيار هذه الجامعات حتى تكون ممثلة لجامعات مصر الحكومية والخاصة وحتى يمكن المقارنة بين نتائج الطلاب عينة الدراسة في تلك الجامعات من خلال متغير نوع التعليم (حكومي - خاص).

أدوات جمع البيانات:

أولاً: استمارة الاستقصاء:

قام الباحث بإعداد استمارة الاستقصاء كأداة لجمع البيانات الخاصة بالشباب الجامعي للتعرف على دور البرامج الحوارية في تنمية وعيهم بمخاطر الشائعات.

اختبار الصدق:

للتأكد من صدق استمارة الاستقصاء وصلاحياتها للتطبيق ومدى تمثيلها لمحاور المقياس، تم عرض الاستمارة على مجموعة من الأساتذة المتخصصين في مجال دراسات الإعلام*.

وبلغت نسبة الاتفاق بين المحكمين على وضوح الأسئلة وحسن ترتيبها وتغطيتها لموضوع ومحاور الدراسة 88%، بعدها أجرى الباحث بعض التعديلات المطلوبة في ضوء آراء المحكمين لتصبح الاستمارة في شكلها النهائي.

اختبار الثبات:

للتأكد من ثبات الاستمارة قام الباحث بتطبيق الاستبيان على عينة مصغرة من الشباب الجامعي قوامها (40) مبحوثاً بواقع (10%) من العينة الأصلية للدراسة ثم أعاد التطبيق بعد أسبوع من التطبيق الأول على نفس أفراد العينة، فقد حصل الباحث على نتائج متسقة بين التطبيقين بنسبة ثبات 86% وهي نسبة ثبات عالية تدل على مدى وضوح الأسئلة وقابليتها للتطبيق.

كيفية التطبيق:

بدأ الباحث في جمع المعلومات من خلال تطبيق الاستمارة ميدانياً على عينة الدراسة، في الفترة من 2019/10/8 إلى 2019/10/31 .

ثانياً : مقياس الدراسة

1- مقياس التأثيرات (المعرفية والوجدانية والسلوكية):

وتم قياسه من خلال مقياس يشمل مجموعة من العبارات وتم تقسيمه على النحو التالي:

- موافق: ويحصل فيها المبحوث على ثلاث درجات.
 - أحياناً: ويحصل فيها المبحوث على درجتين.
 - غير موافق: ويحصل فيها المبحوث على درجة واحدة.
- 2- مقياس المستوى الاقتصادي والاجتماعي:**

تم قياس المستوى الاقتصادي والاجتماعي من خلال مقياس مكون من عدة فقرات يعطى لكل منها درجة معينة، ثم تم حساب الدرجة الكلية للمبحوثين من خلال جمع الدرجات التي حصل عليها في هذا المقياس وتحديد مستواه.

أساليب المعالجة الإحصائية:

لاستخراج نتائج البحث، قام الباحث باستخدام برنامج «الحزم الإحصائية spss» لتحليل البيانات التي تم إدخالها إلى الكمبيوتر، حيث تم استخدام الأساليب الإحصائية التالية:

- استخراج الجداول التكرارية البسيطة (العد والنسب المئوية) لاستجابات المبحوثين.
- استخدام معامل الارتباط لبيرسون لاختبار العلاقة بين المتغيرات.
- استخدام اختبار «ت» «T-Test» للتعرف على دلالة الفروق بين متوسط مجموعتين مختلفتين مثل المقارنة بين الذكور والإناث من حيث معدل مشاهدة البرامج الحوارية.

- استخدام تحليل التباين في اتجاه واحد One Way Analysis Of Variance (ANOVA) لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لأكثر من مجموعتين.
- استخدام اختبار شيفيه «Scheffe» .

نتائج الدراسة:
أولاً: نتائج الدراسة الميدانية:

جدول (3)

معدل مشاهدة البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية العربية *

| النسبة % | العدد | معدل المشاهدة |
|----------|-------|---------------|
| 64.9 | 235 | دائماً |
| 24.6 | 89 | أحياناً |
| 10.5 | 38 | نادراً |
| 100 | 362 | الإجمالي |

تشير التكرارات الإحصائية بالجدول السابق إلى ارتفاع معدل مشاهدة الشباب الجامعي للبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية العربية حيث جاء في الترتيب الأول المشاهدة دائماً بنسبة بلغت 64.9%، بينما جاء مشاهدتها أحياناً في الترتيب الثاني وبنسبة بلغت 24.6%، بينما جاء في الترتيب الثالث مشاهدتها نادراً وبنسبة بلغت 10.5%. ويدل ذلك على أن انتشار البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية العربية جعل لها قاعدة كبيرة من المشاهدين وخاصة الشباب الجامعي؛ نظراً لما تتمتع به من وسائل جذب سواء من خلال مقدم البرنامج، أو من خلال ضيوف البرنامج، أو من خلال التنوع في الموضوعات والقضايا التي تناولها والتي تهم وتلمس المجتمع بكل فئاته. وهذه النتيجة تتفق مع دراسة كلاً من: اندريا سيرون و سيرجو سبليندر (2018)، محمود حسن إسماعيل وآخرون (2017)، نسرین محمد عبد العزيز (2017).
* يبلغ إجمالي استمارات الاستقصاء 400 استمارة تم استبعاد عدد 38 استمارة غير مستوفاة فأصبح الإجمالي 362 استمارة.

جدول (4)

دوافع مشاهدة الشباب الجامعي البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية العربية

| الترتيب | الوزن النسبي | دوافع المشاهدة |
|---------|--------------|--------------------------------------------------------------------|
| 1 | 2.84 | متابعة الأحداث والقضايا الجارية |
| 2 | 2.70 | تنسجم بالموضوعية والمصادقية في عرض الموضوعات والقضايا المختلفة |
| 3 | 2.48 | يغطي كافة الأخبار والقضايا التي تحدث في المجتمع بالتحليل والمناقشة |
| 4 | 2.42 | تنسجم بالعمق والشمولية |
| 5 | 2.28 | تساعدني على فهم الأحداث |
| 6 | 2.16 | أداء مقدم البرامج متميز |
| 7 | 2.04 | حلقة وصل بين المسؤولين والمواطنين |
| 8 | 1.86 | عرض المشكلات ومحاولة إيجاد الحلول لها |
| 9 | 1.71 | التعرف على مختلف وجهات النظر |

تشير التكرارات الإحصائية بالجدول السابق إلى دوافع الشباب الجامعي لمشاهدة البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية العربية، فنجد أن متابعة الأحداث والقضايا الجارية جاءت في الترتيب الأول بوزن نسبي 2.84، ثم جاء تنسجم بالموضوعية والمصادقية في عرض الموضوعات والقضايا المختلفة في الترتيب الثاني بوزن نسبي 2.70، وجاء يغطي كافة الأخبار والقضايا التي تحدث في المجتمع بالتحليل والمناقشة في الترتيب الثالث بوزن نسبي 2.48، ثم جاء تنسجم بالعمق والشمولية في الترتيب الرابع بوزن نسبي 2.42، ثم تساعدني على فهم الأحداث في الترتيب الخامس بوزن نسبي 2.28، وفي الترتيب السادس جاء أداء مقدم البرامج متميز بوزن نسبي 2.16، ثم حلقة وصل بين المسؤولين والمواطنين في الترتيب السابع بوزن نسبي 2.04، ويأتي عرض المشكلات ومحاولة إيجاد الحلول لها في الترتيب الثامن بوزن نسبي 1.86، وفي الترتيب التاسع يأتي التعرف على مختلف وجهات النظر بوزن نسبي 1.71، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة محمود حسن إسماعيل وآخرون (2017) حيث جاء في الترتيب الأول من دوافع مشاهدة الشباب الجامعي للبرامج الحوارية متابعة الأحداث والقضايا الجارية، بينما تختلف مع نتيجة إعتقاد خلف معبد وآخرون (2018) حيث

جاء في الترتيب الأول أن وقت إذاعتها مناسب لمشاهدتها، ويرجع الباحث أسباب تصدر متابعة الأحداث والقضايا الجارية الترتيب الأول هو أن معظم تلك البرامج تتنافس في تغطية الأحداث والقضايا الجارية لجذب أكبر عدد من المشاهدين وتقديم كل ما يهم ويبحث عنه المشاهد من معلومات.

جدول (5)

أكثر البرامج الحوارية التي يفضل الشباب الجامعي مشاهدتها بالقنوات الفضائية العربية

| النسبة % | العدد | أكثر البرامج الحوارية مشاهدة |
|----------|-------|------------------------------|
| 86.2 | 312 | برنامج الحكاية |
| 77.3 | 280 | مساء dmc |
| 72.4 | 262 | على مسئوليتي |
| 66.8 | 247 | هنا العاصمة |
| 52.2 | 189 | الحياة اليوم |
| 43.4 | 157 | مصر اليوم |
| 38.7 | 140 | 90 دقيقة |
| 33.9 | 123 | صاله التحرير |
| 23.7 | 86 | واحد من الناس |

تشير التكرارات الإحصائية بالجدول السابق إلى أكثر البرامج الحوارية التي يفضل الشباب الجامعي مشاهدتها بالقنوات الفضائية العربية، فنجد أن برنامج الحكاية جاء في الترتيب الأول بنسبة 86.2% بإجمالي تكرارات (312)، ثم يأتي برنامج مساء dmc في الترتيب الثاني بنسبة 77.3% بإجمالي تكرارات (280)، وجاء برنامج على مسئوليتي في الترتيب الثالث بنسبة 72.4% بإجمالي تكرارات (262)، ثم جاء برنامج هنا العاصمة في الترتيب الرابع بنسبة 66.8% بإجمالي تكرارات (247)، ثم برنامج الحياة اليوم في الترتيب الخامس بنسبة 52.2% بإجمالي تكرارات (189)، وفي الترتيب السادس جاء برنامج مصر اليوم بنسبة 43.4% بإجمالي تكرارات (157)،

ثم برنامج 90 دقيقة في الترتيب السابع بنسبة 38.7% بإجمالي تكرارات (140)، وجاء برنامج صالة التحرير في الترتيب الثامن برنامج بنسبة 33.9% بإجمالي تكرارات (123)، وفي الترتيب التاسع جاء برنامج واحد من الناس بنسبة 23.7% بإجمالي تكرارات (86)، ويرجع الباحث أسباب تصدر برنامج الحكاية الترتيب الأول من حيث تفضيل مشاهدته؛ نظراً لما يتمتع به مقدم البرنامج من ثقافة واسعة وحضور وشعبية جماهيرية وتنوع ضيوف البرنامج وتنوع التقارير التي يعرضها والتي تمس حياة المواطن وتهمه.

جدول (6)

مدى اهتمام الشباب بمتابعة البرامج الحوارية لتنمية وعيهم بمخاطر الشائعات

| مدى الاهتمام | العدد | النسبة % |
|--------------|-------|----------|
| دائماً | 330 | 91.2 |
| أحياناً | 32 | 8.8 |
| الإجمالي | 362 | 100 |

تشير التكرارات الإحصائية بالجدول السابق إلى مدى اهتمام الشباب الجامعي بمتابعة البرامج الحوارية لتنمية وعيهم بمخاطر الشائعات، فنجد أن أهتم دائماً جاء في الترتيب الأول بنسبة 91.2% بإجمالي تكرارات (320)، ثم جاء أهتم أحياناً في الترتيب الثاني بنسبة 8.8% بإجمالي تكرارات (32). ومن الجدول السابق يرى الباحث إن أسباب ارتفاع اهتمام الشباب بمتابعة البرامج الحوارية لتنمية وعيهم بمخاطر الشائعات يرجع إلى خطورة الشائعات وخطورة النتائج المترتبة علي انتشارها سواء على الفرد أو المجتمع، كما أن استخدام التكنولوجيا الحديثة في فبركة بعض الأخبار جعل الشباب يهتم بمحاولة اكتشاف تلك الأخبار المزيفة وعدم الوقوع في مصيدة الشائعات.

جدول (7)

أكثر الوسائل الإعلامية نشرًا للشائعات من وجهة نظر أفراد العينة

| النسبة % | العدد | أكثر الوسائل الإعلامية نشرًا للشائعات |
|----------|-------|---------------------------------------|
| 100 | 362 | الفييس بوك |
| 93.1 | 337 | اليوتيوب |
| 86.1 | 312 | القنوات التلفزيونية الفضائية |
| 83.7 | 303 | الصحف الإلكترونية |
| 77.6 | 281 | تويتر |
| 17.1 | 62 | الصحف الورقية |

تشير التكرارات الإحصائية بالجدول السابق إلى أكثر الوسائل الإعلامية نشرًا للشائعات من وجهة نظر أفراد العينة، فنجد أن الفييس بوك جاء في الترتيب الأول بنسبة 100% بإجمالي تكرارات (362)، ثم يأتي اليوتيوب في الترتيب الثاني بنسبة 93.1% بإجمالي تكرارات (337)، وجاءت القنوات التلفزيونية الفضائية في الترتيب الثالث بنسبة 86.1% بإجمالي تكرارات (312)، ثم جاءت الصحف الإلكترونية في الترتيب الرابع بنسبة 83.7% بإجمالي تكرارات (303)، ثم يأتي تويتر في الترتيب الخامس بنسبة 77.8% بإجمالي تكرارات (281)، بينما تأتي الصحف الورقية في الترتيب السادس بنسبة 17.1% بإجمالي تكرارات (62)، ويرجع الباحث أسباب تصدر الفييس بوك الترتيب الأول من حيث أكثر الوسائل الإعلامية نشرًا للشائعات وذلك لأنها تمثل فضاءً خصباً لنشر الشائعات حيث لا يوجد رقابة على المعلومات التي يتم نشرها من خلاله، كما أنه يكثر بها العديد من الصفحات والأكوتات الغير معروفة المصدر أو من يمتلكها والتي أصبحت وسيلة يتم استخدامها لنشر الشائعات، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة رجييف اركيت (2017)، دراسة سناء جلال عبد الرحمن (2015) والذين أثبتوا أن الفييس بوك تصدر المراتب الأولى من حيث أكثر الوسائل الإعلامية نشرًا للشائعات.

جدول (8)

أكثر الشائعات التي لاحظ أفراد العينة انتشارها في الفترة الأخيرة

| النسبة % | العدد | أكثر الشائعات انتشاراً |
|----------|-------|------------------------|
| 97.5 | 353 | شائعات سياسية |
| 94.1 | 341 | شائعات اقتصادية |
| 90.3 | 327 | شائعات اجتماعية |
| 64.6 | 234 | شائعات فنية |
| 32 | 116 | شائعات رياضية |

تشير التكرارات الإحصائية بالجدول السابق إلى أكثر الشائعات التي لاحظ أفراد العينة انتشارها في الفترة الأخيرة، فنجد أن الشائعات السياسية جاءت في الترتيب الأول بنسبة 97.5% بإجمالي تكرارات (353)، ثم تأتي الشائعات الاقتصادية في الترتيب الثاني بنسبة 94.1% بإجمالي تكرارات (341)، وجاءت الشائعات الاجتماعية في الترتيب الثالث بنسبة 90.3% بإجمالي تكرارات (327)، ثم جاءت الشائعات الفنية في الترتيب الرابع بنسبة 64.6% بإجمالي تكرارات (234)، ثم تأتي الشائعات الرياضية في الترتيب الخامس بنسبة 32% بإجمالي تكرارات (116)، ويرجع الباحث أسباب تصدر الشائعات السياسية الترتيب الأول من حيث أكثر الشائعات انتشاراً؛ وذلك لأن الشائعات السياسية أصبحت أحد أشكال حروب الجيل الرابع والتي تهدف إلى ضعف استقرار البلد وزعزعة الثقة بين المواطن والحكومة، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة انتصار موسى (2018)، جيون شين وآخرون (2017)، والذين أثبتوا تصدر الشائعات السياسية المراتب الأولى من أكثر الشائعات التي لاحظ أفراد العينة انتشارها في الفترة الأخيرة.

جدول (9)

أكثر الشائعات تأثيراً على الأفراد

| النسبة % | العدد | أكثر الشائعات تأثيراً على الأفراد |
|----------|-------|-----------------------------------|
| 100 | 362 | الشائعات المصحوبة بمشاهد فيديو |
| 86.7 | 314 | الشائعات المصحوبة بصور |
| 72.9 | 264 | الشائعات المصحوبة بمستندات ووثائق |
| 32.3 | 117 | الشائعات المصحوبة بصوت فقط |

تشير التكرارات الإحصائية بالجدول السابق إلى أكثر الشائعات تأثيراً على الأفراد حيث جاء في الترتيب الأول الشائعات المصحوبة بمشاهد فيديو بنسبة بلغت 100%، وفي الترتيب الثاني جاء الشائعات المصحوبة بصور بنسبة بلغت 86.7%، وفي الترتيب الثالث جاء الشائعات المصحوبة بمستندات ووثائق بنسبة بلغت 72.9%، بينما جاءت الشائعات المصحوبة بصوت فقط في الترتيب الرابع بنسبة بلغت 32.3%، ويرجع الباحث أسباب تصدر الشائعات المصحوبة بمشاهد فيديو الترتيب الأول إلى أن مشاهد الفيديو تكون أكثر تأثيراً على الأفراد حيث يتم تصديقها بشكل كبير كما أنه يصعب على المشاهد العادي اكتشاف مدى مصداقيتها وصعوبة الحكم على مدى صحتها، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة إيمان قناوى محمد (2018)، والتي أثبتت أن الشائعات المصحوبة بمشاهد فيديو أكثر تأثيراً على عينة الدراسة.

جدول (10)

أسباب انتشار الشائعات من وجهة نظر أفراد العينة

| الترتيب | الوزن النسبي | أسباب انتشار الشائعات |
|---------|--------------|-------------------------------------------------------|
| 1 | 2.78 | إعادة نشر الأخبار والمعلومات بدون التحقق من مدى صحتها |
| 2 | 2.56 | غياب القوانين والتشريعات الرادعة |
| 3 | 2.32 | نقص المعلومات وغياب الشفافية |
| 4 | 2.08 | تأخر التصريحات الرسمية |
| 5 | 1.92 | ضعف الوعي الثقافي والاجتماعي |

تشير التكرارات الإحصائية بالجدول السابق إلى أسباب انتشار الشائعات من وجهة نظر أفراد العينة، فوجد أن إعادة نشر الأخبار والمعلومات بدون التحقق من مدى صحتها جاء في الترتيب الأول بوزن نسبي 2.78، ثم جاء غياب القوانين والتشريعات الرادعة في الترتيب الثاني بوزن نسبي 2.56، وجاء نقص المعلومات وغياب الشفافية في الترتيب الثالث بوزن نسبي نقص المعلومات وغياب الشفافية، ثم جاء تأخر التصريحات الرسمية في الترتيب الرابع بوزن نسبي 2.08، ثم ضعف الوعي الثقافي والاجتماعي في الترتيب الخامس بوزن نسبي 1.92، ويرجع الباحث أسباب تصدر إعادة نشر الأخبار والمعلومات بدون التحقق من مدى صحتها الترتيب الأول هو

انتشار استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، وإعادة نشر المعلومات عليها ونقلها من فرد لآخر بدون التحقق من مدى صحتها، وعدم وجود رقابة عليه أدى؛ كل ذلك إلى نشر الشائعات.

جدول (11)

ترتيب الوسائل التي اعتمدها الشباب الجامعي لتنمية وعيهم بمخاطر الشائعات

| م | الوسائل | الترتيب | | | | | | | |
|---|-----------------------------------|---------|------|--------|------|--------|------|------|------|
| | | الأول | | الثاني | | الثالث | | | |
| | | ك | % | ك | % | ك | % | | |
| 1 | القنوات الفضائية العربية | 282 | 77.9 | 234 | 64.6 | 72 | 19.9 | 1386 | 3.8 |
| 2 | القنوات الإخبارية الفضائية | 17 | 4.7 | 79 | 21.8 | 162 | 44.8 | 371 | 1.02 |
| 3 | الصحف الورقية القومية | 23 | 6.4 | 12 | 3.4 | 87 | 24 | 180 | 0.5 |
| 4 | الصحف الإلكترونية | 31 | 8.5 | 26 | 7.2 | 14 | 3.8 | 159 | 0.4 |
| 5 | الإذاعة | 9 | 2.5 | 7 | 1.9 | 19 | 5.3 | 60 | 0.2 |
| 6 | شبكات التواصل الاجتماعي (فيس بوك) | - | - | 4 | 1.1 | 8 | 2.2 | 16 | 0.04 |

تشير التكرارات الإحصائية بالجدول السابق إلى ترتيب الوسائل التي اعتمدها الشباب الجامعي لتنمية وعيهم بمخاطر الشائعات، فنجد أن القنوات الفضائية العربية جاءت في الترتيب الأول بوزن نسبي (3.8)، ثم جاءت القنوات الإخبارية الفضائية في الترتيب الثاني بوزن نسبي (1.02)، وجاءت الصحف الورقية القومية في الترتيب الثالث بوزن نسبي (0.5)، ثم جاءت الصحف الإلكترونية في الترتيب الرابع

بوزن نسبي (0.4)، ثم الإذاعة في الترتيب الخامس بوزن نسبي (0.2)، بينما جاءت شبكات التواصل الإجتماعي (فيس بوك) في الترتيب السادس بوزن نسبي (0.04). ويرجع الباحث تصدر القنوات الفضائية العربية الترتيب الأول هو نتيجة لما تستخدمه تلك القنوات من طرق متنوعة لتنمية وعي الجمهور عامة والشباب خاصة بمخاطر الشائعات، سواء عن طريق عرض الشائعة وكيف تم فبركتها، أو عن طريق استضافة المسؤولين للتعليق على المعلومات والأخبار.

جدول (12) مخاطر انتشار الشائعات

| الترتيب | الوزن النسبي | مخاطر انتشار الشائعات |
|---------|--------------|-------------------------------------------------|
| 1 | 2.96 | أثارة العنف والفتن وزعزعة استقرار المجتمع |
| 2 | 2.80 | انتشار الأخبار الكاذبة وعدم القدرة على اكتشافها |
| 3 | 2.62 | نشر الخصومات بين أفراد المجتمع والحكومة |
| 4 | 2.44 | نشر مشاعر الاحباط بين أفراد المجتمع |
| 5 | 2.19 | تحريف وتزييف الحقائق وهدم الرموز في المجتمع |
| 6 | 1.94 | تدمير النظام الاخلاقي والقيمي |

تشير التكرارات الإحصائية بالجدول السابق إلى مخاطر انتشار الشائعات، فنجد أن أثارة العنف والفتن وزعزعة استقرار المجتمع جاءت في الترتيب الأول بوزن نسبي 2.96، ثم جاء انتشار الأخبار الكاذبة وعدم القدرة على اكتشافها في الترتيب الثاني بوزن نسبي 2.80، وجاء نشر الخصومات بين أفراد المجتمع والحكومة في الترتيب الثالث بوزن نسبي 2.62، ثم جاء نشر مشاعر الاحباط بين أفراد المجتمع في الترتيب الرابع بوزن نسبي 2.44، ثم تحريف وتزييف الحقائق وهدم الرموز في المجتمع في الترتيب الخامس بوزن نسبي 2.19، وفي الترتيب السادس جاء تدمير النظام الاخلاقي والقيمي بوزن نسبي 1.94، ويرجع الباحث تصدر أثارة العنف والفتن وزعزعة استقرار المجتمع وذلك لكون الشائعات أصبحت أحد أشكال حروب الجيل الرابع التي تهدف إلى تدمير أي مجتمع عن طريق نشر العنف والفتن داخله، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة ممدوح السيد عبد الهادي (2017) حيث جاء في الترتيب

الأول من مخاطر انتشار الشائعات أثارة العنف داخل المجتمع.

جدول (13)

الطرق التي يجب أن تتبعها الدولة لمواجهة خطر انتشار الشائعات من وجهة نظر أفراد العينة

| الترتيب | الوزن النسبي | طرق مواجهة خطر انتشار الشائعات |
|---------|--------------|-----------------------------------------------------------------|
| 1 | 2.96 | السرعة في الرد على الشائعات وتكذيبها |
| 2 | 2.82 | نشر الأخبار التي تتسم بالدقة والموضوعية |
| 3 | 2.64 | سن القوانين والتشريعات الرادعة لمروجي الشائعات |
| 4 | 2.56 | توعية أفراد المجتمع بالعقوبة القانونية لمروجي الشائعات |
| 5 | 2.38 | توفير المعلومات الرسمية بشفافية كاملة |
| 6 | 2.16 | استخدام الوسائل التكنولوجية الحديثة في رصد وتتبع مروجي الشائعات |
| 7 | 1.98 | إغلاق القنوات التلفزيونية والمواقع الإلكترونية المروجة للشائعات |
| 8 | 1.67 | إعداد كوادر بشرية داخل كل المؤسسات للرد على الشائعات |

تشير التكرارات الإحصائية بالجدول السابق إلى الطرق التي يجب أن تتبعها الدولة لمواجهة خطر انتشار الشائعات من وجهة نظر أفراد العينة، فنجد أن السرعة في الرد على الشائعات وتكذيبها جاءت في الترتيب الأول بوزن نسبي 2.96، ثم جاء نشر الأخبار التي تتسم بالدقة والموضوعية في الترتيب الثاني بوزن نسبي 2.82، وجاء سن القوانين والتشريعات الرادعة لمروجي الشائعات في الترتيب الثالث بوزن نسبي 2.64، ثم جاء توعية أفراد المجتمع بالعقوبة القانونية لمروجي الشائعات في الترتيب الرابع بوزن نسبي 2.56، ثم توفير المعلومات الرسمية بشفافية كاملة في الترتيب الخامس بوزن نسبي 2.38، وفي الترتيب السادس جاء استخدام الوسائل التكنولوجية الحديثة في رصد وتتبع مروجي الشائعات بوزن نسبي 2.16، ثم إغلاق القنوات التلفزيونية

والمواقع الإلكترونية المروجة للشائعات في الترتيب السابع بوزن نسبي 1.98، ويأتي إعداد كوادر بشرية داخل كل المؤسسات للرد على الشائعات في الترتيب الثامن بوزن نسبي 1.67، ويرجع الباحث تصدر السرعة في الرد على الشائعات وتكذيبها الترتيب الأول وذلك لأن سرعة الرد على الشائعة يقضى عليها ويمنع انتشارها بين أفراد المجتمع.

جدول (14)

مدى اعتماد الشباب على البرامج الحوارية لتنمية وعيهم بمخاطر الشائعات

| النسبة % | العدد | درجة الاعتماد |
|----------|-------|--------------------|
| 62.7 | 227 | اعتمد بدرجة كبيرة |
| 33.4 | 121 | اعتمد بدرجة متوسطة |
| 3.9 | 14 | اعتمد بدرجة ضعيفة |
| 100 | 362 | الإجمالي |

تشير التكرارات الإحصائية بالجدول السابق إلى درجة اعتماد الشباب الجامعي على البرامج الحوارية لتنمية وعيهم بمخاطر الشائعات، فنجد أن اعتمد بدرجة كبيرة جاء في الترتيب الأول بنسبة 62.7% بإجمالي تكرارات (227)، ثم جاء اعتمد بدرجة متوسطة في الترتيب الثاني بنسبة 33.4% بإجمالي تكرارات (121)، وجاء اعتمد بدرجة ضعيفة في الترتيب الثالث بنسبة 3.9% بإجمالي تكرارات (14).

جدول (15)

الطرق التي تتبعها البرامج الحوارية لتنمية الوعي بمخاطر الشائعات من وجهة نظر أفراد العينة

| الترتيب | الوزن النسبي | الطرق التي تتبعها البرامج الحوارية لتنمية الوعي بمخاطر الشائعات |
|---------|--------------|---------------------------------------------------------------------------|
| 1 | 2.85 | سرعة الرد على الشائعة فور حدوثها |
| 2 | 2.71 | تحديد مصدر الشائعة فور ظهورها |
| 3 | 2.53 | التنسيق مع الجهات الرسمية والأمنية |
| 4 | 2.47 | الاعتماد على المصادر الرسمية للتعليق على الأخبار والقضايا التي تم المجتمع |
| 5 | 2.08 | التأكد من صحة الخبر قبل نشره |
| 6 | 1.93 | توعية أفراد المجتمع بالعقوبة القانونية لمروجي الشائعات |

تشير التكرارات الإحصائية بالجدول السابق إلى الطرق التي تتبعها البرامج الحوارية لتنمية الوعي بخطور الشائعات من وجهة نظر أفراد العينة، فنجد أن سرعة الرد على الشائعة فور حدوثها جاء في الترتيب الأول بوزن نسبي 2.85، ثم يأتي تحديد مصدر الشائعة فور ظهورها في الترتيب الثاني بوزن نسبي 2.71، وجاء التنسيق مع الجهات الرسمية والأمنية في الترتيب الثالث بوزن نسبي 2.53، ثم جاء الاعتماد على المصادر الرسمية للتعليق على الأخبار والقضايا التي تم المجتمع في الترتيب الرابع بوزن نسبي 2.47، ثم يأتي التأكد من صحة الخبر قبل نشره في الترتيب الخامس بوزن نسبي 2.08، بينما يأتي في الترتيب السادس توعية أفراد المجتمع بالعقوبة القانونية لمروجي الشائعات بوزن نسبي 1.93. ويرجع الباحث سرعة الرد على الشائعة فور حدوثها الترتيب الأول من حيث أكثر الطرق التي تتبعها البرامج الحوارية لتنمية الوعي بخطور الشائعات؛ وذلك لأن البرامج الحوارية أصبحت تتنافس فيما بينها لتحقيق أعلى نسبة مشاهدة عن طريق تناول أهم الموضوعات التي تم المجتمع وتؤثر فيه ونظراً لأن الشائعات تنتشر بشكل كبير في الوقت الحالي وفي بعض الأحيان يصعب اكتشافها فأصبحت البرامج الحوارية وسيلة إعلامية هامة في سرعة الرد على الشائعة فور حدوثها.

جدول (16)

التأثيرات الناتجة عن تعرض الشباب الجامعي للبرامج الحوارية على تنمية وعيهم بمخاطر الشائعات

| النسبة % | العدد | التأثيرات الناتجة |
|----------|-------|-----------------------------------------------------------------------------------|
| 96.96 | 1053 | زادت معرفتي عن مخاطر الشائعات سواء على الفرد أو المجتمع |
| 94.75 | 1029 | زادت معلوماتي حول المصادر الموثوق فيها للحصول على الأخبار والمعلومات |
| 92.17 | 1001 | أصبحت أكثر حرصاً عندما أبحث عن أى معلومة أو خبر |
| 91.06 | 989 | أحاول توعية أصدقائي وأقاربي بطرق الحصول على الأخبار الصادقة والصحيحة |
| 89.41 | 971 | عرفت المصادر الرسمية للدولة التي يجب الاعتماد عليها للحصول على المعلومات والأخبار |
| 88.02 | 956 | أشعر بأهمية إتباع نصائح الحكومة في طرق التعامل مع الشائعات |
| 86.64 | 941 | زاد إحساسي بوجود مخاربة الشائعات |
| 85.08 | 924 | عرفت طرق الإبلاغ عن الصفحات والمواقع التي تروج الشائعات |
| 82.96 | 901 | أشعر بضرورة عدم متابعة المواقع والأخبار الغير موثوق بها |
| 80.38 | 873 | أشعر بأهمية الإبلاغ عن الشائعات التي تضر البلد |
| 77.53 | 842 | لا أنشر أى خبر قبل أن أقوم بالتحقق من مدى صدقه |
| 74.12 | 805 | أحاول توعية أصدقائي ومعارف بالعقوبة القانونية لمروجي الشائعات |

تشير التكرارات الإحصائية بالجدول السابق إلى التأثيرات الناتجة عن تعرض الشباب الجامعي للبرامج الحوارية على تنمية وعيهم بمخاطر الشائعات، فنجد أن زادت معرفتي عن مخاطر الشائعات سواء على الفرد أو المجتمع جاء في الترتيب الأول بنسبة 96.96% بإجمالي تكرارات (1053)، ثم يأتي زادت معلوماتي حول المصادر الموثوق فيها للحصول على الأخبار والمعلومات في الترتيب الثاني بنسبة 94.75% بإجمالي تكرارات (1029)، وجاء أصبحت أكثر حرصاً عندما أبحث عن أى معلومة أو خبر في الترتيب الثالث بنسبة 92.17% بإجمالي تكرارات (1001)، ثم جاء أحاول توعية أصدقائي وأقاربي بطرق الحصول على الأخبار الصادقة والصحيحة في الترتيب الرابع بنسبة 91.06% بإجمالي تكرارات (989)، ثم عرفت المصادر الرسمية

للدولة التي يجب الاعتماد عليها للحصول على المعلومات والأخبار في الترتيب الخامس بنسبة %89.41 بإجمالي تكرارات(971)، وفي الترتيب السادس جاء أشعر بأهمية إتباع نصائح الحكومة في طرق التعامل مع الشائعات بنسبة %88.02 بإجمالي تكرارات(956)، ثم زاد إحساسى بوجود محاربة الشائعات في الترتيب السابع بنسبة %86.64 بإجمالي تكرارات (941)، وجاءت طرق الإبلاغ عن الصفحات والمواقع التي تروج الشائعات في الترتيب الثامن بنسبة %85.08 بإجمالي تكرارات(924)، وفي الترتيب التاسع جاء أشعر بضرورة عدم متابعة المواقع والأخبار الغير موثوق بها بنسبة %82.96 بإجمالي تكرارات(901)، وفي الترتيب العاشر جاء أشعر بأهمية الإبلاغ عن الشائعات التي تضر البلد بنسبة %80.38 بإجمالي تكرارات (873)، وفي الترتيب الحادى عشر جاء لا أنشر أى خبر قبل أن أقوم بالتحقق من مدى صدقه بنسبة %77.53 بإجمالي تكرارات(842)، وفي الترتيب الثانى عشر جاء أحاول توعية أصدقائى ومعارف بالعقوبة القانونية لمروجى الشائعات بنسبة %74.12 بإجمالي تكرارات(805)، ويرجع الباحث أسباب تصدر زادت معرفتى عن مخاطر الشائعات سواء على الفرد أو المجتمع الترتيب الأول من حيث أكثر التأثيرات الناتجة عن تعرض الشباب الجامعى للبرامج الحوارية على تنمية وعيهم بمخاطر الشائعات؛ وذلك نظراً لما قدمته تلك البرامج من فقرات متنوعة واستضافة العديد من الضيوف المتخصصين الذين أوضحوا الطرق المختلفة التي تحدث لفبركة الأخبار والمعلومات والتقنيات المتطورة التي أصبح مروجى الشائعات يستخدمونها والتي كان يصعب اكتشافها خاصة لو كانت مشاهد فيديو.

ثانياً: اختبار فروض الدراسة:

اختبار صحة الفرض الأول:

لاختبار صحة الفرض الأول والذي ينص على أنه « توجد علاقة دالة إحصائياً بين معدل مشاهدة الشباب الجامعي للبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية العربية والتأثيرات (المعرفية والوجدانية والسلوكية) الناتجة على تنمية وعيهم بمخاطر الشائعات. » استخدم الباحث معامل الارتباط Correlation Coefficient التابعى لبيرسون. يوضح جدول (17) نتائج هذا الفرض:

جدول (17)

قيم معاملات الارتباط بين معدل مشاهدة الشباب الجامعي للبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية العربية و التأثيرات (المعرفية والوجدانية والسلوكية) الناتجة على تنمية وعيهم بمخاطر الشائعات

| المتغيرات | قيمة معامل الارتباط | مستوى الدلالة |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|---------------|
| معدل مشاهدة الشباب الجامعي البرامج الحوارية التأثيرات (المعرفية والوجدانية والسلوكية) الناتجة على تنمية الوعى بمخاطر الشائعات | .117 ** | 0.05 |

(**) دالة إحصائياً عند مستوى 0.05

يتبين من الجدول السابق وجود علاقة دالة إحصائياً بين معدل مشاهدة الشباب الجامعي للبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية العربية والتأثيرات (المعرفية والوجدانية والسلوكية) الناتجة على تنمية وعيهم بمخاطر الشائعات؛ لأن قيمة معامل ارتباط بيرسون = 0.117 ، وهى قيمة دالة عند مستوى معنوية أقل من (0.05) وهذه علاقة قوية تؤكد أنه كلما زاد معدل مشاهدة البرامج الحوارية زادت أيضاً التأثيرات (المعرفية والوجدانية والسلوكية) الناتجة على تنمية وعى الشباب الجامعي بمخاطر الشائعات.

وبذلك يمكن قبول الفرض القائل بوجود علاقة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة 0.05 بين معدل مشاهدة الشباب الجامعي للبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية العربية و التأثيرات (المعرفية والوجدانية والسلوكية) الناتجة على تنمية وعيهم بمخاطر الشائعات، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة زكريا إبراهيم الدسوقي (2016)⁽⁴²⁾ والذي أثبت وجود علاقة إرتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض للبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية واتجاهاتهم نحو العمليات الإرهابية المتتالية فى سيناء بعد أحداث 30 يونيو.

اختبار صحة الفرض الثاني:

لاختبار صحة الفرض الثاني والذي ينص على أنه « توجد علاقة دالة إحصائياً بين درجة اهتمام الشباب الجامعي بمتابعة البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية العربية و التأثيرات (المعرفية والوجدانية والسلوكية) الناتجة على تنمية وعيهم بمخاطر الشائعات» استخدم الباحث معامل الارتباط Correlation Coefficient التتابعي لبيرسون. يوضح جدول (18) نتائج هذا الفرض:

جدول (18)

قيم معاملات الارتباط بين درجة اهتمام الشباب الجامعي بمتابعة البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية العربية و التأثيرات (المعرفية والوجدانية والسلوكية) الناتجة على تنمية وعيهم بمخاطر الشائعات

| المتغيرات | قيمة معامل الارتباط | مستوى الدلالة |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|---------------|
| درجة اهتمام الشباب الجامعي التأثيرات (المعرفية والوجدانية والسلوكية) الناتجة على تنمية وعيهم بمخاطر الشائعات | .140 | 0.01 |

(**) دالة إحصائياً عند مستوى 0.01

يتبين من الجدول السابق وجود علاقة دالة إحصائياً عند مستوى 0.01 بين درجة اهتمام الشباب الجامعي بمتابعة البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية العربية والتأثيرات (المعرفية والوجدانية والسلوكية) الناتجة على تنمية وعيهم بمخاطر الشائعات؛ لأن قيمة معامل ارتباط بيرسون = 0.140 ، وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية (0.01) وهذه علاقة قوية تؤكد أنه كلما زادت درجة الاهتمام بمتابعة البرامج الحوارية زادت أيضاً التأثيرات (المعرفية والوجدانية والسلوكية) الناتجة على تنمية وعي الشباب الجامعي بمخاطر الشائعات.

وبذلك يمكن قبول الفرض القائل بوجود علاقة دالة إحصائياً بين درجة اهتمام الشباب الجامعي بمتابعة البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية العربية والتأثيرات (المعرفية والوجدانية والسلوكية) الناتجة على تنمية وعيهم بمخاطر الشائعات.

اختبار صحة الفرض الثالث:

لاختبار صحة الفرض الثالث والذي ينص على أنه « توجد فروق دالة إحصائياً

بين درجة اعتماد الشباب الجامعي على البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية العربية والمتغيرات الديموجرافية (النوع- نوع التعليم- المستوى الاقتصادي الاجتماعي)». استخدم الباحث اختبار «ت» Test «T» للمجموعات المستقلة غير متساوية العدد وأسلوب تحليل التباين Analysis of Variance (ANOVA) وتوضح الجداول (19)، (20)، (21) نتائج هذا الفرض:

جدول (19)

المتوسطات والانحرافات المعيارية وقيم «ت» ومستوى دلالتها للذكور والإناث من الشباب الجامعي في درجة اعتمادهم على البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية العربية

| مستوى الدلالة | قيمة «ت» | النوع | | | | | | العينه المتغير |
|---------------|----------|-------------------|---------|-------|-------------------|---------|-------|----------------|
| | | الإناث | | | الذكور | | | |
| | | الانحراف المعيارى | المتوسط | العدد | الانحراف المعيارى | المتوسط | العدد | |
| غير دالة | 1.128 | .435 | 2.23 | 178 | .514 | 2.17 | 184 | درجة الاعتماد |

يتبين من الجدول السابق أن قيمة «ت» غير دالة إحصائياً؛ مما يشير إلى عدم وجود فرق بين الذكور والإناث من الشباب الجامعي في درجة اعتمادهم على البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية العربية، ويرجع الباحث أسباب هذه النتيجة إلى أن البرامج الحوارية تحظى باهتمام الشباب الجامعي الذكور والإناث؛ وذلك نظراً لأنها متعددة الفقرات وتنوع القضايا والأحداث التي تناولها، ولتعدد الضيوف الذين يتم استضافتهم في البرنامج.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة ليتسيابودا وآخرون (2018) والذين أثبتوا أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين درجة الاعتماد على البرامج الحوارية وبين النوع (ذكر- إنثى).

جدول (20)

المتوسطات والانحرافات المعيارية وقيم «ت» ومستوى دلالتها لنوع التعليم الجامعي للشباب في درجة اعتمادهم على البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية العربية

| مستوى الدلالة | قيمة "ت" | نوع التعليم الجامعي | | | | | | العينة المتغير |
|---------------|----------|---------------------|---------|-------|-------------------|---------|-------|----------------|
| | | خاص | | | حكومي | | | |
| | | الانحراف المعياري | المتوسط | العدد | الانحراف المعياري | المتوسط | العدد | |
| 0.05 | 2.007 | .433 | 2.06 | 189 | .598 | 2.17 | 173 | درجة الاعتماد |

يتبين من الجدول السابق أن قيم «ت» دالة إحصائياً عند مستوى 0.05؛ مما يشير إلى وجود فرق بين نوع التعليم الجامعي الحكومي والخاص للشباب الجامعي في درجة اعتمادهم على البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية العربية، ونجد أن الفروق هنا جاءت لصالح التعليم الجامعي الحكومي.

جدول (21)

نتائج تحليل التباين للكشف عن الفروق بين الشباب الجامعي ذوى المستوى الاقتصادي المرتفع والمتوسط والمنخفض في درجة اعتمادهم على البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية العربية.

| المتغير | مصدر التباين | مجموع المربعات | درجات الحرية | متوسط المربعات | قيمة "ف" | مستوى الدلالة |
|---------------|----------------|----------------|--------------|----------------|----------|---------------|
| درجة الاعتماد | بين المجموعات | .915 | 2 | 0.457 | 2.018 | غير دالة |
| | داخل المجموعات | 81.364 | 359 | 0.227 | | |
| | المجموع | 82.279 | 361 | - | | |

يتبين من الجدول السابق أن قيم «ف» غير دالة إحصائياً، مما يشير إلى عدم وجود فروق بين الشباب الجامعي ذوى المستوى الاقتصادي المرتفع والمتوسط والمنخفض في درجة اعتمادهم على البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية العربية. ويرجع الباحث أسباب ذلك نظراً لتنوع القضايا والموضوعات التي تطرحها البرامج الحوارية وتهم كافة طبقات المجتمع. وبذلك يمكن قبول الفرض جزئياً القائل بوجود فروق دالة إحصائياً بين نوع التعليم

الجامعي الحكومي والخاص للشباب في درجة اعتمادهم على البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية العربية، بينما ثبت عدم وجود فروق بين الشباب الجامعي من حيث النوع والمستوى الاقتصادي الاجتماعي في درجة اعتمادهم على البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية العربية.

اختبار صحة الفرض الرابع:

لاختبار صحة الفرض الرابع والذي ينص على أنه «توجد علاقة دالة إحصائياً بين درجة اعتماد الشباب الجامعي على البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية العربية والتأثيرات (المعرفية والوجدانية والسلوكية) الناتجة على تنمية وعيهم بمخاطر الشائعات». استخدم الباحث معامل الارتباط Correlation Coefficient التابع لبيرسون. يوضح جدول (22) نتائج هذا الفرض:

جدول (22)

قيم معاملات الارتباط بين درجة اعتماد الشباب الجامعي على البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية العربية والتأثيرات (المعرفية والوجدانية والسلوكية) الناتجة على تنمية وعيهم بمخاطر الشائعات

| المتغير | التأثيرات | المعرفية | الوجدانية | السلوكية |
|---------------------------------------------------------------------------|-----------|----------|-----------|----------|
| درجة اعتماد الشباب الجامعي على البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية العربية | 0.479** | 0.154** | 0.216** | |

(**) دالة إحصائياً عند مستوى 0.01

يتبين من الجدول السابق وجود علاقة دالة إحصائياً عند مستوى 0.01 بين درجة اعتماد الشباب الجامعي على البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية العربية والتأثيرات (المعرفية والوجدانية والسلوكية) الناتجة على تنمية وعيهم بمخاطر الشائعات؛ لأن قيمة معامل ارتباط بيرسون = 0.479 في التأثيرات المعرفية، 0.154 في التأثيرات الوجدانية، 0.216 في التأثيرات السلوكية، وهي قيم دالة عند مستوى معنوية (0.01) وهذه علاقة قوية تؤكد أنه كلما زادت درجة اعتماد الشباب الجامعي على البرامج الحوارية زادت أيضاً التأثيرات (المعرفية والوجدانية والسلوكية) الناتجة على تنمية وعي الشباب الجامعي بمخاطر الشائعات.

ومن نتائج الفرض السابق يرى الباحث إن نتيجة هذا الفرض ترجع إلى تنوع الفقرات التي تعرضها البرامج الحوارية، وتنوع استخدامها للصور والفيديوهات والإحصائيات التي تدعم ما تعرضه والتي تؤثر بشكل كبير على الشباب معرفياً ووجدانياً وسلوكياً. وبذلك يمكن قبول الفرض القائل بوجود علاقة دالة إحصائية بين درجة اعتماد الشباب الجامعي على البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية العربية والتأثيرات (المعرفية والوجدانية والسلوكية) الناتجة على تنمية وعيهم بمخاطر الشائعات.

اختبار صحة الفرض الخامس:

لاختبار صحة الفرض الرابع والذي ينص على أنه «توجد فروق دالة إحصائية بين التأثيرات (المعرفية والوجدانية والسلوكية) الناتجة على تنمية وعي الشباب الجامعي بمخاطر الشائعات من خلال البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية العربية والمتغيرات الديموجرافية (النوع- نوع التعليم- المستوى الاقتصادي الاجتماعي)». استخدم الباحث اختبار «ت» Test «T» للمجموعات المستقلة غير متساوية العدد وأسلوب تحليل التباين (ANOVA) Analysis of Variance وتوضح الجداول (23)، (24)، (25) نتائج هذا الفرض:

جدول (23)

المتوسطات والانحرافات المعيارية وقيم «ت» ومستوى دلالتها للذكور والإناث من الشباب الجامعي في التأثيرات (المعرفية والوجدانية والسلوكية) الناتجة على تنمية وعيهم بمخاطر الشائعات

| المتغير | النوع | المتوسطات والانحرافات المعيارية وقيم «ت» ومستوى دلالتها للذكور والإناث | | | | | | | |
|-------------------------------------------------------------------|-------|------------------------------------------------------------------------|---------|-------------------|--------|---------|-------------------|-------|------|
| | | الذكور | | | الإناث | | | | |
| | | العدد | المتوسط | الانحراف المعياري | العدد | المتوسط | الانحراف المعياري | | |
| التأثيرات (المعرفية والوجدانية والسلوكية) الناتجة على تنمية الوعي | | 184 | 26.73 | 6.251 | 178 | 28.22 | 5.577 | 2.392 | 0.05 |

يتبين من الجدول السابق أن قيم «ت» دالة إحصائية عند مستوى 0.05 ؛ مما يشير إلى وجود فرق بين الذكور والإناث من الشباب الجامعي في التأثيرات (المعرفية

والوجدانية والسلوكية) الناتجة على تنمية وعيهم بمخاطر الشائعات، ونجد أن الفروق هنا جاءت لصالح الإناث.

جدول (24)

المتوسطات والانحرافات المعيارية وقيم «ت» ومستوى دلالتها لنوع التعليم الجامعي للشباب الجامعي في التأثيرات (المعرفية والوجدانية والسلوكية) الناتجة على تنمية وعيهم بمخاطر الشائعات

| مستوى الدلالة | قيمة "ت" | نوع التعليم الجامعي | | | | | المتغير | |
|---------------|----------|---------------------|---------|-------|-------------------|---------|---------|-------------------------------------------------------------------|
| | | خاص | | | حكومي | | | |
| | | الانحراف المعياري | المتوسط | العدد | الانحراف المعياري | المتوسط | | العدد |
| 0.01 | 5.188 | 6.453 | 25.96 | 189 | 4.903 | 29.10 | 173 | التأثيرات (المعرفية والوجدانية والسلوكية) الناتجة على تنمية الوعي |

يتبين من الجدول السابق أن قيم «ت» دالة إحصائياً عند مستوى 0.01؛ مما يشير إلى وجود فرق بين نوع التعليم الجامعي الخاص للشباب الجامعي في التأثيرات (المعرفية والوجدانية والسلوكية) الناتجة على تنمية وعيهم بمخاطر الشائعات، ونجد أن الفروق جاءت هنا لصالح التعليم الجامعي الحكومي.

جدول (25)

نتائج تحليل التباين للكشف عن الفروق بين الشباب الجامعي ذوى المستوى الاقتصادي المرتفع والمتوسط والمنخفض في التأثيرات (المعرفية والوجدانية والسلوكية) الناتجة على تنمية وعيهم بمخاطر الشائعات

| المتغير | مصدر التباين | مجموع المربعات | درجات الحرية | متوسط المربعات | قيمة "ف" قيمة | مستوى الدلالة |
|-------------------------------------------------------------------|----------------|----------------|--------------|----------------|---------------|---------------|
| التأثيرات (المعرفية والوجدانية والسلوكية) الناتجة على تنمية الوعي | بين المجموعات | 237.908 | 2 | 118.954 | 3.384 | 0.05 |
| | داخل المجموعات | 12618.051 | 359 | 35.148 | | |
| | المجموع | 12855.959 | 361 | - | | |

يتبين من الجدول السابق أن قيم «ف» دالة إحصائياً عند مستوى 0.05؛ مما يشير إلى وجود فروق بين الشباب الجامعي ذوى المستوى الاقتصادي المرتفع والمتوسط والمنخفض في التأثيرات (المعرفية والوجدانية والسلوكية) الناتجة على تنمية وعيهم بمخاطر الشائعات، وباستخدام اختبار Scheffe لمعرفة اتجاه الفروق كانت لصالح ذوى المستوى الاقتصادي المرتفع. وبذلك يمكن قبول الفرض القائل بوجود فروق دالة إحصائياً بين التأثيرات (المعرفية والوجدانية والسلوكية) الناتجة على تنمية وعي الشباب الجامعي بمخاطر الشائعات من خلال البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية العربية والمتغيرات الديموجرافية (النوع- نوع التعليم- المستوى الاقتصادي الاجتماعي).

خلاصة النتائج:

- تشير النتائج إلى ارتفاع معدل مشاهدة الشباب الجامعي للبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية العربية حيث جاء في الترتيب الأول المشاهدة دائماً بنسبة بلغت 64.9%، بينما جاء مشاهدتها أحياناً في الترتيب الثاني وبنسبة بلغت 24.6%، بينما جاء في الترتيب الثالث مشاهدتها نادراً وبنسبة بلغت 10.5%. ويدل ذلك على أن أنتشار البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية العربية جعل لها قاعدة كبيرة من المشاهدين وخاصة الشباب الجامعي؛ نظراً لما تتمتع به من وسائل جذب سواء من خلال مقدم البرنامج، أو من خلال ضيوف البرنامج، أو من خلال التنوع في الموضوعات

والقضايا التي تناولها والتي تم وتلمس المجتمع بكل فئاته.
 - يتضح من النتائج أن أكثر الوسائل الإعلامية نشرًا للشائعات من وجهة نظر أفراد العينة، هو الفيس بوك حيث جاء في الترتيب الأول بنسبة 100% بإجمالي تكرارات (362)؛ ويدل ذلك على أن الفيس بوك أصبح يمثل فضاءً خصباً لنشر الشائعات حيث لا يوجد رقابة على المعلومات التي يتم نشرها من خلاله، كما أنه يكثر به العديد من الصفحات والأكوتات الغير معروفة المصدر أو من يمتلكها والتي أصبحت وسيلة يتم استخدامها لنشر الشائعات.

- أكثر الشائعات التي لاحظ أفراد العينة انتشارها في الفترة الأخيرة، فوجد أن الشائعات السياسية جاءت في الترتيب الأول بنسبة 97.5%؛ وذلك يرجع إلى أن الشائعات السياسية أصبحت أحد أشكال حروب الجيل الرابع والتي تهدف إلى ضعف استقرار البلد وزعزعة الثقة بين المواطن والحكومة.

- جاءت القنوات الفضائية العربية في الترتيب الأول من الوسائل التي اعتمد عليها الشباب الجامعي لتنمية وعيهم بمخاطر الشائعات وذلك بوزن نسبي (3.8)؛ وذلك يرجع إلى استخدام تلك القنوات لطرق متنوعة لتنمية وعي الجمهور عامة والشباب خاصة بمخاطر الشائعات، سواء عن طريق عرض الشائعات وكيف تم فبركتها، أو عن طريق استضافة المسؤولين للتعليق على المعلومات والأخبار.

- تشير النتائج إلى أهم الطرق التي اتبعتها البرامج الحوارية لتنمية الوعي بمخاطر الشائعات من وجهة نظر أفراد العينة، فوجد أن سرعة الرد على الشائعات فور حدوثها جاء في الترتيب الأول بوزن نسبي 2.85؛ وذلك لأن البرامج الحوارية أصبحت تتنافس فيما بينها لتحقيق أعلى نسبة مشاهدة عن طريق تناول أهم الموضوعات التي تم المجتمع وتؤثر فيه ونظراً لأن الشائعات تنتشر بشكل كبير في الوقت الحالي وفي بعض الأحيان يصعب اكتشافها فأصبحت البرامج الحوارية وسيلة إعلامية هامة في سرعة الرد على الشائعات فور حدوثها.

- أثبتت النتائج أنه توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً عند مستوى 0.05 بين معدل مشاهدة الشباب الجامعي للبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية العربية والتأثيرات (المعرفية والوجدانية والسلوكية) الناتجة على تنمية وعيهم بمخاطر الشائعات.

التوصيات:

- 1- ضرورة سرعة رد الدولة على الشائعة فور حدوثها بنشر المعلومات الصحيحة والدقيقة.
- 2- ضرورة وجود رقابة على شبكات التواصل الاجتماعي وغلق الصفحات المجهولة المصدر والتي تنتشر عبرها الشائعات.
- 3- ضرورة اصدار القوانين والتشريعات الرادعة لمروجي الشائعات.
- 4- أهمية تضافر كل أجهزة الدولة لتوعية أفراد المجتمع بخطور الشائعات.
- 5- استخدام التكنولوجيا الحديثة في رصد وتتبع مروجي الشائعات.

هوامش الدراسة:

- 1- Jing Zeng, Jean Burgess , Axel Bruns (2019) «Is citizen journalism better than professional journalism for fact checking rumours in China? How Weibo users verified information following the 2015 Tianjin blasts» **Journal of Global Media and China**.Vol.4, Issue.1. p.p13-35
- 2- نصر الدين عبد القادر «دور الإعلام الجديد في الترويج للشائعات وآليات التصدي لها: دراسة ميدانية على اساتذة الإعلام والإعلاميين، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، العدد الثالث والعشرون،(الجمعية المصرية للعلاقات العامة، 2019).
- 3- إنتصار موسى دعاك «الشائعات الإلكترونية وتأثيرها على الرأي العام»، مجلة البحث العلمي في الآداب، العدد التاسع عشر، الجزء الرابع (جامعة عين شمس: كلية البنات للآداب والعلوم والتربية، 2018).
- 4- إيمان فناوي محمد «الشائعات في المواقع الإخبارية وتأثيرها على الوعي الاجتماعي لدى مستخدميها» ، مجلة البحث العلمي في الآداب، العدد التاسع عشر، الجزء الخامس (جامعة عين شمس: كلية البنات للآداب والعلوم والتربية، 2018).
- 5- حسين فولاذ على، عبد الرازق جوهر « مدى تأثير الإشاعة الإلكترونية على الثقافة المعلوماتية في المجتمع الأكاديمي في دولة الكويت»، مجلة كلية التربية، المجلد الرابع والثلاثون، العدد السابع (جامعة أسيوط: كلية التربية، يوليو 2018).
- 6- إعتقاد خلف معبد، هبه شاهين، نورا النشار «تعرض المراهقين لشائعات

مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها باتجاهاتهم السياسية»، *مجلة دراسات الطفولة*، المجلد العشرون، العدد الرابع والسبعون (جامعة عين شمس: كلية الدراسات العليا للطفولة، يناير- 2017).

7- Alton Y. K Chua, Cheng-Ying Tee, Augustine Pang, and Ee-Peng Lim,(2017) «The Retransmission of Rumor and Rumor Correction Messages on Twitter» **Journal of American Behavioral Scientist**.Vol.61, Issue.7. p.p707-723

8- Jieun Shin , Lian Jian, Kevin Driscoll, François Bar (2017) « Political rumoring on Twitter during the 2012 US presidential election: Rumor diffusion and correction» **Journal of new media and society**.Vol.19, Issue.8. p.p1214-1235

9- حاتم محمد عاطف «رأى النخبة حول جدلية الشائعات أولاً أم الأزمات؟ مصر أمودجاً»، *مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط*، العدد الخامس عشر،(الجمعية المصرية للعلاقات العامة، 2017).

10- Rajiv Aricat,(2017) «Effacing the Dilemma of the Rumouring Subject: A Value oriented Approach towards Studying Misinformation on Social Media» **Journal of Human Values**.Vol.24. p.p56-65

11- Soo Young Bae,(2017) « The social mediation of political rumors: Examining the dynamics in social media and belief in political rumors» **Journal of Journalism**. p.p1-17

12- محمد بن سليم الله الرحيلي «الآثار السلبية لشائعات مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر طلاب المرحلتين الثانوية والجامعية بالمدينة المنورة ودور المؤسسات التربوية في مواجهتها»، *مجلة التربية*، العدد المائة وخمس وسبعون، الجزء الأول،(جامعة الأزهر: كلية التربية، أكتوبر- 2017).

13- ممدوح السيد عبد الهادي «الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في إحداث العنف والصراع السياسي بين الشباب الجامعي: دراسة ميدانية» *مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط*، العدد السادس عشر (الجمعية المصرية للعلاقات العامة، 2017).

14- إعتقاد خلف معبد «معالجة المواقع الإخبارية والصحف الإلكترونية للشائعات وعلاقتها بإدراك المراهقين للواقع السياسي والاجتماعي»، **مجلة دراسات الطفولة**، المجلد التاسع عشر، العدد الثالث والسبعون (جامعة عين شمس: كلية الدراسات العليا للطفولة، أكتوبر- 2016).

15- محمد رضا سليمان «دور وسائل الإعلام الجديد في مواجهة التأثيرات السلبية للشائعات المرتبطة بالإرهاب على المجتمع السعودي باستخدام استراتيجية المنصات المتعددة»، **مجلة دراسات الطفولة**، المجلد التاسع عشر، العدد السبعون (جامعة عين شمس: كلية الدراسات العليا للطفولة، مارس- 2016).

16- سناء جلال عبد الرحمن «دور صحافة المواطن في نشر ومقاومة الشائعات في المجتمع العربي»، **المجلة العلمية لقسم الصحافة**، العدد الأول (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الصحافة، 2015).

17- سهير صفوت عبد المجيد «دور شبكات التواصل الاجتماعي في ترويح الشائعات وسبل مواجهتها: دراسة ميدانية على عينة من جمهور مواقع التواصل الاجتماعي في مصر»، **مجلة كلية التربية**، العدد الواحد والعشرون، الجزء الثالث «أ» (جامعة عين شمس: كلية التربية، يوليو- 2015).

18- عبد الرحمن المطيري «مدى تأثير الشائعات على برامج العلاقات العامة الاتصالية: دراسة ميدانية على عينة من أدوات العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية بالرياض»، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، المجلد الرابع عشر، العدد الثاني (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، أبريل- يونيو 2015).

19- ولاء محمد الطاهر عبد الخالق «اعتماد الجمهور المصري على الاعلام الامني في التصدي للشائعات والاكاذيب لتحقيق التواصل المجتمعي»، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، المجلد الرابع عشر، العدد الثالث (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، يوليو- سبتمبر 2015).

20- إبراهيم منصور عبد اللطيف «الضغوط النفسية الناجمة عن التعرض للبرامج الحوارية بالتليفزيون المصري: دراسة ميدانية على عينة من مشاهدى البرامج الحوارية»، **مجلة البحوث والدراسات الإعلامية**، العدد السابع (أكاديمية الشروق: المعهد الدولي العالي للإعلام، مارس- 2019).

21- Dennis Lichtenstein, Katharina Esau, Lena Pavlova, Dmitry Osipov, Nikita Argylov, (2019) «Framing the Ukraine crisis: A comparison between talk show debates

in Russian and German television» **Journal of the International Communication Gazette**. Vol.81, Issue.1. p.p 66– 88

22- إعتقاد خلف معبد، إيناس حامد، رحاب الجندى « دور البرامج الحوارية في إدراك المراهقين للصراع السياسى فى مصر» ، **مجلة دراسات الطفولة**، المجلد الواحد والعشرون، العدد الثامن والسبعون (جامعة عين شمس: كلية الدراسات العليا للطفولة، مارس- 2018).

23- Andrea Ceron , Sergio Splendore,(2018) « From contents to comments: Social TV and perceived pluralism in political talk shows» **Journal of new media and society**.Vol.20, Issue.2. p.p 659– 675

24- إيهاب حمدى جمعة «واقع الممارسة العملية لبرامج الحوار(التوك شو) بين القواعد المهنية والمسؤولية الاجتماعية: العملية الشاملة سيناء 2018 نموذجاً- تحليل مقارنة لعينة من حلقات القنوات المصرية الوطنية والمعادية» ، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، عدد خاص (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، مايو- 2018).

25- قدرى محمود حفى، إعتقاد خلف معبد، ليلى صفوت على « تناول البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية التلفزيونية لسياسات الحكومة وعلاقته بمستوى رضا المراهقين عن الأداء الحكومى» ، **مجلة دراسات الطفولة**، المجلد الواحد والعشرون، العدد الثمانون (جامعة عين شمس: كلية الدراسات العليا للطفولة، سبتمبر- 2018).

26- Leticia Bode , Emily Vraga , German Alvarez, Courtney N. Johnson, Magda Konieczna , Michael Mirer (2018) « What Viewers Want: Assessing the Impact of Host Bias on Viewer Engagement with Political Talk Shows» **Journal of Broadcasting and Electronic Media**.Vol.62, Issue.4. p.p 597-613

27- محمود حسن إسماعيل، مؤمن جبر عبد الشافى، السيد لطفى حسن « دور القائم بالاتصال فى البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية فى تشكيل الاتجاهات السياسية للمراهقين» ، **مجلة دراسات الطفولة**، المجلد العشرين، العدد الخامس والسبعون (جامعة عين شمس: كلية الدراسات العليا للطفولة، يونيو- 2017).

28- نسرین محمد عبد العزیز «اعتماد الشباب المصرى على البرامج الحوارية (التوك شو) المقدمة فى الفضائيات المصرية فى تشكيل وعيه بشأن قضايا الإرهاب» ، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، المجلد الستون، العدد الثالث (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، يوليو- سبتمبر 2017).

29- ولاء إبراهيم عقاد «مصادقية البرامج الحوارية فى الفضائيات المصرية فى تغطية الإرهاب لدى الجمهور المصرى» ، **المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون**، المجلد التاسع، العدد الأول (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، مارس 2017).

30- Lubna Zaheer (2016) «Effects of Watching Political Talk Shows on Political Efficacy and Political Participation» **Journal of Political Studies**.Vol.23, Issue.2. p.p 357-372

31- هويدا مصطفى، حسن على جمعة « القائم بالاتصال فى البرامج الحوارية التلفزيونية أثناء الأزمات» ، **المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون**، المجلد السادس، العدد الثانى (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، أبريل- يونيه 2016).

32- آمال الغزاوى، دينا عرابي. «دور وسائل الإعلام فى تشكيل معارف وتكوين اتجاهات المصريين بالخارج نحو قضايا الوطن: دراسة ميدانية على عينة من العمالة المصرية بجدة بعد ثورة يناير» ، **المؤتمر العلمى الدولى الثامن عشر**، «الإعلام وبناء الدولة الحديثة» (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، الجزء الأول، 1-2 يوليو 2012)، ص 540 .

33- محمد منير حجاب، **نظريات الاتصال** (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2010) ص 301.

34- Yoonwhan Cho(2009), «New Media Uses and Dependency Effect Model: Exploring the Relationship Between New Media Habit, Dependency Relation, and Possible Outcomes» , **Ph.D** (The State University of New Jersey) p.13

35- Grant, August E.; Guthrie, K. Kendall; Ball-Rokeach, Sandra J.(Dec 1991) «Television Shopping, A Media System Dependency Perspective» , **Communication Research** , Vol 18.No.6 ,p. 775

36-William E.Loles and Sandra J.Ball

Rokeach(1993).«Dependency Rebellions and Newspaper Readerships» , **Journalism Quarterly**, vol.70,No.3 , ,p.603
37- Grant, August E.; Guthrie, K. Kendall; Ball-Rokeach, Sandra J(Dec 1991)., Op.cit p. 775

38- محمد منير حجاب، نظريات الاتصال، مرجع سابق، ص302.

39- سوزان يوسف القليني، **الاتصال ووسائله ونظرياته**(القاهرة: دار النهضة العربية، 1998) ص190.

40- McQuail, Denis & Sven Windahl.(1995) « **Communication Models For The Study of Mass Communication**» ,2nd Edition ,London and New York : Longman,P.114

41- عبد الرحمن درويش، **مقدمة إلى علم الاتصال** (القاهرة: عالم الكتب، 2012) ص 205.

*السادة المحكمين لصحيفة الاستقصاء:

- أ.د/ خالد مسعد: أستاذ الإعلام - كلية الإعلام- جامعة سيناء.

- أ.د/ عادل فهمي: أستاذ الإذاعة والتلفزيون - كلية الإعلام- جامعة القاهرة.

- أ.د/ محمد معوض: أستاذ الإعلام وثقافة الطفل - كلية الدراسات العليا للطفولة- جامعة عين شمس.

- أ.د/ ملكة بدر الدين: أستاذ الإعلام المتفرغ بقسم الإعلام التربوي- كلية التربية النوعية- جامعة بورسعيد.

42- زكريا إبراهيم الدسوقي «معالجة البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية للعمليات الإرهابية التي وقعت في سيناء بعد أحداث 30 يونيو وعلاقتها باتجاهات الشباب الجامعي نحوها» ، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام** ، المجلد الرابع والخمسون، العدد الأول (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، يناير- مارس 2016).

