

## فاعلية برنامج إرشادي لمواجهة شائعات الإعلام الإلكتروني لدى الشباب الجامعي في دولة الكويت دراسة مقارنة بين الذكور والإناث

بدر عبد الله عواد دهمان البرازي<sup>(1)</sup> - أحمد مصطفى العتيق<sup>(2)</sup>  
مصطفى إبراهيم عوض<sup>(2)</sup> - فايز منشر الظفيري<sup>(3)</sup>

1) طالب دراسات عليا بكلية الدراسات العليا والبحوث البيئية، جامعة عين شمس (2) كلية الدراسات العليا والبحوث البيئية، جامعة عين شمس (3) كلية الإعلام، جامعة الكويت

### المستخلص

هدف البحث إلى التحقق من فاعلية برنامج إرشادي لمواجهة شائعات الإعلام الإلكتروني لدى الشباب الجامعي في دولة الكويت. واعتمد البحث على المنهج التجريبي. واستخدم البحث أدوات لجمع البيانات من إعداد الباحثون، وهي: مقياس شائعات الإعلام الإلكتروني الذي تتضمن (6) أبعاد (البعد الاجتماعي، والبعد النفسي، والبعد المعرفي، والبعد السلوكي، والبعد الأخلاقي، والبعد الثقافي)، وبرنامج إرشادي لمواجهة شائعات الإعلام الإلكتروني لدى الشباب الجامعي في دولة الكويت، واستمارة تقييم جلسات البرنامج الإرشادي. وطُبق البحث على عينة عشوائية من الشباب الجامعي بالكليات النظرية والعملية بدولة الكويت بلغ قوامها (120) مفردة من الذكور والإناث، يتراوح أعمارهم الزمنية (20 - 22 سنة)، ووزعت العينة إلى مجموعتين (مجموعة تجريبية ومجموعة ضابطة) بالتساوي، بلغ قوام المجموعة التجريبية (60) مفردة منها (30) ذكور و(30) إناث، كما بلغ قوام المجموعة الضابطة (60) مفردة منها (30) ذكور و(30) إناث.

وتوصلت نتائج البحث في إثبات صحة الفروض في فاعلية برنامج إرشادي لمواجهة شائعات الإعلام الإلكتروني لدى الشباب الجامعي في دولة الكويت. ويوصى بالبحث بالتوسع في إجراء المزيد من البحوث التدخلية في المجال الإعلامي، وخاصةً مجال الإعلام الإلكتروني.

## المقدمة

أدت التطورات التكنولوجية الحديثة إلى حدوث طفرة في مجال الاتصالات وشبكة الإنترنت، حيث أصبح الإنترنت الوسيلة السريعة والفعالة في تحقيق سرعة التواصل بين الأفراد في مختلف أرجاء العالم، مما أدى إلى تفعيل التواصل عبر منصات التواصل الاجتماعي المختلفة مثل الفيس بوك وتويتر وانستجرام وغيرها من المواقع المختلفة، كما أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي مصدراً رئيساً للحصول على المعلومات في مختلف المجالات العلمية والسياسية والاقتصادية وغيرها من المعلومات التي يهتم بها أفراد المجتمع. (روبيرتس، 2004، ص 171)

وقد ساعدت شبكة الإنترنت في ظهور إعلام جديد ومختلف قادر على الانتشار السريع بين الأوساط الإعلامية المختلفة، وذلك عن طريق خلق ما يسمى بالمدونات أو المنتديات ومواقع التواصل الاجتماعي على مختلف أشكالها واتجاهاتها، والتي أحدثت ثورة كبيرة في مجال تكنولوجيا الاتصال، فأصبحت هذه المواقع قادرة على بث ونشر المحتوى الإعلامي الذي يصعب بثه ونشره عبر وسائل الاتصال التقليدية (الصحف - الإذاعة - التلفزيون) بسبب الرقابة الحكومية المتواجدة على هذه الوسائل، ومن هنا فقد ظهر محتوى إعلامي مختلف من حيث الرسائل والمضامين الإعلامية والتي تختلف كل الاختلاف عن المضامين الإعلامية التي يتم بثها عبر الوسائل التقليدية. (شفيق، 2015، ص 27)

وتُعد مواقع التواصل الاجتماعي ما هي إلا وسيلة يستطيع عن طريقها عدد من الناس أن يقوموا بعملية التواصل من خلال مواقع وخدمات إلكترونية توفر سرعة توصيل المعلومات على نطاق واسع وتمكنها أيضاً من إمكانية تبادل المعلومات بشكل قوي عن طريق شبكة الإنترنت. (غسان، 2013، ص 24)، وأيضاً تمكن الأفراد من تمثيل أنفسهم إلكترونياً من خلال الحسابات الشخصية والتي تمكنهم من تكوين علاقات اجتماعية وتبادل الاهتمامات

المشتركة والقدرة على التعبير عن آرائهم بحرية دون أي قيود المتمثلة في القيود الاجتماعية (المتتملة في العادات والتقاليد والانتماءات القبلية والعائلية)، أو القيود التي تفرضها الحكومات على وسائل الاتصال التقليدية المختلفة. (إبراهيم، 2014، ص 5)

وبذلك أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي إحدى أهم الأدوات التي يتم استخدامها في نشر وترويج الشائعات، فهناك علاقة طردية بين انتشار الشائعات الإلكترونية والتطور التكنولوجي الكبير في مجال الاتصالات وانتشار مواقع التواصل الاجتماعي بين أفراد المجتمع، حيث يلجأ مستخدمو مواقع التواصل الاجتماعي لهذه الوسائل في إخفاء هويتهم الحقيقية لنشر بعض الأخبار الكاذبة التي سرعان ما تنتشر بين أفراد المجتمع. (عبد المنعم، 2021، ص 1050)

ولقد انتشرت الشائعات عامة، والشائعات الإلكترونية خاصة بشكل كبير جداً في العديد من المجتمعات، وهي الشائعات التي شملت جميع جوانب الحياة، فأصبحت من العادات المحببة لدى البعض، وكأنها أمر طبيعي يسهم الجميع في انتشاره والمشاركة في نشره، وعليه فقد أصبحت الشائعات الإلكترونية بسبب سرعة انتشارها قادرة على التحول إلى حقائق، وأصبحت قابلة للتصديق أكثر من المعلومات والحقائق المثبت صحتها والمتعارف على مصدرها، وذلك بسبب توفر البيئة التي تمكن من انتشار الشائعات ونموها المتمثلة في مواقع التواصل الاجتماعي. (طربوش، 2016، ص 44)

وفي الفترات الأخيرة ومع الزيادة الكبيرة في التقدم التكنولوجي والمعلوماتي لوحظ انتشار الشائعات على شبكة المعلومات أو ما يُعرف بالشائعات الإلكترونية، وسرعة تداول تلك الشائعات بين أفراد المجتمع وخاصة من خلال شبكات التواصل الاجتماعي، لما تتميز به من سهولة في إعادة نشر المحتوى وسرعة إرساله للجماهير المختلفة، الأمر الذي أدى إلى تغير

فحوى الشائعة وطريقة انتقالها في المجتمع، وذلك بسبب اختلاف طبيعة وخصائص البيئة الحاضنة لتلك الشائعات. (ذياب، 2011، ص 68)

ونظراً للمشكلة التي يعاني منها الشباب اليوم في مجتمعاتنا العربية، ألا وهي سرعة تصديق أي معلومة دون التحري عن مصداقيتها، ولأننا الآن في حرب نفسية تستهدف العقول، وخاصة عقول شبابنا بهدف تضليله وإحباطه، حيث يُعد الشباب هم عماد المجتمع وأهم أسباب تقدمه، فهم العنصر الثمين الذي تملكه الدولة لمواجهة كافة التحديات التي تقف أمامها، وهم الأيدي العاملة التي تُبنى بسواعدها نهضة الأمم. (محمد، 2019، ص 26)

وأشارت دراسة محمد (2019) إلى آثار الشائعات الإلكترونية والجرائم المعلوماتية وآليات مواجهتها، وهدفت الدراسة إلى وضع تصور واستراتيجية عامة لمعالجة والتصدي للشائعات والجرائم الإلكترونية على منصات التواصل الاجتماعي، وأكدت نتائج الدراسة على أهمية الدور الحكومي في مواجهة الشائعات من خلال نشر البيانات والمعلومات الصحيحة للمواطنين على المواقع والصفحات الرسمية للوزارات والهيئات الحكومية، كما أكدت الدراسة على أهمية التعاون مع منظمات المجتمع المدني للتصدي لظاهرة نشر الشائعات.

## مشكلة البحث

تؤكد العديد من البحوث والدراسات السابقة مثل (دعاك، 2018/ الشلاحي، 2018/ محمد، 2019/ 2019/ Hunt Alcott , 2020/ Alzahrani, 2020/ & Sinthiy, 2020 / Kishore / الشرييني، 2021/ محمود على طه على ،2021) على آثار وخطورة وسائل الاتصال الحديثة في نشر الشائعات، وتأثيرها السلبي والخطير على عواطف الجماهير وعلى المجتمع عندما تتعلق الشائعات بعبقيرة المجتمع وقيمه ومثله وأسسه وبنياته، وأن استغلال الشائعات بطريقة إيجابية يُعد قوة ضاغطة على المسؤولين لتوضيح الحقائق والبيانات

للمواطنين في المجتمع، كما تساعد الشائعات على نشر الخصومة والبغضاء بين أفراد المجتمع، وأن من الآثار الاجتماعية للشائعات إيصال المجتمع إلى ذروة الاهتزاز، مما يؤدي إلى تحقيق الأضرار الاجتماعية وزعزعة الأمن، وبث الفرقة بين أبناء المجتمع، كما للشائعات الإلكترونية على آثار نفسية على المواطنين تتمثل في القلق وعدم الطمأنينة، وحدث خلل في العلاقات الاجتماعية بين مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، كما للشائعات الإلكترونية مخاطر نفسية، ومخاطر اجتماعية، ومخاطر اقتصادية، ومخاطر سياسية، وأيضا تتمثل الآثار السلبية للشائعات الإلكترونية في الآثار السلوكية والمعرفية.

كما أشارت بعض الدراسات والبحوث السابقة مثل دراسة (علي، 2021) إلى معرفة الأسباب والدوافع وراء انتشار الشائعات الإلكترونية على مواقع التواصل الاجتماعي، كما أشارت دراسة (الدقاوي، 2021) إلى صور الشائعات الإلكترونية الأكثر انتشاراً بين الشباب، ومنها الشائعات الأخلاقية والشائعات الاقتصادية والشائعات الصحية والشائعات الاجتماعية، وقد تكون موجهة إلى أفراد ورموز مجتمعية أو جماعات أو حركات أو تنظيمات أو مجتمعات تربطهم عوامل معين كالعرق أو الدين أو حتى قضية تمثل رابطاً بينهم.

وتأسيساً على ما سبق يتوجه البحث إلى التحقق من فاعلية برنامج إرشادي لمواجهة شائعات الإعلام الإلكتروني لدى الشباب الجامعي في دولة الكويت، وهل يمكن مواجهة شائعات الإعلام الإلكتروني لدى الشباب الجامعي باستخدام برنامج إرشادي يسعى لذلك؟

## تساؤلات البحث

1. ما طبيعة شائعات الإعلام الإلكتروني المرتبطة بانتشار استخدام قنوات الإعلام الإلكتروني على الشباب التي يتعرض لها الشباب الجامعي في دولة الكويت؟

2. ما مدى وجود فروق في فاعلية برنامج إرشادي لمواجهة شائعات الإعلام الإلكتروني لدى الشباب من الجنسين، حسب بعض الخصائص النوعية لأفراد عينة البحث؟
3. ما مدى وجود فروق في الإشباعات التي يحققها الشباب الكويتي من استخدام شائعات الإعلام الإلكتروني تبعاً لمتغير النوع (ذكور - إناث)؟

## أهمية البحث

### الأهمية النظرية:

1. يتناول البحث ظاهرة هامة من ظواهر العصر الحديث وهي شائعات الإعلام الإلكتروني.
2. لم تتناول أي من البحوث والدراسات السابقة العربية والأجنبية برامج تدخلية مقترحة لمواجهة شائعات الإعلام الإلكتروني لدى الشباب الجامعي من الجنسين.
3. إلقاء الضوء على واقع ظاهرة انتشار شائعات الإعلام الإلكتروني والآثار المترتبة عليها.
4. إفساح المجال لاهتمام متزايد بموضوع شائعات الإعلام الإلكتروني، ودراسة آثارها المختلفة على المجتمع، من خلال طرح هذا الموضوع أمام الباحثين ومتخذي القرار للسياسات الاجتماعية، حيث يؤمل أن يلقى مزيداً من الاهتمام بالبحوث والدراسات الميدانية في جوانب مختلفة منه.

### الأهمية التطبيقية:

1. إعداد وتقديم برنامج إرشادي يكون في متناول الجهات الحكومية والجمعيات الأهلية المعنية بمجال رعاية الشباب وللعاملين المتخصصين بها، لتطبيقه واستخدامه في مساعدة الشباب على مواجهة شائعات الإعلام الإلكتروني.
2. إن محاولة مواجهة شائعات الإعلام الإلكتروني التي يتعرض لها الشباب الجامعي والتخفيف من حدتها تُعد عاملاً يساعد على تحقيق الاستقرار النفسي والاجتماعي لديهم.

3. تقديم برامج التدخل المباشر لتمكين الشباب الجامعي من مواجهة شائعات الإعلام الإلكتروني، يسهم في جعل الشباب عناصر إيجابية.
4. محاولة إسهام البحث في تطوير خطط وبرامج ونماذج العمل بالمؤسسات الحكومية والجمعيات الأهلية المعنية بفئة الشباب.

### أهداف البحث

**الهدف الرئيس:** هدف البحث إلى التحقق من فعالية برنامج إرشادي لمواجهة شائعات الإعلام الإلكتروني لدى الشباب الجامعي في دولة الكويت، وذلك من خلال عينة تمثل الشباب الجامعي من الجنسين (ذكور - إناث).

**الأهداف الفرعية:**

1. إلقاء الضوء على طبيعة شائعات الإعلام الإلكتروني المرتبطة بانتشار استخدام قنوات الإعلام الإلكتروني التي يتعرض لها الشباب.
2. إلقاء الضوء على واقع ظاهرة انتشار شائعات الإعلام الإلكتروني والآثار المترتبة عليها.
3. إعداد مقياس شائعات الإعلام الإلكتروني لدى الشباب الجامعي في دولة الكويت.
4. إعداد وتقديم برنامج إرشادي لمواجهة شائعات الإعلام الإلكتروني لدى الشباب الجامعي في دولة الكويت، وذلك من خلال عينة تمثل الشباب الجامعي من الجنسين (ذكور - إناث)، واختبار فاعليته ليكون في متناول الجهات المعنية بفئة الشباب.

### فروض البحث

1. توجد فروق بين متوسطات درجات الشباب الجامعي "المجموعة التجريبية" على مقياس شائعات الإعلام الإلكتروني بأبعاده المختلفة (قبل / بعد) تطبيق البرنامج الإرشادي لصالح التطبيق البعدي للمجموعة التجريبية عند مستوى دلالة (0.05).

2. لا توجد فروق بين متوسطات درجات الشباب الجامعي المجموعة التجريبية (ذكور - إناث) على مقياس شائعات الإعلام الإلكتروني بأبعاده المختلفة بعد مضي شهرين من التعرض للبرنامج الإرشادي المقترح عند مستوى دلالة (0.05).

### مصطلحات البحث

**مصطلح البرنامج الإرشادي:** عرفت كرم الدين (1995) البرنامج بأنه "مجموعة من الخبرات التي يتعرض لها الأفراد بطريقه معروفة ومحددة بهدف إكسابهم معلومات أو مهارات أو اتجاهات في جانب محدد من جوانب سلوكهم". (كرم الدين، 1995، ص 12)

**تعريف البرنامج الإرشادي إجرائياً:** هو "برنامج مخطط منظم يستند إلى مبادئ وفنيات علمية وعملية تتضمن رفع وعي الفكري للشباب الجامعي بدولة الكويت وتدريبهم على بعض الأنشطة التي تساهم في مواجهة شائعات الإعلام الإلكتروني التي يتعرضون لها".

**مصطلح الشائعة الإلكترونية:** عرفت عبد الحافظ (2019) الشائعة الإلكترونية بأنها "تتمثل في الخبر أو الموضوع أو القضية الذي يتم تداولها من خلال الإنترنت أو شبكات التواصل الاجتماعي، وتتلقى مادتها وأدواتها من مصادر متنوعة، وتختلف عن الشائعة التقليدية من حيث المحتوى والبناء، حيث يُعبر عنها بالنص المكتوب والمنطوق والصور المرفقة والصوت والرسوم المتحركة والفيديو". (عبد الحافظ، 2019، ص 74)

وترى عبد المنعم (2021) الشائعة الإلكترونية بأنها "المعلومات والأخبار غير الدقيقة، وغير معروف مصدرها المنتشرة على مواقع التواصل الاجتماعي بشكل عام (فيس بوك - تويتر - يوتيوب وغيرها)". (عبد المنعم، 2021، ص 1045)

**وتعرف الشائعات الإلكترونية إجرائياً:**

- الشائعات المنتشرة على مواقع الإعلام الإلكتروني.



- لا تتطلب نفقات مالية عالية لترويجها، فهي ذات كلفة منخفضة جداً.
- لها أبعاد الاجتماعية ونفسية ومعرفية وسلوكية وأخلاقية وثقافية.
- أهدافها هدامة لكل من الفرد والمجتمع.
- يكون تأثيرها على الشباب أقوى من تأثير الشائعات التقليدية.
- تتميز بخاصية التفاعل عن بُعد.
- يمكن نقلها عن طريق النص المكتوب والمنطوق والصور المرفقة والصوت والرسوم المتحركة والفيديو.
- محتواها ومصدرها غير موثوق فيهم.

**مصطلح الإعلام الإلكتروني:** عرفت عبد المنعم (2015) الإعلام الإلكتروني بأنه "نوع جديد من الإعلام يشترك مع الإعلام التقليدي في المفهوم والمبادئ العامة والأهداف ويتم عبر الطرق الإلكترونية وعلى رأسها الإنترنت، ويختلف عن الإعلام التقليدي في أنه يعتمد على وسيلة جديدة من وسائل الإعلام الحديثة وهي الدمج بين كل وسائل الاتصال التقليدي، بهدف إيصال المضامين المطلوبة بأشكال متميزة ومؤثرة بطريقة أكبر". (عبد المنعم، 2015، ص 148)

**ويعرف الإعلام الإلكتروني إجرائياً:** (هو نوع جديد من الإعلام ينشط في الفضاء الافتراضي، ويستخدم الوسائط الإلكترونية كأدوات له تديرها دول ومؤسسات وأفراد بقدرات وإمكانيات متباينة، يتميز بسرعة الانتشار وقلة التكلفة وشدة التأثير).

**مصطلح الشباب:** وأشار ليلة (1990) أن مرحلة الشباب هي مرحلة المعاناة لأنها مرحلة الاكتمال، فإذا اصطالحنا على تقسيم دورة حياة الإنسان بين الطفولة والشباب والرجولة والشيخوخة، فإن المرحلة الأولى في غالبها ذات طابع بيولوجي، بينما الثانية اكتمال بيولوجي

نفسى اجتماعي، وتعتبر الثالثة هي امتداد لهذا الاكتمال إلى أقصى مستويات النضج، وهو المستوى الذي يبدأ في التحلل خلال المرحلة الرابعة. (ليلة، 1990، ص 35)  
كما عرف شنك (2004) مرحلة الشباب بأنها "مرحلة تغير كمي ونوعي في ملامح الشخصية تتميز بدرجة عالية من التعقيد، إذ تختلط فيها الرغبة في تأكيد الذات مع البحث عن دور اجتماعي والتمرد على ما سبق إنجازه، إلى جانب الإحساس بالمسؤولية والرغبة في مجتمع أكثر مثالية مع السعي المستمر إلى التغيير، وبذلك فإن توفرت هذه العناصر يعكس ما يمكننا أن نسميه البعض بالشخصية الشابية". (شنك، 2004، ص 2)  
ويعرف مصطلح الشباب إجرائياً: " كل فرد (ذكر - أنثى) يتراوح عمره من (18- 35) سنة، وينتمى إلى مستويات اجتماعية اقتصادية مختلفة، ويتسم بالنضج البيولوجي والنفسى والاجتماعي، ومن الشباب الجامعي بدولة الكويت".

### دراسات سابقة

**دراسة دعاك (2018):** تناولت الدراسة الشائعات الإلكترونية وتأثيرها على الرأي العام، دراسة ميدانية على عينة من الجمهور السعودي بمنطقة جازان بالمملكة العربية السعودية. وهدفت الدراسة إلى التعرف على العوامل الاجتماعية والنفسية وراء انتشار الشائعات الإلكترونية على مواقع التواصل الاجتماعي، كما هدفت أيضاً إلى تحديد اتجاه أفراد المجتمع نحو تلك الشائعات، ومعرفة الأسباب الدافعة وراء مروجي الشائعات من وجهة نظر الجمهور، اعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي، واستخدمت الدراسة استمارة الاستقصاء الميداني الإلكترونية عبر جوجل فورم، وطبقت الدراسة على عينة بلغ قوامها (400) مفردة من الجمهور السعودي بمنطقة جازان. وتوصلت الدراسة إلى أن مشاعر القلق والخوف وعدم المشاركة في فعاليات المجتمع هي السبب في نشر الأفراد للشائعات، كما توصلت نتائجها بأن

الواتس آب من أبرز مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات، وأن الشائعات الاجتماعية هي من أكثر أنواع الشائعات انتشاراً، وأكدت الدراسة على أهمية تنمية الوازع الديني والخُلقي بين أفراد المجتمع للحد من نشر الشائعات.

**دراسة الشلاحي (2018):** تناولت الدراسة دور الإعلام الجديد في التوعية من الجرائم الإلكترونية. وهدفت الدراسة إلى التعرف على دور الإعلام الجديد في التوعية من الجريمة الإلكترونية من وجهة نظر عينة الدراسة، استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، واستخدم الباحث الاستبانة كأداة للدراسة، وطبقت الدراسة على عينة من (150) مفردة. وأظهرت نتائج الدراسة أن الغالبية من مجتمع الدراسة يستقون معلوماتهم ومعارفهم من خلال الوصول عبر المواقع الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي لزيادة المعرفة والاطلاع على كل ما هو محل اهتمامهم. وأوصت الدراسة بالعمل على زيادة درجة الوعي الأمني من خلال توعية الجماهير عبر منصات وسائل الإعلام الجديد والمفضلة لديهم في كيفية محاربة الجرائم بشتى أنواعها، وأيضاً إنشاء وحدات متخصصة في الجرائم الإلكترونية مثل الشرطة الإلكترونية للحد من مخاطر الجريمة الإلكترونية.

**دراسة محمد (2019):** تناولت الدراسة الشائعات ونشرها عبر مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي "دراسة مقارنة". وهدفت إلى التعرف على الدور الذي تقوم به مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات، واستخدمت الدراسة المنهج المقارن، كما استخدمت أداة الاستبانة لاستطلاع الرأي على عينة قوامها (400) مفردة. وأشارت نتائجها بأن شبكات التواصل الاجتماعي تُعد من أهم وسائل نشر الشائعات عامة (الإلكترونية)، خاصة التي اعتمدت عليها الجماعات التي تهدف إلى نشر العنف والفوضى.

**دراسة هانت الكوت (2019) Hunt Alcott :** تناولت الاتجاهات في انتشار المعلومات المضللة على مواقع التواصل الاجتماعي، وهدفت الدراسة للتعرف على حجم

المعلومات المضللة التي يتم تناولها على مواقع التواصل الاجتماعي، ورصد نسبة تفاعل الجمهور معها، وحجم مشاركتهم للأخبار الزائفة والشائعات، استخدمت الدراسة المنهج الوصفي، استخدمت الدراسة أداة تحليل مضمون لصفحات كل من موقع فيسبوك وتويتر خلال الفترة من (يناير 2010 إلى يوليو 2018). وأشارت الدراسة في نتائجها إلى وجود (9540) ساعة على فيسبوك وتويتر منذ أوائل عام 2015.

**دراسة الزهراني Alzahrani (2020):** هدفت الدراسة إلى تحديد الآثار الناتجة عن الشائعات الإلكترونية المنتشرة على منصات التواصل الاجتماعي المرتبطة بجائحة كورونا "كوفيد 19". وأكدت نتائجها على أن هناك آثار نفسية على المواطنين تتمثل في القلق وعدم الطمأنينة، وحدث خلل في العلاقات الاجتماعية بين مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، كما أكدت نتائجها على أهمية التوعية لمستخدمي تلك المواقع بالتأكد من الأخبار والمعلومات حول جائحة كورونا قبل نشرها على منصات التواصل الاجتماعي.

**دراسة سينتا وكيشوري Kishore & Sinthiya (2020):** تناولت الدراسة تأثير شائعات مواقع التواصل الاجتماعي على المستخدمين، وهدفت إلى التعرف على الأوقات والمواقف التي تنتشر فيها الشائعة بشكل أسرع، وأثر ذلك على مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي، كما استخدمت الدراسة أداة الاستبانة لاستطلاع الرأي على عينة قوامها (400) مفردة. وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن للشائعات تأثيراً سلبياً على المجتمع فهي تنتشر بشكل أسرع في أوقات الأزمات والأوقات العصيبة.

**دراسة الشربيني (2020):** تناولت الدراسة العلاقة بين الشائعات الإلكترونية واستقرار الأمن الفكري للشباب "دراسة من منظور العلاج العقلاني الانفعالي السلوكي، وهدفت الدراسة إلى التعرف على تأثير الشائعات الإلكترونية على الأمن الفكري للشباب، وعلى مدى التأثير بالأفكار المتطرفة المنتشرة على مواقع التواصل الاجتماعي، وعلى الشعور بالانتماء والولاء

للمجتمع، واعتمدت الدراسة على منهج المسح الاجتماعي الشامل، واستخدمت أداة الاستبيان، وطُبقت الدراسة على عينة من الشباب بمركز مدينة فاقوس بمحافظة الشرقية قوامها (320) مفردة، وكذلك عينة من الأخصائيين الاجتماعيين العاملين بإدارة الشباب والرياضة قوامها (22) مفردة. وأكدت نتائج الدراسة على الآثار السلبية لنشر الشائعات الإلكترونية على فكر الشباب، كما أكدت الدراسة على ضرورة إنشاء هيئة رسمية على المستوى الوطني تكون مسؤولة عن التصدي للشائعات، وحثت الدراسة على ضرورة التعاون بين منظمات المجتمع المدني والهيئات الحكومية للتصدي للشائعات المختلفة في المجتمع.

**دراسة الدقناوي (2021):** تناولت الدراسة الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على الأمن الفكري لدى الشباب، وهدفت إلى التعرف على تأثير الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي على الأمن الفكري لدى الشباب، واعتمدت الدراسة على منهج المسح بالعينة، واستخدمت صحيفة الاستبيان، وطُبقت الدراسة على عينة عمدية بلغ قوامها (200) مفردة من طلاب وطالبات جامعة دمياط. وأشارت نتائج الدراسة إلى أن الشائعات الصحية احتلت المركز الأول بنسبة (36%)، يليها الشائعات الاجتماعية بنسبة (28.5%)، كما أشارت إلى ضعف بُعد الانتماء العقائدي في المركز الأول، يليه بُعد الولاء والانتماء الوطني في المركز الثاني، وأخيراً في المركز الثالث بُعد المشاركة والمسئولية المجتمعية.

**دراسة علي (2021):** هدفت الدراسة إلى معرفة الأسباب والدوافع وراء انتشار الشائعات الإلكترونية على مواقع التواصل الاجتماعي، وتحديد المخاطر الناتجة عن انتشار الشائعات الإلكترونية على مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي ومقترحات مواجهتها من منظور تنظيم المجتمع، واعتمدت الدراسة على منهج المسح الاجتماعي لعينة من طلاب الفرقة الرابعة بكلية الخدمة الاجتماعية - جامعة أسيوط بلغت (228). وأشارت نتائجها إلى أنه بسبب فقدان الثقة وانعدام الحوار بين الشباب والقيادات الرسمية، مع عدم الاستجابة لاستفسارات مستخدمي تلك

المواقع، من أهم الأسباب وراء انتشار الشائعات الإلكترونية، كما توصلت نتائج الدراسة إلى وجود وجود مخاطر للشائعات الإلكترونية على الطلاب، تمثلت في مخاطر نفسية، ومخاطر اجتماعية، ومخاطر اقتصادية، ومخاطر سياسية، وتوصلت الدراسة إلى تصور مقترح من منظور طريقة تنظيم المجتمع لمواجهة مخاطر انتشار الشائعات الإلكترونية على مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي.

**دراسة علي (2021):** تناولت الدراسة إسهامات طريقة العمل مع الجماعات في التخفيف من آثار الشائعات الإلكترونية لدى الشباب الجامعي، وهدفت الدراسة إلى التوصل لبرنامج مقترح لطريقة خدمة الجماعة لتنمية وعي الشباب الجامعي للتخفيف من آثار الشائعات الإلكترونية، واعتمدت الدراسة على منهج المسح الاجتماعي بنوعيه الشامل وبالعينة، وطبقت الدراسة على عينة من طلاب كلية الخدمة الاجتماعية - جامعة أسيوط بلغ قوامها (334) مفردة، واستخدمت الدراسة أداة الاستبيان. وأشارت نتائج الدراسة إلى أهمية الأدوار التي يقوم بها الأخصائي الاجتماعي في تنمية وعي الشباب الجامعي للتخفيف من آثار الشائعات الإلكترونية، كما أشارت نتائج الدراسة إلى أن الآثار السلبية للشائعات الإلكترونية تتمثل في الآثار السلوكية والمعرفية.

### التعقيب على الدراسات السابقة:

- هناك اتفاق بين بعض الدراسات التي أشارت إلى أهم العوامل والأسباب والدوافع وراء انتشار الشائعات لدى الشباب في الإعلام الإلكتروني، مثل دراسة كل من دراسة (دعاك، 2018)، ودراسة (علي، 2021).
- هناك اتفاق بين بعض الدراسات السابقة حول تأثير استخدام الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي في انتشار الشائعات الإلكترونية، مثل دراسة كل من (دعاك، 2018)، ودراسة (الصلاح، 2018)، ودراسة (محمد، 2019)، ودراسة (Hunt Alcott , 2019)،

- دراسة (Alzahrani, 2020)، ودراسة (Kishore & Sinthiy, 2020) ودراسة (الشرييني، 2021)، ودراسة (علي، 2021).
- تناولت معظم الدراسات العربية والأجنبية السابقة دور مواقع أو شبكات التواصل في نشر الشائعات الإلكترونية وسُبل، مثل دراسة (محمد، 2019)، ودراسة (الدقناوي، 2021).
- تناولت بعض الدراسات السابقة تأثير الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي كنماذج لبعض القضايا الاجتماعية، مثل دراسة (دعاك، 2018) التي تناولت تأثير الشائعات الإلكترونية على الرأي العام، ودراسة (الشرييني، 2020) التي تناولت العلاقة بين الشائعات الإلكترونية واستقرار الأمن الفكري للشباب، ودراسة (Alzahrani, 2020) التي تناولت آثار الشائعات الإلكترونية المنتشرة على منصات التواصل الاجتماعي المرتبطة بجائحة كورونا "كوفيد 19".
- تناولت دراسة (علي، 2021) وضع منظور لطريقة تنظيم المجتمع تصور استراتيجي لمكافحة الشائعات الإلكترونية على مواقع التواصل الاجتماعي، وتناولت دراسة (علي، 2021) إسهامات طريقة العمل مع الجماعات في التخفيف من آثار الشائعات الإلكترونية لدى الشباب الجامعي.
- اعتمدت الغالبية العظمى من الدراسات العربية والأجنبية السابقة على المنهج الوصفي التحليلي.
- استخدمت معظم الدراسات العربية والأجنبية السابقة أداة الاستبيان في جمع المعلومات.
- طبقت معظم الدراسات العربية والأجنبية السابقة على عينات تتراوح ( 100 - 400 ) مفردة.
- أوصت بعض الدراسات على ضرورة الاعتماد على البرامج التدخلية والمتنوعة، للحد من آثار الشائعات الإلكترونية لدى الشباب.

**أوجه الاختلاف بين الدراسات السابقة والبحث الحالي:** يختلف البحث عن الدراسات السابقة في أنه بحث تجريبي يتناول فاعلية برنامج إرشادي لمواجهة شائعات الإعلام الإلكتروني لدى الشباب الجامعي في دولة الكويت، حيث أن معظم الدراسات العربية والأجنبية السابقة أعتمدت على المنهج الوصفي التحليلي، مما دفع الباحثون في دراستهم على تقديم برنامج إرشادي لمواجهة شائعات الإعلام الإلكتروني، فضلاً عن اختلاف البحث في أهدافه وأهميته وتساؤلاته وفروضه وأدواته عن الدراسات السابقة.

**أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:** من خلال ما سبق يمكن القول أن الدراسات السابقة العربية والأجنبية تمثل موجهاً ودليلاً علمياً للباحثين، حيث استفاد البحث منها في تحديد موضوع البحث وصياغته وبلورته في شكل علمي، كما استفاد أيضاً البحث الحالي من الدراسات السابقة في تحديد أهدافه وأهميته وتساؤلاته وفروضه وأدواته.

### الإطار النظري للبحث

**نظرية المجال العام:** ظهرت نظرية المجال العام كنظرية سياسية اجتماعية التي صاغها الفيلسوف الألماني المعاصر يورغن هابرماس (Jurgen Habermas) في كتابه التحول البنائي للمجال العام عام 1961 (Structural Transformation of the Public Sphere) ، وعرف هابرماس المجال العام بأنه مجتمع افتراضي أو خيالي ليس من الضروري أن يتواجد في مكان معروف أو مميز، ويكون من مجموعة من الأفراد الذين لديهم سمات تمكنهم من الاجتماع مع بعضهم البعض كجمهور، ويقومون بوضع وتحديد احتياجات المجتمع مع الدولة. ويُعد المجال العام مصدراً للرأي العام، وهو أيضاً بحاجة إلى شرعية السلطة لتفعيل أي ديمقراطية، فهو يبرز الآراء والاتجاهات من خلال السلوكيات والحوار، والتي تسعى للتأكيد على الشؤون العامة للدولة، وهو شكل مثالي. (خضر، 2009، ص 8)



كما أشار هابرماس إلى أن نجاح المجال العام يعتمد على مدى الوصول والانتشار ودرجة التحكم الذاتي (حرية المواطنين من السيطرة والهيمنة والإجبار)، ورفض الاستثنائية وتحقيق المساواة، والفهم والثقة والوضوح في المضمون الإعلامي، ووجود سياق اجتماعي ملائم. كما حدد ثلاثة مظاهر تميز المجال العام ووسائله التعبيرية، وهي:

- المظهر الأول: أن المشاركة فيه مفتوحة للجميع، حيث أن الأصل في كل ما هو عام أن يكون متاحاً للجميع وليس حصرياً.

- المظهر الثاني: أن كل المشاركين فيه متساوون في مشاركتهم وأدوارهم.

- المظهر الثالث: هو أن أي قضية فيه تكون قابلة للنقاش. (إسماعيل، 2013، ص 60)

وقد كانت في البداية الصحف والصالونات والكتب هي المجال العام، وتدرجياً وبشكل متزايد بدأ استخدام التكنولوجيا الرقمية، والتي تحولت بأدواتها إلى أداة تفاعلية تسمح بعقد مناقشات بين الجمهور وخلق حالة من الجدل، والذي ربما يمتد التأثير في الشأن العام، والتي كانت في أغلب الأوقات خارج سيطرة الحكومة ومراقبتها، وهو ما نتج عنه ظهور ما يسمى بالمجال العام الافتراضي. (رشاد، 2007، ص 9)

وقد أصبح المجال العام مفهوماً مركزياً في مجال الدراسات الإعلامية في السنوات الأخيرة عندما زاع وانتشر مفهوم المجال العام في ترجمة كتاب هابرماس للغة الإنجليزية عام 1989، إذ يشرح الكتاب كيف نقلت وسائل الإعلام النقاش من المجال العام إلى المجال الخاص، الذي تتم فيه صناعة منتج إعلامي قادر على اختراق العقول وإيهامها وإبعادها عن الحقائق.

كما أكد فيها أن وسائل الإعلام الإلكتروني تخلق حالة من الجدل بين الجمهور نتيج تأثيراً كبيراً في القضايا العامة وتؤثر على النخبة والنخبة الحاكمة والجمهور، مما يعني أن ثقافة الإنترنت أصبح لها جماهيرها وشعبيتها، إذ تشير الإحصائيات بأن أكثر من 80% من

فئة الشباب يفضلون التعامل مع الإعلام الإلكتروني، لأنه يتيح لهم إمكانيات تفاعلية عديدة مثل الدردشة والتعليق بسرعة والتزامنية الشديدة، مما يؤكد أن المستقبل سيكون للإعلام الإلكتروني.

ويُعد الفضاء الافتراضي من أهم إنجازات ثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات التي شهدتها العالم في الوقت الراهن، فالتطور المذهل لشبكة المعلومات الدولية (الإنترنت) وانتشار التقنيات الحديثة للاتصال، وتزايد تطبيقاتها في مجال الإعلام والاتصال، ساهم في ظهور نوع جديد من الإعلام، وهو الإعلام الإلكتروني المقروء والمرئي والمسموع، الذي يعتبر ظاهرة إعلامية جديدة يتميز بسرعة الانتشار والوصول إلى أكبر عدد من الجمهور وبأقصر وقت ممكن وأقل تكلفة، وبات يُشكل نافذة مهمة لنشر المعلومات والحصول عليها، حيث ظهر جيل جديد لم يعد يتفاعل مع الإعلام التقليدي بقدر ما يتفاعل مع الإعلام الإلكتروني، يسمى بالجيل الشبكي أو جيل الإنترنت، وأصبحت هناك شبكات تواصل اجتماعي ك (تويتر، الفيسبوك) كوسيلة للتواصل بين الناس، حيث جعل من الفرد مؤسسة إعلامية ينشر مواده الإعلامية على شبكات التواصل الاجتماعي.

أصبح الإعلام الإلكتروني محور الحياة المعاصرة له أهميه كبيرة باحتواء قضايا الفكر والثقافة وبات يطلق عليها (ثقافة التكنولوجيا) أو (ثقافة الميديا)، أصبح مستخدموا الإنترنت في العالم في تزايد مستمر في ظل ثورة الانفوميديا والتي تتجسد في الدمج بين وسائل الإعلام والاتصال، فالقنوات التلفزيونية أمكن لها أن تبث برامجها عبر الموبايل، وبذلك استطاع الإعلام الإلكتروني أن يفرض واقعاً مختلفاً على الصعيد الإعلامي والثقافي والفكري والسياسي، فهو لا يعد تطويراً فقط لوسائل الإعلام التقليدية، وإنما هو وسيلة إعلامية احتوت كل ما سبقها من وسائل الإعلام، من خلال انتشار المواقع والمدونات الإلكترونية وظهور الصحف والمجلات الإلكترونية التي تصدر عبر الإنترنت، بل أن الدمج بين كل هذه الأنماط والتداخل

بينها ، أفرز قوالب إعلامية متنوعة ومتعددة بما لا يمكن حصره أو التنبؤ بإمكانياته، فالعصر الحالي يُعد بحق عصر الإعلام الإلكتروني (إعلام المستقبل)، ويتجه اليوم العالم أجمع بشكل عام نحو الإنترنت وتطبيقاته في المجالات المختلفة.

وبناء على ما سبق استناد البحث الحالي من نظرية المجال العام في التعرف على المجال الافتراضي الذي أتاحتها شبكة الإنترنت، وما نتج عنها من تطبيقات جديدة كشبكات التواصل الاجتماعي في ظل إعلام جديد "الإعلام الإلكتروني"، وكذلك معرفة كيف ساهم الإعلام الإلكتروني بمختلف صورة في انتشار الشائعات الإلكترونية ومدى تأثيرها على الفرد والمجتمع، لتمييزها بالحرية غير المشروطة، فضلاً عن القدرة على التخفي للبعث من خلال استخدامه لهذا المجال الافتراضي في ممارسة الجرائم، مثل الابتزاز، وانتحال الشخصية، والسب والقذف وغيرها من الجرائم الإلكترونية، كذلك ممارسة بعض السلوكيات التي تنتافي مع روح الديمقراطية، مثل: نشر الأكاذيب، ونشر الشائعات، ونشر مشاعر التعصب والغصب والفتن والكراهية ضد الآخرين.

**النظرية التفاعلية الرمزية:** تفترض النظرية التفاعلية الرمزية بأن الحياة الاجتماعية وما يكتنفها من عمليات وظواهر وحوادث ما هي إلا شبكة معقدة من نسيج التفاعلات والعلاقات بين الأفراد والجماعات التي يتكون منها المجتمع، ويمكن فهم الحياة الاجتماعية واستيعاب مظاهرها الحقيقية عن طريق النظر إلى التفاعلات التي تقع بين الأفراد، وأن لهذه التفاعلات دوافعها الموضوعية والذاتية وآثارها على الأفراد والجماعات، والنظرية التفاعلية الرمزية يمكن أن تفهم نموذج الإنسان عبر الدور الذي يحتله والسلوك الذي يقوم به نحو الفرد الآخر الذي كون علاقة معه خلال مدة زمنية محددة، لذا تفترض التفاعلية الرمزية وجود شخصين متفاعلين عبر الأدوار الوظيفية التي يحتلونها، فكل منهما يحاول أن يتعرف على سمات الفرد الآخر وخواصه عبر العلاقة التفاعلية التي تنشأ بينهما، وبعد فترة من الزمن على نشوء مثل

هذه العلاقة التفاعلية بين الشخصين الشاغلين لدورين اجتماعيين متساويين أو مختلفين يقوم كل فرد بتقويم الآخر إلا أن التقويم يعتمد على اللغة والاتصال الذي يحدث بينهما. (الحسن، 2005، ص 67)

وتدور فكرة التفاعلية الرمزية حول مفهومين أساسيين هما: الرموز والمعاني في ضوء صورة معينة للمجتمع المتفاعل، وتشير التفاعلية الرمزية إلى معنى الرموز على اعتبار أنها القدرة التي تمتلكها الكائنات الإنسانية للتعبير عن الأفكار باستخدام الرموز في تعاملاتهم مع بعضهم البعض، ويتم تحديد معنى الرموز عن طريق الاتفاق بين أعضاء الجماعة، وتُعد اللغة من أهم مجموعة الرموز اللازمة للتفاعل الاجتماعي، وينظر أنصار التفاعلية الرمزية إلى أفراد المجتمع على اعتبار أنهم مخلوقات تحاول بناء الحقيقة ومعرفة معاني الأشياء أو الموضوعات أو الأحداث التي يواجهها الناس في حياتهم اليومية، وبالتالي يعتبر الإنسان قادر على تحسين ذاته وبناء شخصيته، بالإضافة إلى قدرته على تشكيل وصياغة وتغيير الواقع الاجتماعي الذي يعيش فيه من خلال عملية التفاعل بين الأشخاص والجماعات داخل المجتمع الإنساني. (الطفي، 1999، ص 120)

ومن أهم شروط تكوين العلاقة التفاعلية كما يحددها "كينزبيرك"، هي وجود شخصين فأكثر يكونوا العلاقة الإنسانية، تنطوي هذه العلاقة على مجموعة رموز سلوكية وكلامية ولغوية يفهمها أقطابها، وكذلك تنطوي هذه العلاقة على فعل ورد فعل بين الأشخاص الذين يكونوا موضوعها، أما أسباب العلاقات الاجتماعية فهي الدوافع التي تدفع الفرد إلى الدخول في علاقات مع الغير، وهذه الأسباب قد تكون اقتصادية كالعلاقة التي تقع بين البائع والمشتري أو تربية كعلاقة الطالب بالأستاذ أو عائلية كعلاقة الأب بالابن وغيرها من العلاقات الاجتماعية التي تكون دوافعها سياسية أو عسكرية أو دينية، وهناك آثار أو نتائج

للعلاقات الاجتماعية التي تحدث عنها وهذه الآثار قد تكون إيجابية أو سلبية اعتماداً على طبيعة العلاقة الإنسانية القائمة بين. (الحسن، 2005، ص 18)

وتتعلق التفاعلية الرمزية من عدة مرتكزات لتحليل عملية التفاعل الاجتماعي متمثلة في القواعد الاجتماعية، التي تنظم السلوك الإنساني وتحدد سلوك الفرد وتوجهه في ارتباطه مع الآخرين ومع الجماعات الاجتماعية الأخرى، وكذلك العامل الزمني حيث تقع عمليات التفاعل الاجتماعي ضمن التوقيت الزمني ومن خلاله يقاس مدى الفائدة أو الربح أو التوفير والتبذير للأشياء المادية والمعنوية للأفراد المتفاعلين، وأيضاً من أهم المرتكزات لتحليل التفاعل الاجتماعي الحيز المجالي أي أن التفاعل يحدث في منطقة جغرافية معلومة الأبعاد، يخضع لها الأفراد في عملية تفاعلهم مع بعضهم، كما تؤثر القيم الاجتماعية على درجة فاعلية التفاعل الاجتماعي وتوجيهه الوجهة التي تريدها. (العمر، 1997، ص 173)

وبناء على ما سبق استفاد البحث الحالي من النظرية التفاعلية الرمزية كونها تفسر لنا طبيعة التفاعل الاجتماعي للفرد مع غيره عن طريق شبكات التواصل الإلكترونية وموقعه والدور الذي يؤديه من خلال اندماجه في المجتمع الافتراضي وباستخدام الفرد لهذه الشبكات الإلكترونية فأنها تملئ عليه معاني وقيم ورموز جديدة، وتمثل الشبكات الإلكترونية مجموعة من الرموز والمعاني في عملية التفاعل الاجتماعي بين ملتقي ومروجي الشبكات.

**مدخل الاستخدامات والإشباعات:** أدى النمو الهائل في استخدام الإنترنت وبخاصة في مجال الإعلام الإلكتروني إلى زيادة اهتمام الباحثين في مجال الاستخدامات والإشباعات، حيث دراسة الأسباب والدوافع التي تدفعهم لاستخدام هذا الوسيط، وقد أكد كل من Rosengren & Windahl، أن نموذج الاستخدامات والإشباعات يركز على الفرد المستخدم لوسائل الاتصال ويبني سلوكه الاتصالي على أهدافه بشكل مباشر، فضلاً عن أنه يختار من

بين البدائل الوظيفية ما يستخدمه لكي يشبع احتياجاته، ولتحديد استخدامات الوسائل التكنولوجية الحديثة.

والجدير بالذكر أن كثير من الدراسات السابقة تحققت من وجود ارتباط بين الدوافع الشخصية والدوافع المتعلقة بالوسيلة، ولتجديد دوافع الاستخدام، وأن الناس يستخدمون الكمبيوتر لإشباع ما يلي: (الكحكي، 2009، ص 270)

- الحاجات الشخصية على سبيل المثال السيطرة، الاسترخاء، السعادة والهروب.
  - الحاجات التي يمكن إشباعها تقليدياً من الوسيلة مثل التفاعل الاجتماعي وتمضية الوقت والعادة واكتساب المعلومات والتسلية.
- ويعدّ مدخل الاستخدامات والإشباع، مدخلاً اتصالياً سيكولوجياً، فقد افترض وجود جمهور نشط له دوافع شخصية ونفسية واجتماعية، تدفعه لاستخدام الإنترنت كوسيلة تتنافس مع غيرها من الوسائل لإشباع احتياجاته، وتطبيقاً على ذلك فإن فئات جمهور مستخدمي الإنترنت أكثر نشاطاً ومشاركة في العملية الاتصالية بتأثير التفاعلية التي يتميز بها الاتصال الرقمي، وبالتالي فإننا نتوقع أن يتخذ الفرد قراره في الاستخدام عن وعي كامل بحاجاته التي يريد إشباعها، ويتمثل الاستخدام في اتجاهين: الاتصال بالآخرين عن طريق الوسائل المتاحة على الإنترنت، سواء كان المستخدم مرسلًا أو مستقبلًا، وتصفح المواقع المختلفة لتلبية الحاجات.

**وتطبيقاً على مدخل الاستخدامات والإشباع تتضح الدوافع التالية لاستخدام الإنترنت:**

- كبديل عن الاتصال الشخصي.
- الإدراك الذاتي عن الجماعات المختلفة بين الناس.
- تعلم السلوكيات المناسبة.
- كبديل أقل تكلفة عن الوسائل الأخرى.

- المساندة المتبادلة مع الآخرين.
- التعلم الذاتي.
- التسلية والأمان والصحة.

وعلى ما سبق تتضح المميزات التي تتحلّى بها شبكات التواصل الاجتماعي، التي استبدلت الوحدات المادية بالوحدات الرقمية، وتشبيك عدد غير محدود من الأجهزة مع بعضها البعض لتلبية الاهتمامات الفردية والاهتمامات العامة، أي أن الرقمية تحمل قدرة المخاطبة المزوجة للاهتمامات والرغبات وهي حالة لا يمكن تليتها بالإعلام القديم، والميزة الأكثر أهمية، هي أن هذا الإعلام خرج من أسر السلطة التي كانت تتمثل في قادة المجتمع والدولة إلى أيدي الناس جميعاً. (صادق، 2011، ص 9)

وبناء على ما سبق استفاد البحث الحالي من نظرية المجال العام في التعرف على الأسباب والدوافع التي تدفع الشباب الجامعي لاستخدام المجال الافتراضي الذي أتاحتها شبكة الإنترنت، وما يستخدمه منها لكي يشبع احتياجاته، وتحديد العلاقة بين الدوافع الشخصية والدوافع المتعلقة بالوسيلة "الإعلام الإلكتروني"، وكذلك معرفة كيف ساهم الإعلام الإلكتروني بمختلف صورة في انتشار الشائعات الإلكترونية ومدى تأثيرها على الفرد والمجتمع.

### الإجراءات المنهجية للبحث

**نوع البحث:** ينتمي هذا البحث إلى نوع البحوث التجريبية، باعتباره من أنسب أنواع البحوث لطبيعة موضوع البحث وأهدافه وتساولاته وفروضه وطريقة إجرائه، وذلك من خلال القياس القبلي والبعدي للمجموعتين المستهدفتين بالبحث "التجريبية والضابطة"، ولتحديد أثر المتغير المستقل (البرنامج الإرشادي لمواجهة شائعات الإعلام الإلكتروني) على المتغير التابع (السلوك الاجتماعي للشباب الجامعي).

**منهج البحث:** استخدم البحث الحالي المنهج التجريبي، لكونه من أنسب الأساليب المنهجية التي تتناسب أهداف البحث وتساؤلاته وفروضه وطريقة إجرائه، وذلك من خلال القياس القبلي والبعدي للمجموعتين المستهدفتين بالبحث "التجريبية والضابطة"، ولتحديد أثر المتغير المستقل (البرنامج الإرشادي لمواجهة شائعات الإعلام الإلكتروني) على المتغير التابع (السلوك الاجتماعي للشباب الجامعي).

**عينة البحث:** تكونت عينة البحث من الشباب الجامعي في دولة الكويت من الذكور والإناث، بجامعة دولة الكويت، حيث بلغ حجم العينة (120) شاباً وشابة من المقيدین بجامعة الكويت، وزعت العينة بالتساوي بين المجموعتين (التجريبية والضابطة)، ليصبح قوام كل منها (60) شاباً وشابة، بالإضافة إلى (20) مفردة لإجراء الصدق والثبات لأدوات البحث.

#### شروط اختيار العينة:

1. أن يتراوح العمر الزمني لعينة البحث ما بين (20 إلى 22 سنة).
2. أن تكون عينة البحث من الشباب والشابات المقيدین بجامعة الكويت.
3. أن تكون عينة البحث عشوائية من الكليات العملية والنظرية.
4. الأ يكون مفردات العينة من الذين تعرضوا لبرامج إرشادية لمواجهة شائعات الإعلام الإلكتروني.
5. خلو مفردات العينة من مرض مزمن أو إعاقة.

**أدوات البحث:** الأداة هي الوسيلة العلمية التي يستخدمها الباحث في جمع بياناته من مفردات مجتمع الدراسة الذي يحدده، والأدوات في البحوث الاجتماعية متعددة ومتنوعة، حيث أن كل أداة تفيد في موقف معين مع أشخاص محددون ومع نوع دراسة ومنهج معين، ومن ثم فإن الأداة تنحصر قيمتها في أنها وسيلة لجمع المعلومات. (عويس، 2001، ص 108)



- واتساقاً مع متطلبات البحث، استخدم الباحثون أكثر من أداة لجمع البيانات، بحيث تتفق هذه الأدوات مع مشكلة البحث وأهدافه وتساؤلاته وفروضه وطريقة إجرائه، وهي كالتالي:
1. مقياس شائعات الإعلام الإلكتروني.
  2. برنامج إرشادي لمواجهة شائعات الإعلام الإلكتروني لدى الشباب الجامعي في دولة الكويت.
  3. استمارة تقييم جلسات البرنامج الإرشادي لمواجهة شائعات الإعلام الإلكتروني. وفيما يلي عرضاً للأدوات المستخدمة في البحث:

### (1) البرنامج الإرشادي:

- **أسس تصميم البرنامج الإرشادي:** قام الباحثون بوضع برنامج إرشادي وذلك في ضوء: أهداف البحث - خصائص المرحلة العمرية قيد البحث، ثم قاموا بإعداد الجلسات التي يتضمنها البرنامج الإرشادي، وذلك من خلال مسح مرجعي للمراجع العلمية والدراسات المتخصصة في البرامج الإرشادية، وبعد استطلاع رأي السادة المحكمين، تم وضع البرنامج الإرشادي، ويتحدد التكنيك المستخدم في تصميم البرنامج الإرشادي الموجه للشباب الجامعي بدولة الكويت، من خلال أسلوب التحليل في التصميم، والذي يطرح على مصمم البرنامج الإرشادي خمسة تساؤلات، وهي: (لماذا البرنامج؟ لماذا البرنامج؟ ماذا في البرنامج؟ كيف ينفذ البرنامج؟ متى ينفذ البرنامج؟)، ويفترض بعد الانتهاء من تطبيق البرنامج الإرشادي أن يكون كل شاب قد تمكن من مواجهة شائعات الإعلام الإلكتروني من خلال تحقيق الأهداف التالية:
- الأهداف الاجتماعية:
- الحفاظ على النسيج الاجتماعي للمجتمع.
- التمسك والحفاظ على العلاقات الاجتماعية.

- التواصل والتفاعل الإيجابي مع الآخرين
- تجنب إرسال الشائعات للآخرين.
- احترام آراء وثقافة الآخرين.
- نبذ مظاهر الكراهية والتعصب والكراهية داخل المجتمع.
- التمسك بالأعراف والمعايير والقيم الاجتماعية.
- المشاركة الإيجابية للشباب في الأنشطة الجامعية المختلفة وتقديم اقتراحات وحلول لمواجهة الشائعات.
- الأهداف النفسية:
  - التدريب على ضبط الانفعالات في المواقف المختلفة.
  - بث الثقة في النفس وفي الآخرين.
  - تغيير النظرة السلبية عن المجتمع.
  - التعبير الصريح عن المشكلات التي يواجهونها.
  - التعبير عن الذات.
  - التخلص من التوتر والخوف وعدم الشعور بالأمن والأمان.
  - ضبط النفس والأثران الانفعالي والتحكم في الغضب.
  - التحكم في إثارة المشاعر السلبية.
- الأهداف المعرفية:
  - الإلمام ببعض المفاهيم المرتبطة بالشائعات.
  - تصحيح المفاهيم والأفكار الخاطئة المرتبطة بالشائعات.
  - بث الوعي بآليات استخدام السليم والأمن لوسائل الإعلام الإلكتروني .
  - رفع الوعي بالمخاطر والآثار الضارة والسلبية للشائعات على للفرد والمجتمع.

- نشر ثقافة الرؤية النقدية لكل ما يتعرض له الفرد من أفكار وشائعات.
- التوعية بأهمية التحقق من الخبر أو نشره.
- بث الأفكار البناءة في عقول الشباب.
- تنمية مهارات التربية الإعلامية.
- إدراك مصدر الشائعة والفهم الصحيح لمحتواها المغلوط.
- الأهداف السلوكية:
  - التحكم في غلق المواقع الإلكترونية التي تنتشر الشائعات.
  - تجنب إعادة إرسال الشائعات للآخرين.
  - مواجهة الأفكار المضادة للمجتمع.
  - بنذ السلوك الانحرافي نحو المجتمع ونحو الآخرين
  - الترشيد الاقتصادي تجاه السلع محل الشائعة.
  - تكوين رأي عام مساند للمجتمع.
  - المشاركة في رفع وعي الآخرين بالمخاطر السلبية للشائعات.
  - مساعدة الآخرين في فهم المحتوى المغلوط والكاذب للشائعات.
  - العمل على نشر صورة ذهنية إيجابية نحو المجتمع.
- الأهداف الأخلاقية:
  - تجنب التشهير بسمعة الآخرين والحفاظ على كرامتهم.
  - التمسك بالقيم والأعراف والمعايير الاجتماعية.
  - التمسك بالقيم والثوابت الدينية.
  - نبذ الفتن والنعرات العرقية.
  - الحفاظ على وحدة وتماسك النسيج الاجتماعي للمجتمع.

- تبليغ الجهات المعنية بمصدر ومروجي الشائعات.
- إتباع أساليب الحكمة والدلائل العلمية لمواجهة الشائعات.
- الأهداف الثقافية:
  - نبذ المفاهيم الغربية عن المجتمع.
  - رفع الوعي المعرفي بخطورة أكاذيب الشائعات.
  - الحفاظ على الهوية الوطنية للمجتمع.
  - تكوين رأي عام مساند وداعم للمجتمع.
  - التمسك بالقيم والثوابت الدينية .
  - تجنب التشكيك في العقائد الدينية.
  - نشر ثقافة التسامح والتعايش السلمي.
  - الحفاظ على التراث الثقافي والقيمي للمجتمع.
- **كيفية تدريس البرنامج الإرشادي:** قام الباحثون بمجموعة من الخطوات لتدريس البرنامج الإرشادي، وذلك على النحو التالي:
  - إعداد وتصميم البرنامج وعرضه على السادة المحكمين لتحديد مدى ملائمته لعينة البحث وأهدافه، من حيث المدة الكلية للبرنامج الإرشادي، وعدد الجلسات الأسبوعية، وتحديد زمن الجلسة، وتحديد عدد الفقرات المناسبة لكل جلسة، ووضعها في صورته النهائية.
  - أخذ موافقة جامعة الكويت لتدريس البرنامج الإرشادي.
  - اختيار قاعة دراسية مناسبة من حيث توافر التهوية والإضاءة والسعة والوسائل السمعية والبصرية.
  - التمهيد التعرفي للبرنامج الإرشادي وأهدافه لدى العينة وتحديد مواعيد الجلسات الإرشادية.

- استخدام التكنيكات المناسبة لكل جلسة، مثل: العرض والتقديم، والمناقشة المفتوحة، والعصف الذهني، ولعب الأدوار، الحوار الجماعي، التعبير عن الذات.
- تطبيق استمارة تقييم الجلسات عقب كل جلسة.

(2) استمارة تقييم جلسات البرنامج الإرشادي: صمم الباحثون استمارة تقييم جلسات الإرشادي البرنامج لمواجهة شائعات الإعلام الإلكتروني لدى الشباب الجامعي في دولة الكويت، وتضمنت الاستمارة مجموعة من التساؤلات، وهي كالتالي:

1. ما هو رأيك في موضوع الجلسة؟
2. هل استفدت من هذه الجلسة؟ وماذا استفدت منها؟
3. هل لديك أي تساؤل يتم طرحه وتناوله في الجلسة؟
4. هل موضوع الجلسة تناسب معك؟
5. هل هناك الحاجات أخرى ترغب في رؤيتها في الجلسة؟
6. ما هي مقترحاتك لتحسين مستوى الجلسات القادمة؟

وتمثل الغرض منها في تحديد جدوى كل جلسة من جلسات البرنامج الإرشادي، مع مراعاة مرونة الجلسات طبقاً لما يرويه الشباب الجامعي في موضوعات الجلسات المقبلة، والتي لا تخرج عن البرنامج المحدد سلفاً.

(3) مقياس شائعات الإعلام الإلكتروني:

مصادر إعداد المقياس:

(أ) الاطلاع على التراث النظري فيما ورد حول شائعات الإعلام الإلكتروني: تم الاطلاع على ما ورد في الدراسات والبحوث والكتب والمراجع العلمية التي تناولت شائعات الإعلام الإلكتروني، مثل: دراسة (دعاك، 2018)، ودراسة (الشلاحي، 2018)، ودراسة (محمد،

- (2019)، ودراسة ( Hunt Alcott , 2019 )، ودراسة ( Alzahrani, 2020 )، ودراسة ( Kishore & Sinthiy, 2020 ) ودراسة (الشرييني، 2021)، ودراسة (علي، 2021).  
(ب) الاطلاع على بعض مقاييس الشائعات الإلكترونية والمرتبطة بها، مثل:  
1. مقياس العلاقة بين الشائعات الإلكترونية واستقرار الأمن الفكري للشباب، إعداد (الشرييني، 2020).  
2. مقياس إدراك الشائعات والمشاركة السياسية، إعداد (عبد المنعم، 2021).

#### الخصائص السيكومترية لمقياس شائعات الإعلام الإلكتروني:

- (أ) صدق المقياس: استخدم البحث عدة إجراءات للتحقق من صدق مقياس شائعات الإعلام الإلكتروني، وهي (الصدق المنطقي، وصدق المحكمين)، وهي كالتالي:  
- الصدق المنطقي: يقصد به مدى تمثيل المقياس للمجال الذي يقيسه، حيث صياغة عبارات المقياس في ضوء الإطار النظري للظاهرة في البحث الحالي، وكذلك المحاولات والدراسات السابقة التي وضعت أدوات لقياس مستوى شائعات الإعلام الإلكتروني لدى الشباب الجامعي.  
- صدق المحكمين: إن من أهداف البحث هو التعرف على مستوى شائعات الإعلام الإلكتروني لدى الشباب الجامعي في دولة الكويت، ولتحقيق ذلك أعد الباحثون مقياس شائعات الإعلام الإلكتروني، والذي تكون من سبعة أبعاد أساسية وهي (البُعد الاجتماعي - البُعد النفسي - البُعد المعرفي - البُعد السلوكي - بُعد المحتوى - البُعد الأخلاقي - البُعد الثقافي)، وتم عرض هذه الأبعاد المكونة لمقياس شائعات الإعلام الإلكتروني على السادة المحكمين وعددهم (10) في مجال الإعلام والإعلام التربوي وعلم الاجتماع، لتحديد مدى مناسبة الأبعاد لمقياس شائعات الإعلام الإلكتروني. وللاستفادة من أبعاد وعبارات مقاييس شائعات الإعلام الإلكتروني، تم تعديد عبارات مكونة لكل بُعد، حيث ضم البُعد

الاجتماعي (12) عبارة ، والبُعد النفسي (12) عبارة، والبُعد المعرفي (12) عبارة، والبُعد السلوكي (12) عبارة، و بُعد المحتوى (12) عبارة، والبُعد الثقافي (12) عبارة، وتم عرض تلك العبارات على السادة المحكمين لتحديد مدى مناسبتها للبُعد المكون لمقياس شائعات الإعلام الإلكتروني.

**جدول (1):** نسبة آراء السادة المحكمين حول تحديد أبعاد مقياس شائعات الإعلام الإلكتروني  
ن = 10

م	الأبعاد	غير موافق	إلى حد ما	موافق	نسبة الاتفاق
1	الاجتماعي	2		8	%80
2	النفسي	1		9	%90
3	المعرفي	3		7	%70
4	السلوكي	-		10	%100
5	المحتوي	8		2	%20
6	الأخلاقي	1		9	% 90
7	الثقافي	3		7	%70

إتضح من الجدول رقم (1) نسبة آراء السادة المحكمين حول تحديد أبعاد مقياس شائعات الإعلام الإلكتروني بدولة الكويت، وقد حصلت الأبعاد (الاجتماعي، النفسي، المعرفي، السلوكي، الأخلاقي، الثقافي) على أعلى نسبة للآراء وبلغت (70% الى 100%) بينما بلغ بُعد المحتوى على نسبة (60%) وقد أرتضى الباحث نسبة موافقة 70% فما فوق، لقبول الأبعاد المكونة لمقياس شائعات الإعلام الإلكتروني، لذا تم الإبقاء على جميع الأبعاد باستثناء بُعد (المحتوى).

(ب) ثبات المقياس: استخدم البحث عدة إجراءات للتحقق من ثبات مقياس شائعات الإعلام الإلكتروني، وهي (الاتساق الداخلي، والتجربة النصفية) وهي كالتالي:

- الاتساق الداخلي للمقياس: يقصد به الاتساق الداخلي كل بُعد من أبعاد المقياس مع الدرجة الكلية للمقياس، فقد استخدم البحث حساب معاملات الارتباط بين درجات كل بُعد للمقياس.

**جدول (2):** معاملات الارتباط بين درجات كل بُعد لمقياس شائعات الإعلام الإلكتروني والدرجة الكلية للمقياس  $n = 20$

م	الأبعاد	عدد العبارات	معامل الارتباط	الدلالة
1	الاجتماعي	10	0.84	دال
2	النفسي	10	0.78	دال
3	المعرفي	10	0.73	دال
4	السلوكي	10	0.72	دال
5	الأخلاقي	10	0.75	دال
6	الثقافي	10	0.77	دال

قيمة (ر) الجدولية عند مستوى (0.05) = 0.632

إتضح من الجدول رقم (2) أن معاملات الارتباط بين الأبعاد والدرجة الكلية للمقياس دالة إحصائياً عند مستوى (0.05) ، مما يدل على صدق المقياس لما وضع من أجله.

- طريقة التجزئة النصفية: قام الباحثون باستخدام طريقة التجزئة النصفية لإجابات عينة البحث بالنسبة لكل بُعد باستخدام معادلة سبيرمان - براون Spearman- Prawn، وجتمان Guttman لايجاد معامل الارتباط بين العبارات الزوجية والعبارات الفردية لكل بُعد، والجدول التالي يوضح ذلك.



جدول (3): معامل الثبات بالتجزئة النصفية لمحاور عبارات مقياس شائعات الإعلام الإلكتروني ن = 20

م	الأبعاد	عدد العبارات	التجزئة النصفية	
			سبيرمان	جتمان
1	الاجتماعي	10	0.75	0.69
2	النفسي	10	0.87	0.85
3	المعرفي	10	0.72	0.75
4	السلوكي	10	0.76	0.73
5	الأخلاقي	10	0.75	0.72
6	الثقافي	10	0.74	0.77

قيمة (ر) الجدولية عند مستوى (0.05) = 0.632

إتضح من الجدول رقم (3) أن معاملات الارتباط للمحاور بين نصفي المقياس قد تراوحت ما بين (0.72-0.87) بمعادلة سبيرمان - براون، وقد تراوحت بين (0.69 - 0.85) بمعادلة جتمان، مما يدل على أن المقياس ذو معامل ثبات عالي. مفتاح تصحيح المقياس: تم حصر الاستجابات لعينة البحث بمقياس ثلاثي (غير موافق - موافق - إلى حد ما)

العبارات	موافق	إلى حد ما	غير موافق
العبارات الإيجابية	3	2	1
العبارات السلبية	1	2	3

#### حدود البحث:

**الحدود المكانية:** يتحدد المجال الجغرافي (المكاني) للبحث الحالي في جامعة دولة الكويت.  
**الحدود الزمنية:** تم تطبيق جلسات البرنامج الإرشادي لمواجهة شائعات الإعلام الإلكتروني على مدى ثلاثة شهور، بإجمالي (18) جلسة، بواقع جلستين أسبوعياً، وذلك في الفترة ما بين

بداية شهر سبتمبر (2021 م) حتى نهاية شهر ديسمبر (2021 م)، ثم تبعه القياس التتبعي بعد مضي شهرين في أوائل شهر مارس (2022 م).

**أساليب المعالجة الإحصائية:** استخدم البحث برنامج SPSS الاحصائي للرزم الاجتماعية، حيث يتناسب هذا البرنامج مع متغيرات البحث الحالي، وتمثلت المعاملات الإحصائية المستخدمة في الآتي:

- المتوسطات الحسابية. - الانحراف المعياري. - النسب المئوية. - معاملات الارتباط.
- معامل الصدق، عن طريق الصدق المنطقي وصدق المحكمين.
- معامل الثبات، عن طريق التجزئة النصفية وقيمة معاملي ارتباط سبيرمان وجتمان.
- حساب دلالة الفروق بين متوسطي القياسين القبلي والبعدي لمتغيرات البحث "ت" T test
- حساب معدلات التحسن في: مستوى شائعات الإعلام الإلكتروني.

$$\text{معدل التحسن} = \frac{\text{القياس البعدي} - \text{القياس القبلي}}{100 \times}$$

القياس القبلي

## النتائج

**الفرض الأول:** نص الفرض الأول على الآتي: "توجد فروق بين متوسطات درجات الشباب الجامعي "المجموعة التجريبية" على مقياس شائعات الإعلام الإلكتروني بأبعاده المختلفة ( قبل / بعد) تطبيق البرنامج الإرشادي لصالح التطبيق البعدي للمجموعة التجريبية عند مستوى دلالة (0.05)".

وللتحقق من صحة هذا الفرض تم استخدام معامل "ت" T test من خلال برنامج تحليل الرزم الاجتماعية SPSS.

**جدول (4):** دلالة الفروق بين متوسطات درجات الشباب الجامعي "المجموعة التجريبية" على مقياس شائعات الإعلام الإلكتروني بأبعاده المختلفة (قبل / بعد) تطبيق البرنامج الإرشادي ن=60

الابعاد	القياس القبلي		القياس البعدي		الفروق بين المتوسطين	نسبة التحسن	قيمة (ت)
	متوسط	انحراف	متوسط	انحراف			
الاجتماعي	2.65	0.95	7.26	0.66	4.61	63.49%	4.59
النفسي	2.85	0.75	6.95	0.51	5.10	73.38%	4.63
المعرفي	2.64	0.44	6.79	0.39	4.15	61.11%	3.58
السلوكي	3.08	0.39	7.52	0.51	4.44	59.04%	3.62
الأخلاقي	2.69	0.61	6.97	0.19	4.28	61.40%	3.49
الثقافي	2.67	0.75	7.21	0.82	4.54	62.96%	3.55

قيمة "ت" الجدولية عند مستوى معنوية  $0.05 = 2.262 = *$  دال

إتضح من الجدول رقم (4) وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين درجات القياس القبلي والبعدي للمجموعة التجريبية على مقياس شائعات الإعلام الإلكتروني لدى الشباب الجامعي بدولة الكويت، حيث فاقت قيم "ت" المحسوبة قيمتها الجدولية عند درجة حرية (59) ومستوى معنوية (0.05)، مما يدل على فاعلية البرنامج الإرشادي في تحسن المجموعة التجريبية لصالح القياس البعدي.

كما إتضح من الجدول رقم (4) ارتفاع نسبة التحسن للمجموعة التجريبية بعد تطبيق البرنامج الإرشادي، حيث جاءت أعلى نسبة تحسن للبعد النفسي (73.38%)، يليها البعد الاجتماعي (63.04%)، ثم البعد الثقافي (62.96%)، ثم البعد الأخلاقي (61.40%)، ثم البعد المعرفي (61.11%)، وأخيراً البعد السلوكي (59.04%) وتتفق تلك النتائج مع دراسة كل من (دعاك، 2018) إلى تنمية الوازع الديني والخلفي بين أفراد المجتمع للحد من نشر الشائعات، كما أكدت نتائج دراسة (Alzahrani, 2020) على أهمية التوعية لمستخدمي

منصات التواصل الاجتماعي، كذلك ما توصلت إليه نتائج دراسة (علي، 2021) من وضع تصور مقترح من منظور طريقة تنظيم المجتمع لمواجهة مخاطر انتشار الشائعات الإلكترونية، وما أكدت عليه دراسة (علي، 2021) من أهمية الأدوار التي يقوم بها الأخصائي الاجتماعي في تنمية وعي الشباب الجامعي للتخفيف من آثار الشائعات الإلكترونية.

**الفرض الثاني:** نص الفرض الثاني على الآتي: "لا توجد فروق بين متوسطات درجات الشباب الجامعي المجموعة التجريبية (ذكور - إناث) على مقياس شائعات الإعلام الإلكتروني بأبعاده المختلفة بعد مضي شهرين من التعرض للبرنامج الإرشادي المقترح عند مستوى دلالة (0.05)".

وللتحقق من صحة هذا الفرض تم استخدام معامل "ت" T test من خلال برنامج تحليل الرزم الاجتماعية SPSS.

**جدول (5):** دلالة الفروق بين القياسين البعديين لدى المجموعة التجريبية (ذكور - إناث) على أبعاد مقياس شائعات الإعلام الإلكتروني لدى الشباب الجامعي بعد مضي شهرين من التعرض للبرنامج الإرشادي ن = 60

القيم (ت)	نسبة التحسن	الفروق بين المتوسطين	المجموعة التجريبية إناث		المجموعة التجريبية ذكور		الأبعاد
			انحراف	متوسط	انحراف	متوسط	
4.29	%14.34	1.04	0.21	6.21	0.24	7.25	الاجتماعي
4.32	%20.00	1.31	0.23	5.24	0.11	6.55	النفسي
4.29	%21.90	1.47	0.28	5.24	0.19	6.71	المعرفي
4.10	%31.45	2.34	0.34	5.10	0.24	7.44	السلوكي
4.39	%26.41	1.73	0.21	4.82	0.26	6.55	الأخلاقي
4.32	%35.65	2.46	0.26	4.44	0.21	6.90	الثقافي

قيمة "ت" الجدولية عند مستوى معنوية  $0.05 = 2.262 = *$  دال

إتضح من الجدول رقم (6) وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين درجات المجموعة التجريبية (ذكور - إناث) على مقياس شائعات الإعلام الإلكتروني لدى الشباب الجامعي بدولة الكويت بعد مضي شهرين من التعرض للبرنامج الإرشادي، حيث فاقت قيم "ت" المحسوبة قيمتها الجدولية عند درجة حرية (59) ومستوى معنوية (0.05)، مما يدل على تحسن المجموعة التجريبية (الذكور) عن المجموعة التجريبية (الإناث).  
وتتفق تلك النتائج مع دراسة كل من (دعاك، 2018)، ودراسة (الشلاحي، 2018)، ودراسة (محمد، 2019)، ودراسة (Hunt Alcott , 2019)، ودراسة ( Alzahrani, 2020)، ودراسة (Kishore & Sinthiy, 2020) ودراسة (الشرييني، 2021)، ودراسة (علي، 2021).

### التوصيات

- رفع وعي الشباب للتمييز بين الحقائق والمعلومات الصحيحة وبين الحقائق والمعلومات غير الصحيحة.
- تنمية وعي مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي حول المعلومات المتداولة على الشبكات الرقمية.
- تطبيق مبدأ الشفافية في الأجهزة المعنية وسرعة تقديم المعلومة الصحيحة للمتلقي وذلك بهدف تقليص الدور السلبي للشائعات.
- ضرورة إنشاء صفحات مضادة للتصدي والرد على مروجي الشائعات، والتأكيد على متابعة ومراقبة مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي.
- إنشاء مركز علمي خاص لمكافحة ترويج الشائعات الإلكترونية التي تستهدف قطاعات الشباب والأمن ونظام الدولة وطرق الوقاية منها.

- التعاون مع منظمات المجتمع المدني للتصدي لظاهرة نشر الشائعات.

### بحوث مقترحة:

- إجراء بحوث ودراسات تجريبية لمواجهة آثار الشائعات الإلكترونية.
- إجراء بحوث ودراسات تجريبية للمداخل النفسية والاجتماعية في مواجهة شائعات الإعلام الإلكتروني.
- إجراء بحوث ودراسات تجريبية للتخفيف من الآثار السلبية لشائعات الإعلام الإلكتروني.

### المراجع

- إبراهيم، محمد فتحي (2014): تكنولوجيا شبكات التواصل الاجتماعي، المنوفية، الأمانة للطبع والنشر.
- إسماعيل، ممدوح: مفهوم المجال العام: قراءة تحليلية في النشأة والتطور. مجلة العلوم الاجتماعية، مجلس النشر العلمي بجامعة الكويت، الكويت، المجلد (41)، العدد (4) (2013).
- الحسن، إحسان (2005): النظريات الاجتماعية المتقدمة، عمان، الأردن، دار وائل للنشر.
- خضر، نرمين زكريا (2009): الآثار النفسية والاجتماعية لاستخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية "دراسة على موقع الفيس بوك"، المؤتمر العلمي "الأسرة والإعلام وتحديات العصر"، الفترة 15 - 17 فبراير 2009، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- دعاك، انتصار موسى (2018): الشائعات الإلكترونية وتأثيرها على الرأي العام، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، المملكة العربية السعودية.

الدقناوي، شادية محمد جابر: الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على الأمن الفكري لدى الشباب، مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، العدد (75) (2021).

ذياب، انتصار (2011): استخدام التقنيات الحديثة في الشائعات، أعمال ندوة أساليب مواجهة الشائعات، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، المملكة العربية السعودية.

رشاد، وليد (2007): المتغيرات الفاعلة في المجال العام الافتراضي "رؤية سوسولوجية، المؤتمر السنوي الحادي والعشرين للبحوث السياسية" تحولات المجال العم في مصر: تنامي الصراع ومستقبل التوافق الاجتماعي، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، جامعة القاهرة.

روبيرتس، إيمي هايت (2004): من الحداثة إلى العولمة "رؤى ووجهات نظر في قضية التطور والتغيير الاجتماعي، ترجمة سمير الشبكي، القاهرة، عالم المعرفة، الجزء الأول، العدد (309).

الشربيني، سامي محمد الديداموني: العلاقة بين الشائعات الإلكترونية واستقرار الأمن الفكري للشباب من منظور العلاج العقلاني الانفعالي السلوكي في خدمة الفرد، مجلة دراسات في الخدمة الاجتماعية والعلوم الإنسانية، المجلد (2)، العدد (50) (2020).

شفيق، حسنين (2015): الإعلام الجديد والجرائم الإلكترونية، القاهرة، فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع.

الشلحي، عبد الإله عوض مطلق (2018): دور الإعلام الجديد في التوعية من الجرائم الإلكترونية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، المملكة العربية السعودية.

شنك، سعد عبد الحليم (2004): الاتصالات للشباب ومحاورتهم.

[http://www.Laune.Edu/youth\\_leadership](http://www.Laune.Edu/youth_leadership)

صادق، عباس مصطفى (2011): الإعلام الجديد - دراسة في مداخله النظرية وخصائصه العامة. البوابة العربية لعلوم الإعلام والاتصال، ص9. نقلاً عن:  
Nicholas Negroponte, Being Digital. Publisher Vintage, USA. 1996.  
P.37.

طربوش، نبهة (2016): الشائعات وأثرها على المجتمع، دار ناشري للنشر الإلكتروني.

عبد الحافظ، نادية محمد: الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بمستوى القلق السياسي لدى الشباب المصري، بحث منشور، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد (19)، العدد (1)، (2019).

عبد المنعم، مروى عصام صلاح (2015): الإعلام الإلكتروني "الأسس وآفاق المستقبل"، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، دار الإعصار للنشر والتوزيع.

علي، محمد بدر صابر: المخاطر الناتجة عن انتشار الشائعات الإلكترونية على مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي ومقترحات مواجهتها من منظور تنظيم المجتمع، مجلة دراسات في الخدمة الاجتماعية، القاهرة، الجزء الثاني، العدد (55)، (2021).

علي، محمود على طه: إسهامات طريقة العمل مع الجماعات في التخفيف من آثار الشائعات الإلكترونية لدى الشباب الجامعي، المجلة العلمية للخدمة الاجتماعية، المجلد الأول، العدد (14)، (2021).

العمر، معن خليل (1997): نظريات معاصرة في علم الاجتماع، عمان، الأردن.

عويس، محمد محمود (2001): البحث العلمي في الخدمة الاجتماعية، القاهرة، دار النهضة العربية.

عويس، محمد محمود (2001): البحث العلمي في الخدمة الاجتماعية، القاهرة، دار النهضة العربية.

غسان، خالد (2013): ثورة الشبكات الاجتماعية، الأردن، الطبعة الأولى، دار النفائس للنشر.



الكحكي، عزة مصطفى (2009): استخدام الإنترنت وعلاقته بالوحدة النفسية وبعض العوامل الشخصية لدى عينة من الجمهور بدولة قطر، بحث منشور، أبحاث المؤتمر الدولي، "الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة... لعالم جديد" من 7-9 أبريل 2009م، جامعة البحرين، البحرين.

كرم الدين، ليلى أحمد السيد (1995): برنامج لتنمية المهارات العقلية واللغوية للأطفال، مؤتمر التربية للفئات الخاصة، وزارة التربية والتعليم، القاهرة.

لطفى، كمال (1999): النظرية المعاصرة في علم الاجتماع، القاهرة، دار غريب.

ليلة، على (1990): الشباب في مجتمع متغير (تأملات في ظواهر الأحياء والعنف)، سلسلة علم الاجتماع المعاصر رقم (84)، القاهرة، مكتبة الحرية الحديثة.

محمد، عصام رمضان (2019): آثار الشائعات الإلكترونية والجرائم المعلوماتية وآليات مواجهتها، المؤتمر العلمي السادس "القانون والشائعات"، كلية الحقوق، جامعة طنطا.

Alzahrani, Asmaa: Electronic Rumors of the Corona 19 Pandemic and its Impact on Psychological Reassurance in a Sample of the Society of Prince Sattam Bin Abdul-Aziz University, Journal in the field of pharmacy, Vol. 42, No.13 (2020).

Hunt Allcott, Matthew Gentzkow and Chuan Yu: Trends in the diffusion of misinformation on social media. Research & Politics, Vol.6, No.2, (2019).

R. Hepzibah Gnana Sinthiya and K. Kishore: Digital Rumors Among Netizen, Studies in Indian Place Names, (UGC Care Journal), vol.40, Issue18.7 (2020).

**THE EFFECTIVENESS OF A SUGGESTED  
COUNSELING PROGRAM TO ADDRESS  
ELECTRONIC MEDIA RUMORS AMONG  
UNIVERSITY YOUTH IN THE STATE OF KUWAIT  
A COMPARATIVE STUDY BETWEEN  
MALES AND FEMALES**

**Badr A. A. Al-Brazy<sup>(1)</sup>; Ahmed M. Al-Attik<sup>(2)</sup>; Mostafa I. Awad<sup>(2)</sup>  
and Fayez M. Al-Thofiry<sup>(3)</sup>**

1) Post graduate student at Faculty of Graduate Studies and Environmental Research, Ain Shams University 2) Faculty of Graduate Studies and Environmental Research, Ain Shams University 3) Faculty of Mass Communication, Kuwait University

**ABSTRACT**

The aim of the research is to verify the effectiveness of a proposed counseling program to address electronic media rumors among university youth in the State of Kuwait, the research relied on the experimental method, and used tools prepared by the researchers, namely: the electronic media rumors scale, which included (6) dimensions, (the social dimension, the psychological dimension, the cognitive dimension, the behavioral dimension, the moral dimension, and the cultural dimension), a proposed program to confront electronic media rumors, and a form for evaluating the sessions of the proposed counseling program. The research was applied to a sample of university

youth in the State of Kuwait, consisting of (120) items Males and females, ages (20-22 years), the sample was distributed equally into two groups (experimental group and control group) equally (60) females for the experimental group, (60) females for the control group.

The results of the research reached to prove the validity of the hypotheses in the effectiveness of a proposed counseling program to address electronic media rumors among university youth in the State of Kuwait.