

## إدراك الشباب الجامعي لمخاطر التعرض للمضمون الإخباري عبر مواقع التواصل

د. فاطمة شعبان محمد\*

### ملخص الدراسة

هدفت الدراسة إلى تحليل المتغيرات التي من خلالها يدرك الشباب الطريقة التي يؤثر بها المضمون الإخباري المقدم عبر مواقع التواصل الاجتماعي على أنفسهم وعلى الآخرين، حيث تفترض الدراسة الحالية حدوث تأثير الشخص الثالث (Third-Person Effect) بين مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، وتحديدًا ما يتعلق بالمضمون الإخباري المنشور عبرها، وذلك من خلال تأثير المتغيرات الوسيطة: الجهل الجمعي (pluralistic ignorance) والتفرد (Uniqueness)، وتم اختيار عينة الدراسة الميدانية وفقًا لأسلوب العينة العمدية المتاحة (Purposive Sample)، حيث تم تطبيق الاستمارة إلكترونيًا على عينة قوامها 360 شابًا.

توصلت الدراسة إلى أنه على الرغم من ارتفاع اعتماد الشباب على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على الأخبار؛ إلا أن عددًا قليلًا من الشباب يتقون بدرجة كبيرة في المضمون الإخباري المقدم عبر مواقع التواصل الاجتماعي، كما تبين من نتائج الدراسة أن اتجاه الشباب الجامعي نحو المضمون الإخباري المقدم عبر مواقع التواصل الاجتماعي كان بشكل عام اتجاهًا محايدًا.

كما أظهرت نتائج الدراسة تأثير الشخص الثالث؛ حيث تبين أن الشباب يرون اتجاه الآخرين نحو المضمون الإخباري المقدم عبر مواقع التواصل الاجتماعي أكثر إيجابية من اتجاههم أنفسهم تجاه هذا المضمون، كما تبين أن الشباب يرون التأثيرات السلبية للمضمون الإخباري المقدم عبر مواقع التواصل الاجتماعي تكون على الآخرين أكثر من تأثيرها على ذواتهم.

وعلى الرغم من عدم وجود اختلاف بين الشباب حسب متغيرات الدراسة (النوع، والمرحلة العمرية، ودرجة الإجماع) في إدراكهم للتأثيرات السلبية للمضمون الإخباري لمواقع التواصل الاجتماعي على الذات، إلا أنه ظهرت فروق دالة إحصائية حسب متغير الإحساس بالتفرد لصالح ذوي الإحساس المرتفع بالتفرد.

كما أتضح من الدراسة أن لاتجاه الباحثين نحو المضمون الإخباري المقدم عبر مواقع التواصل الاجتماعي تأثيرًا على إدراكهم للتأثيرات السلبية لهذا المضمون؛ حيث تبين أن هذا التأثير يزداد لدى الذكور الأصغر سنًا ذوي الإحساس المنخفض بالإجماع والتفرد.

كما توصلت الدراسة الميدانية إلى أن 88.1% من الشباب يؤيدون فرض رقابة على المضمون الإخباري المقدم عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث تبين أن الإناث هن الأكثر تأييدًا من الذكور لفرض هذه الرقابة، وأن الأكثر إدراكًا لتأثير الشخص الثالث هم الأكثر تدعيمًا لفكرة فرض الرقابة أو فرض القيود على المضمون الإخباري لمواقع التواصل الاجتماعي.

\*الأستاذ المساعد بقسم الإذاعة والتلفزيون بالمعهد الدولي للعالي للإعلام \_ أكاديمية الشروق

## **The Extent of Awareness of Young Academics of the Dangers of Exposure to News Content on Social Networks**

### **Summary**

This study aims to analyze the variables through which young people realize how news content presented on social networking sites affects them and others where the present study assumes the taking place of the third-person effect among the users of the social networking sites particularly in respect of that which relates to the news content published through them where this happens through the effect of the intermediate variables including the pluralistic ignorance and uniqueness. The field study sample was selected in accordance with the purposive sample method. Accordingly, the form has been sent electronically to a sample including 360 youths.

The study concluded that despite young people's increased reliance on social media to get the news, a small number of young people trust the press content received through social media. According to the results of the study, the tendency of young academics towards news content via social media is generally neutral.

In addition, the results of the study show the third person effect where it is indicated that young people view others' tendencies towards news content presented through social media as more positive than the tendency young people adopt by themselves towards this content. Moreover, young people see that the negativity of the press content they receive via social media has a more negative effect on others than on the young people themselves.

Although there is no difference among young people according to the variables of the study (gender, time of life and unanimity) in their awareness of the negative effects of the press content of the social media on the self, there appeared statistically significant differences based on the sense of uniqueness in the case of people with elevated sense of uniqueness.

The study indicated that the examined individuals' orientation towards the news content presented through social media increases in the case of the individuals with low sense of unanimity and uniqueness.

The field study indicated that 88.1% of young people support the requirement of subjecting the news content of social media censorship since it is shown that girls support this censorship more than the boys. It also showed that those who are strongly aware of the third-person effect are strongly supporting the idea of imposing censorship or restrictions on the social media's press content.

## (1) مقدمة منهجية وإجرائية

### (1 - 1) موضوع الدراسة

شهد العالم المعاصر ثورة من التغيرات في شتى المجالات والتقنيات، ومن أخص مظاهرها تعاظم الانترنت على المستوى الدولي مع تنوع استعمالاته، وازدياد عدد المستخدمين له من قبل شرائح المجتمع المختلفة، وقد ساهمت التطورات الملحوظة في شبكة الانترنت بدورها في إيجاد هيكل جديد من الإعلام لدى الخبراء حتى أنهم أطلقوا عليه الإعلام الجديد، أو الإعلام البديل والذي يشمل مواقع التواصل الاجتماعي.

هذا، وقد أحدثت مواقع التواصل الاجتماعي تطورا كبيرا \_ ليس فقط \_ في تاريخ الإعلام، وإنما في حياة الأفراد على المستوى الشخصي والاجتماعي والسياسي، وجاءت لتشكّل عالما افتراضيا يفتح المجال على مصراعيه للأفراد والتجمعات والتنظيمات بمختلف أنواعها، لإبداء آرائهم ومواقفهم في القضايا والموضوعات التي تهمهم بحرية غير مسبوقه<sup>(1)</sup>. كما ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في تبادل الآراء والأفكار والخبرات بين المشاركين حول مختلف القضايا، كونها ساحات مفتوحة للحوار والمناقشة<sup>(2)</sup>.

لذلك أصبح من الضروري دراسة الاختلافات في التأثيرات المتصورة لمواقع التواصل الاجتماعي على كلٍّ من الذات والآخرين لتوفير إدراك أعمق وأكثر حداثة لنظرية لتأثير الشخص الثالث، مع الأخذ في الاعتبار اتساع شعبية مواقع التواصل الاجتماعي بسبب تعدد أنماط الاستخدام الكثيفة والقدرات التكنولوجية المتأصلة في هذه البيئة الاتصالية الجديدة<sup>(3)</sup>. وتفاوتت إمكانية الوصول إلى المعلومات والتحكم فيها، وصار من المحتمل أن يبالغ مستخدمو مواقع التواصل الاجتماعي في تقدير تأثيرات المضمون الإخباري المقدم عبر هذه المنصات والمواقع على الآخرين فضلا على أنفسهم. ويعتمد هذا التوقع على فكرة أن الأفراد يميلون عموما إلى إدراك أنفسهم في أفضل حال ممكن وعدم الاعتراف بالخضوع للتأثير الإعلامي كما افترض دافيسون في نظريته (1983).

فإن كان الأفراد ينظرون إلى المضمون الإخباري المقدم عبر مواقع التواصل الاجتماعي على أنه ينتج عنه تأثيرات سلبية وضارة على المستخدمين، فسينتج عن ذلك تباين أكبر في تأثير هذا المضمون على أنفسهم مقابل الآخرين. أي أنه كلما نظر مستخدمو مواقع التواصل الاجتماعي إلى التأثيرات السلبية للمضمون الإخباري المقدم عبر هذه المنصات فسيقول تقريرهم عن تأثيرها على أنفسهم، ويزداد الإبلاغ عن التأثير السلبي لهذا المضمون على الآخرين. وتستند هذه العلاقة المتوقعة إلى دوافع تعزيز الذات المنبثقة من مفهوم الجهل الجمعي (pluralistic ignorance)، حيث يشير مفهوم الجهل الجمعي إلى أن الأفراد يعتقدون أن آراءهم لا يتمسك بها معظم الآخرين، ويتوقع من هذا المفهوم أن الفرد الذي يدرك توافقاً منخفضاً بين رأيه والآخرين من المرجح أن يدرك تأثير الشخص الثالث. كما وجدت أبحاث التفرد (Uniqueness) أن الأفراد يقللون من أهمية قواسمهم المشتركة مع الآخرين في المواقف والسلوكيات، فالأشخاص الذين يرون أنفسهم بشكل عام متفردين في قدراتهم ومواقفهم قد يكونون أكثر عرضة لأن يروا أنفسهم أقل تأثرا بوسائل الإعلام من الآخرين، وهو ما قد يكون طريقة أخرى لرؤية أنفسهم على أنهم أكثر تميزا وتفردا.

لذا تستهدف الدراسة الحالية تحليل المتغيرات التي من خلالها يدرك الشباب (لأنهم الأكثر استخداماً لمواقع التواصل الاجتماعي) الطريقة التي يؤثر بها المضمون الإخباري المقدم عبر مواقع التواصل الاجتماعي على أنفسهم وعلى الآخرين.

### (1 - 2) مشكلة الدراسة

انطلاقاً من نظرية تأثير الشخص الثالث التي تفترض أن الأفراد يميلون إلى التقليل من تأثير وسائل الإعلام على أنفسهم مقارنة بتأثيرها على الآخرين، تفترض الدراسة الحالية حدوث تأثير الشخص الثالث بين مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، وتحديد ما يتعلق بالمضمون الإخباري المنشور عبرها. ويتحدد تساؤل الدراسة الرئيسي في: هل يميل الشباب إلى تصور أنفسهم على أنهم أكثر تأثراً من الآخرين بالمضمون الإخباري المقدم عبر مواقع التواصل الاجتماعي أم لا؟ كما تهتم الدراسة الحالية بدراسة تأثير الشخص الثالث من خلال كل من نظرية الجهل الجمعي (pluralistic ignorance) ومفهوم التفرد (Uniqueness)، وكلاهما من المفاهيم التي لم تزل بعيدة عن اهتمام الباحثين في دراسة تأثير الشخص الثالث، لذا تتساءل الدراسة: هل تؤثر متغيرات الجهل الجمعي والتفرد على إدراك المبحوثين لتأثير المضمون الإخباري المقدم عبر مواقع التواصل الاجتماعي على ذاتهم وعلى الآخرين؟

### (1 - 3) أهمية الدراسة

1. على الرغم من التقدم المستمر في تقنيات مواقع التواصل الاجتماعي التي تتيح للمستخدمين تحكماً أكبر في تبادل المعلومات وتخصيص المحتوى والتفاعلية، إلا أن عدداً قليلاً من الدراسات التي اهتمت بالتأثيرات السلوكية لمواقع التواصل الاجتماعي على مستخدميها، وكذلك عدداً قليلاً من الدراسات اهتمت بدراسة التأثيرات المتصورة لمواقع التواصل الاجتماعي على المستخدمين أنفسهم مقابل الآخرين، خاصة ما يتعلق بالمضمون الإخباري المقدم عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

2. اختبار صحة فروض نظرية تأثير الشخص الثالث (التي تم تطبيقها على نطاق واسع في سياق وسائل الإعلام التقليدية مثل: الصحافة والراديو والتلفزيون) في إطار مواقع التواصل الاجتماعي التي تعزز تبادل المعلومات والأفكار.

3. ركزت الدراسات المتعلقة بتأثير الشخص الثالث بشكل أساسي على المواقف والنوايا السلوكية، غير أن الدراسة الحالية تساهم في أدبيات تأثير الشخص الثالث، كونها تدرس تأثير الشخص الثالث في سياق نظرية الجهل الجمعي ومفهوم التفرد.

### (1 - 4) الإطار النظري للدراسة

اعتمدت الدراسة في أساسها النظري وبناء فروضها على نظرية تأثير الشخص الثالث ونظرية الجهل الجمعي ومفهوم التفرد.

### نظرية تأثير الشخص الثالث The Third-Person Effect

نظرية تأثير الشخص الثالث التي وضعها فيليبس دافيسون (Phillips Davison)، والتي تفترض أن الأفراد يميلون لتقدير تأثير وسائل الإعلام على اتجاهات وسلوك الآخرين أكثر مما تحدثه عليهم أنفسهم، وهو ما يؤدي إلى رد فعل سلوكي لحماية الآخرين من التأثيرات الناتجة عن التعرض لوسائل الاتصال<sup>(4)</sup>.

وقد عرف دافيسون تأثير الشخص الثالث بأنه: ما يحدث عندما يدرك الفرد أن محتوى الرسائل الإعلامية له تأثير قوي على الأفراد الآخرين، بدرجة أكبر من تأثير محتواها على الذات، فإن هذا بالتالي يؤدي إلى سلوك لاحق مبني على هذا التصور<sup>(5)</sup>. وأن الناس يميلون إلى الاعتقاد بأن الآخرين أكثر تأثراً برسائل وسائل الإعلام أكثر من ذواتهم، وقد يؤدي هذا الإدراك إلى نتائج إدراكية وسلوكية، مثل دعم الرقابة على محتوى وسائل الإعلام<sup>(6)</sup>. فأفراد الجمهور يدركون أن التأثير الأعظم للرسائل الإعلامية لا يقع عليهم (الشخص الأول) ولا على أقرانهم الذين يشبهونهم (الشخص الثاني)، وإنما يقع على الآخرين (الشخص الثالث)، الذي يبعدون عنهم مسافة اجتماعية أو يختلفون عنهم<sup>(7)</sup>. لكن عندما تكون الرسائل إيجابية فإن الأفراد يميلون إلى القول بأنهم أكثر تأثراً بالرسالة من الآخرين، وهذا ما يسمى بالتأثير العكسي للشخص الثالث أو ما يسمى بتأثير الشخص الأول "First Person Effect" متلازماً مع تأثير الشخص الثالث "Third Person Effect"، ويحدث هذا في المواقف التي ينظر فيها إلى الرسالة الإعلامية على أنها إيجابية أي لها نتائج مفيدة ومرغوبة اجتماعياً. أي أن الشخص الذي يتعرض لموقف اتصالي إيجابي مقنع عن طريق الرسائل الإعلامية يراه أكثر تأثيراً عليه من الآخرين<sup>(8)</sup>.

#### فروض نظرية تأثير الشخص الثالث

– **الفرض الإدراكي:** ويطلق عليه أيضاً التحيز الإدراكي، ويعني تحيز الفرد لذاته عند تقديره لتأثير المضامين الإعلامية، فمحتوى الرسائل السلبية يفترض أنها تؤثر على الآخرين بدرجة أكبر من التأثير على الذات، في حين يفترض أن يحدث عكس ذلك عندما تكون هذه الرسائل إيجابية<sup>(9)</sup>. وهنا يحدث الاختلاف بين تأثير المضامين الإعلامية على الذات وعلى الآخرين في إطار محورين:

○ الأول: يتعلق بالمبالغة في تقدير تأثير الرسائل على الآخرين.

○ الثاني: يتعلق بالتقليل من تأثير الرسائل على الذات، وبالتالي يميل الفرد إلى إعلاء ذاته.

– **الفرض السلوكي:** وجد دافيسون أن الناس تويد فرض القيود على المضامين الإعلامية التي لها تأثير ضار على الآخرين، فالأكثر إدراكاً لتأثير الشخص الثالث هم الأكثر تديماً لفكرة الرقابة أو القيود على المضامين الإعلامية<sup>(10)</sup>.

وعلى الرغم من أهمية نظرية الشخص الثالث في تفسير إدراك الرأي العام لعمليات تأثيرات الرسائل الاتصالية المختلفة، إلا أنه يجب بحث العوامل المؤثرة في إدراك أفراد الجمهور<sup>(11)</sup>؛ حيث يعزو الباحثون إدراك تأثير الشخص الثالث استناداً إلى مجموعة من الدوافع والمدرجات التي تؤدي إلى اختلاف تقييم الأفراد لتأثير الرسائل الإعلامية على الذات والآخرين، لكنها لم تحظ بالاهتمام الكافي من قبل الباحثين، وهي: الجهل الجمعي والتفرد، وهما مفهومان يتعلقان بالتمييز الإدراكي بيننا وبين الآخرين؛ وذلك لتفسير تأثير الشخص الثالث، لذا ستستفيد الباحثة بنظرية الجهل الجمعي (pluralistic ignorance)، ومفهوم التفرد (Uniqueness).

#### نظرية الجهل الجمعي (pluralistic ignorance)

نشأ مصطلح الجهل الجمعي (pluralistic ignorance) في العلوم الاجتماعية والسلوكية من خلال دراسات (Floyd H. Allport and Daniel Katz) في ثلاثينيات القرن العشرين<sup>(12)</sup>، حيث يُنظر إلى الجهل الجمعي بأنه خطأ في مقارنة الذات بالآخرين. فالجهل الجمعي ليس جهلاً حقيقياً، ولكنه يتأثر بالأعراف الاجتماعية والتحييزات المعرفية، فالمدرجات غير الدقيقة يتم

إجراؤها إما بسبب أوجه القصور المعرفية لدى الأفراد أو التحيزات الذاتية، حيث يتأثر الجهل الجمعي بثلاثة عوامل تشمل: الأفراد والآخرين (الذين يدركون بشكل خاطئ طبيعة التفاعل)، ومشاعر المدركين تجاه الشخص الآخر، وتقييم المدركين للاعتقاد المنسوب إليهم<sup>(13)</sup>. والجهل الجمعي مصطلح في علم النفس الاجتماعي يُعرف بأنه: موقف يرفض فيه أغلبية أعضاء المجموعة سلوكاً ما سرا (أي بصورة شخصية)، لكنهم يفترضون خطأ قبول معظم الآخرين لهذا السلوك، وبالتالي يتفقون معهم. ويمكن وصف الجهل الجمعي بمقولة: "لا أحد يصدق، ولكن الجميع يعتقد أن الجميع يصدقون" (No one believes, but everyone think that everyone believes)، ويعرف ميلر ومكفار لاند (Miller and McFarland) الجهل الجمعي بأنه: "حالة تتميز بالاعتقاد بأن الأفكار والمشاعر والسلوكيات الخاصة بالفرد تختلف عن أفكار الآخرين ومشاعرهم وسلوكياتهم، على الرغم من أن السلوك العام للفرد متطابق"<sup>(14)</sup>.

ويقترح دافيسون (THE THIRD-PERSON EFFECT REVISITED, 1996) وجود علاقة محتملة بين تأثير الشخص الثالث والجهل الجمعي، قائلاً: "إذا افترض الأفراد أنهم وحدهم فعليا في مواقف وتوقعات معينة، دون معرفة أن كثيرين آخرين يشاركونها بشكل خاص، فقد يكون ذلك بسبب أنهم افترضوا أن الآخرين تعرضوا لتأثير وسائل الإعلام"<sup>(15)</sup>.

#### مفهوم التفرد (Uniqueness)

التفرد هو بناء معرفي يتمثل في ميل الفرد للاعتقاد بتفرد مشاعره وتفكيره وخبرته الانفعالية، وذلك من خلال قصص يخلقها عن نفسه ويرردها لنفسه<sup>(16)</sup>. أي أن مصطلح التفرد يقترح أن الأفراد يسعون من الناحية السلوكية للحفاظ على بعض الشعور بالاختلاف بالنسبة للآخرين. ويقترح ميلر ومكفار لاند (Miller and McFarland) أن الجهل الجمعي هو شكل من أشكال التفرد، حيث يفترضون أن الجهل الجمعي هو حالة من التفرد تنشأ عندما يسيئ الأفراد تفسير السلوكيات المماثلة لآخرين مشابهيين، وليس عندما يعممون بشكل غير لائق من السلوك المختلف للآخرين المختلفين<sup>(17)</sup>.

مما سبق يتضح أن التفرد في سياق نظرية الشخص الثالث كما يلي: إذا رأيت أن التأثير بوسائل الإعلام أمر سلبي، فسأفرق بيني وبين الآخرين "السذج" الأقل إدراكا، ومع ذلك إذا كنت اعتقد أنني متأثر بوسائل الإعلام فسأعتقد أن الآخرين كذلك<sup>(18)</sup>.

#### الاستفادة من الإطار النظري

كل من تأثير الشخص الثالث والجهل الجمعي والتفرد يركزون على كيفية إدراك الفرد التشابه مع آراء الآخرين أو أختلافهم مع آرائه؛ فأفراد المجتمع دوما يميلون إلى تعظيم التأثيرات التي تحدثها وسائل الإعلام المختلفة على الآخرين من ناحية المواقف والسلوكيات، ولكن في الوقت نفسه يفترضون أنها لا تؤثر على ذواتهم إلا بشكل قليل خاصة المضمون السلبي، ودوما يسعون إلى فرض رقابة على هذه الوسائل الإعلامية من أجل حماية الآخرين.

وكانت الاستفادة من الإطار النظري من خلال سعي الدراسة إلى معرفة إدراك الشباب الجامعي لمخاطر المضمون الإخباري المقدم عبر مواقع التواصل الاجتماعي على أنفسهم والآخرين، كما تسعى الدراسة إلى معرفة العلاقة بين الفرض الإدراكي للفرد وتأييده لفرض رقابة على مواقع التواصل الاجتماعي فيما يتعلق بالمضمون الإخباري المقدم عبر مواقع التواصل الاجتماعي في إطار نظرية الجهل الجمعي ومفهوم التفرد.

### (1 - 5) الدراسات السابقة

تنوعت الدراسات السابقة التي تناولت الإطار النظري للدراسة، وهو تطبيق نظرية الشخص الثالث في بيئة مواقع التواصل الاجتماعي، وكذلك الدراسات التي تناولت تعامل الشباب الجامعي مع مواقع التواصل الاجتماعي، وقد قامت الباحثة بعرض الدراسات السابقة المتعلقة بموضوع البحث على النحو التالي:

أ. دراسات تناولت الإطار النظري للدراسة.

ب. دراسات تناولت تعامل الشباب الجامعي مع مواقع التواصل الاجتماعي.

#### (1/5-1) دراسات تناولت الإطار النظري للدراسة

دراسة رباب عبد الرحمن (2020)<sup>(19)</sup>، اهتمت الدراسة ببحث إدراك تأثير الشخص الثالث في بيئة مواقع التواصل الاجتماعي من خلال إجراء دراسة مسحية على عينة من الشباب الجامعي للتعرف على مستوى إدراك الشباب الجامعي لمخاطر مواقع التواصل الاجتماعي على الانتماء الوطني لدى الذات والآخرين، وعلاقة ذلك بتأييدهم اتخاذ إجراءات من الدولة لحماية المستخدمين من هذه المخاطر. وتوصلت الدراسة إلى أن الشباب والمراهقين (ذكورا وإناثا) هم الأكثر تعرضا للمحتوى السلبي الخاص بالانتماء الوطني عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ثم الأهل والأصدقاء والذات، ثم كبار السن. وخلصت الدراسة إلى أن (50.2%) من الشباب يرون أن مخاطر مواقع التواصل الاجتماعي على الانتماء الوطني متوسطة، وأيد (81.3%) من المبحوثين اتخاذ إجراءات لحماية أنفسهم من مخاطر مواقع التواصل الاجتماعي بدرجة مرتفعة. كما خلصت الدراسة إلى ثبوت الفرض الإدراكي لنظرية تأثير الشخص الثالث في بيئة مواقع التواصل الاجتماعي، حيث تؤكد إدراك المبحوثين لتأثير مخاطر هذه المواقع على الآخرين – ما عدا كبار السن- بدرجة أكبر من تأثيرها على أنفسهم، كما أكدت الدراسة على صحة الفرض السلوكي لنظرية الشخص الثالث، حيث توصلت إلى وجود ارتباط إيجابي بين مستوى إدراك المبحوثين لتأثير الآخرين بمخاطر هذه المواقع على الانتماء الوطني، ودرجة تأييدهم لاتخاذ إجراءات من الدولة لحماية الآخرين من هذه المخاطر.

دراسة (Azi Lev-On) (2017)<sup>(20)</sup>، هدفت الدراسة للتعرف على معتقدات المستخدمين فيما يتعلق بمخاطر استخدام الفيس بوك وكذلك المخاطر المحتملة للأمان والخصوصية المتعلقة باستخدامهم للفيس بوك، كما هدفت للتعرف إلى أي مدى يعتبر المبحوثون أن مستخدمي الانترنت الآخرين معرضون للتأثيرات غير المرغوب فيها لاستخدام فيس بوك؟ ووجدت نتائج الدراسة أن مستخدمي الفيس بوك يعتقدون أنهم أقل عرضة للمخاطر المتعلقة باستخدام الفيس بوك من الآخرين، كما توصلت الدراسة إلى أن المبحوثين الذين يرون أنفسهم بارعين للغاية على الفيس بوك وأنهم أقل عرضة للخطر من الآخرين، كما يشعر المستخدمون المتمرسون في استخدام الفيس بوك بمزيد من الثقة في قدرتهم على التعامل مع المخاطر المتعلقة باستخدام الفيس بوك، كما أظهرت النتائج أن المبحوثين لديهم مخاوف من المخاطر المتعلقة بالفيس بوك لكنها معتدلة، وأن القلق الأكبر يتعلق بالضرر المحتمل الذي قد يلحق بالمبحوثين والآخرين بسبب اختراق حساب الفيس بوك واستخدامه لأغراض ضارة، وأن القلق الأضعف يتعلق باستخدام نصوص الفيس بوك في سياقات غير مقصودة.

دراسة صالح العراقي (2017)<sup>(21)</sup>، هدفت للتعرف على مدى إدراك الشباب الجامعي المصري لمخاطر إدمان المخدرات الرقمية نتيجة تصفحهم للمواقع الإلكترونية التي تهتم بقضايا المخدرات والمخدرات الرقمية، وذلك في إطار تطبيق فرضيات نظرية تأثير الشخص الثالث. توصلت الدراسة إلى أن نسبة كبيرة من الشباب الجامعي يدركون أن هناك تأثيراً سلبياً على الأهل والأصدقاء والآخرين نتيجة تصفحهم للمواقع الإلكترونية التي تعالج قضايا المخدرات والمخدرات الرقمية، وأن حوالي (77.1%) من الشباب الجامعي يؤيدون فرض رقابة على تناول المواقع الإلكترونية لقضايا المخدرات والمخدرات الرقمية، وأن نسبة (22.9%) من الشباب لا يوافق على فرض رقابة على تناول المواقع الإلكترونية لقضايا المخدرات والمخدرات الرقمية. كما خلصت الدراسة إلى أنه كلما زاد إدراك الشباب لتأثير الشخص الثالث قل إدراكهم لتأثر أفراد أسرهم بشكل سلبي نتيجة تصفحهم للمواقع الإلكترونية التي تهتم بالمخدرات الرقمية، كما ظهرت علاقة عكسية متوسطة دالة إحصائياً بين مدى إدراك الشباب الجامعي لخطورة المخدرات الرقمية وسلوك المخاطرة والشروع في تجريب تلك المخدرات. دراسة (Nicoleta Corbu et al) (2017)<sup>(22)</sup>، هدفت الدراسة لاستكشاف تأثيرات الشخص الثالث في سياق وسائل التواصل الاجتماعي، والتركيز على المكون السلوكي لتأثيرات الشخص الثالث، بالإضافة إلى دراسة الاختلافات في تأثيرات الفيس بوك المقدر على الذات مقابل الآخرين فيما يتعلق بالاستعداد لاتخاذ إجراءات بشأن قضايا محددة، وذلك بالاعتماد على نظرية الشخص الثالث. وتوصلت الدراسة إلى ظهور تأثير الشخص الثالث في سياق وسائل التواصل الاجتماعي؛ حيث تبين أن رسائل الفيس بوك التي ينظر على أنها ذات صلة بالشخصية انخفض فيها مستويات تأثيرات الشخص الثالث مقارنة بالرسائل غير ذات الصلة، كما خلصت الدراسة إلى أن مستخدمو الفيس بوك يميلون إلى الإبلاغ عن تأثيرات الفيس بوك على الآخرين بشكل أقوى من تأثير الفيس بوك على أنفسهم.

دراسة (Ven-Hwei Lo Et al.) (2017)<sup>(23)</sup>، تناولت الدراسة كيف أثرت التغطية الإخبارية للاحتجاجات الشعبية (Sunflower) التي قادها الطلبة في تايوان والأهمية الملحوظة لهذه الاحتجاجات على تقييم الناس لتأثير وسائل الإعلام على أنفسهم والآخرين، وقد قدمت النتائج دعماً قوياً لفرضية الشخص الثالث، حيث رأى المشاركون أن أخبار الاحتجاج لها تأثير على الآخرين أكبر من تأثيرها على ذاتهم أنفسهم، كما كشفت نتائج الدراسة أيضاً عن أن الأهمية المدركة للحركة الاحتجاجية كانت مؤشراً مهماً للتأثيرات الملحوظة لأخبار الاحتجاج على الذات والآخرين، بمعنى أنه كان ينظر إلى الاحتجاجات التي يقودها الطلاب على أنها قضية مهمة، وتزايد التأثيرات المدركة لمثل هذه الأخبار على الذات والآخرين. كما تبين من نتائج الدراسة أن كلا من "الانتباه إلى الأخبار" (attention news) و"التفكير في تفاصيل الأخبار" (elaboration news) مرتبطان بشكل كبير وإيجابي بالتأثيرات المدركة على الذات وعلى الآخرين، أي إنه كلما زاد اهتمام المستجيبين بأخبار الاحتجاج وتفصيلها، زاد تأثير هذه الأخبار على أنفسهم وعلى الآخرين.

دراسة غادة مصطفى البطريق (2016)<sup>(24)</sup>، هدفت الدراسة لقياس تعرض الشباب العربي للمواقع الإلكترونية المتطرفة فكرياً وعلاقته بإدراكهم للمنطق الدعائي للتنظيمات الإرهابية، وذلك في إطار نظرية الشخص الثالث. ورغم أن (79%) من الشباب عينة الدراسة يتعرضون



للمواقع الإلكترونية المتطرفة فكريا، فلا تزال أفكار الشباب العربي عينة الدراسة مشوهة تجاه هذه التنظيمات الإرهابية، وأنه لم يبلور بعد فكر ورؤية واضحة واتجاه محدد نحو هذه التنظيمات، كما أشارت النتائج إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إدراك أفراد العينة لتأثير سلوكهم الشخصي وإدراكهم لتأثير سلوك أقرب الأصدقاء لديهم، وهذه النتيجة تؤكد ما جاءت به نظرية تأثير الشخص الثالث، بينما توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين إدراك أفراد العينة لتأثير سلوكهم الشخصي الذاتي وإدراكهم لتأثير سلوك الآخرين بدرجة أكبر من إدراكهم لتأثير سلوكهم الشخصي.

دراسة انتصار محمد السيد (2015)<sup>(25)</sup>، هدفت الدراسة للتعرف على مدى إدراك الشباب الجامعي لتأثير محتوى العنف السياسي بالإنترنت على سلوكهم الشخصي وسلوك أقرانهم وسلوك الآخرين عموما، وكذلك على استقرار المجتمع المصري وعلاقته باتجاهاتهم نحو فرض الرقابة على الإنترنت من خلال دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجامعي المصري. أظهرت أن مواقع التواصل الاجتماعي مواقع أساسية يعتمد عليها الشباب الجامعي في الحصول على المعلومات المتعلقة بقضايا العنف السياسي، كما أظهرت اتجاهات الباحثين نحو فرض رقابة على الإنترنت جاءت إيجابية، حيث وأنه سيكون عند فرض الرقابة على الإنترنت له تأثير إيجابي على المجتمع المصري ويساعد على استقرار المجتمع، وبينما في مراتب متأخرة جاء أن فرض الرقابة على الإنترنت له تأثير سلبي على حرية الرأي.

هدفت دراسة (Mina Tsay-Vogel) (2015)<sup>(26)</sup> للتعرف على الاختلاف في تأثيرات الفيس بوك على الذات مقابل الآخرين، وكذلك العلاقة بين مدركات استخدام الفيس بوك والتأثيرات المتوقعة للفيس بوك على الذات مقابل الآخرين. فقد تبين من الدراسة عدم وجود اختلاف في التأثيرات الفيس بوك بين الذكور والإناث، إلا أن الباحثين الأصغر سنا قدروا تأثيرات الفيس بوك عليهم أكبر بكثير من الباحثين الأكبر سنا. كما أظهرت نتائج الدراسة دعما كبيرا لنظرية الشخص الثالث في سياق مواقع التواصل الاجتماعي تمشيا مع فرضية دافسيون، حيث توصلت النتائج إلى أن مستخدمي الفيس بوك لديهم ميل أكبر للإبلاغ عن أن مواقع التواصل الاجتماعي لها تأثير أكبر على الآخرين من أنفسهم، كما أفاد الباحثون أيضا عن استخدام أقل لموقع الفيس بوك في المدة والشدة مقارنة بالاستخدام المتصور من قبل الآخرين، كما توصلت الدراسة أنه كلما رأى أعضاء الفيس بوك تأثيره سلبيا، كلما كان الفرق ملحوظا في التأثير المقدر للفيس بوك بين الذات والآخرين.

دراسة (Valarie Schweisberger et. al.) (2014)<sup>(27)</sup> درست تأثيرات دمج وتأطير القصص الإخبارية عبر الإنترنت في سياق مواقع التواصل الاجتماعي، وهي دراسة تجريبية على طلبة الجامعة، خلصت النتائج إلى أن مدركات الشخص الثالث تزداد في سياق وسائل التواصل الاجتماعي، حيث تبين أن الباحثين أدركوا أن القصص ذات الصلة الشخصية لها تأثير أكبر على أنفسهم من القصص غير الشخصية، كما أدرك الباحثون أن القصص ذات الصلة المنخفضة سيكون لها تأثير أكبر على الآخرين أكثر منه على أنفسهم. كما تبين أن المعلومات الواضحة المتعلقة باسم المؤلف أو مصادر المقالة على موقع وسائل الإعلام من العوامل التي يعتبرها الباحثون مهمة لأنفسهم ولأصدقائهم والآخرين إذ يتأثرون جميعا بنفس الدرجة.

دراسة (Stephen A. Banning & Kaye D. Sweetser) (2007)<sup>(28)</sup> باستخدام المنهج التجريبي قارنت الدراسة تأثير الشخص الثالث عبر أربعة مصادر إعلامية: المدونات الشخصية (personal blogs) ومدونات وسائل الإعلام (media blogs) ووسائل الإعلام عبر الإنترنت (online media) والصحف؛ حيث تساءلت الدراسة: ما إذا كانت مصادر الأخبار غير التقليدية التي تزداد شعبية مثل المدونات تؤدي إلى مستويات مختلفة من تأثير الشخص الثالث؟ فأشارت الدراسة إلى أن نوع الوسيلة لم يؤثر على تأثيرات الشخص الثالث؛ حيث تبين عدم وجود فروق دالة إحصائية للفرق بين مستوى تأثير الشخص الثالث للأخبار على الإنترنت والمدونات الشخصية والأخبار عبر الإنترنت والصحف المطبوعة. كما لم تظهر اختلافات واضحة في مستوى مصداقية الوسائط الأربعة. كما أن نوع الوسيلة الإعلامية ليس عاملاً في تكوين تأثير الشخص الثالث. وتوصلت الدراسة إلى أن الرسائل المدركة بشكل إيجابي هي التي تؤثر على تأثير الشخص الثالث، حيث تبين أن الرسائل التي ينظر إليها بشكل إيجابي تميل إلى ترك انطباع بالتأثير على الذات أكثر من الآخرين.

#### (1-5/2) دراسات تناولت تعامل الشباب الجامعي مع مواقع التواصل الاجتماعي

دراسة (Adel Saleh) (2020)<sup>(29)</sup>، تبحث الدراسة في مدى ثقة الشباب في الأخبار السياسية على مواقع التواصل الاجتماعي باعتبارها منصة اتصال سياسي مهمة. وكشفت النتائج عن أهمية مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات السياسية للشباب، إلا أن معدلات الثقة في هذه المعلومات كانت منخفضة، كما توصلت النتائج إلى أن عدم الثقة يؤدي إلى اهتمام أقل بالتفاعل مع مستخدمي الإنترنت الآخرين، وبالتالي يؤدي إلى التراجع في المشاركة الاجتماعية والسياسية. كما أظهر تحليل الانحدار أن الثقة في المعلومات السياسية كانت مرتبطة بستة متغيرات تنبؤية في النموذج، وهي: الثقة في وسائل الإعلام التقليدية، والثقة في الحكومة، والثقة في الآخرين، والمشاركة السياسية، والنوع، والوضع الاقتصادي للأسرة.

دراسة سماح المحمدي (2019)<sup>(30)</sup>، هدفت الدراسة للتعرف على مدى اعتماد الشباب المصري على صفحات المتحدثين الرسميين للمؤسسات الحكومية على مواقع الفيسبوك في ضوء فروض نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، وتوصلت الدراسة إلى ارتفاع معدلات التعرض لشبكات التواصل الاجتماعي بشكل عام سواء بشكل منتظم أو غير منتظم بين المبحوثين عينة الدراسة، كما ارتفعت نسبة كثافي الاستخدام لشبكات التواصل الاجتماعي وهم من يستخدمونها لأكثر من 7 ساعات يومياً، كما تبين أن كثافة الاستخدام مرتفعة لا سيما بين الإناث والفئات العمرية الأصغر سناً (من 18 – 21 سنة)، كما توصلت الدراسة إلى أن معدلات تعرض الشباب لصفحات المتحدثين الرسميين أقل من المتوسط وعادة تكون بالصدفة أو في حالة وجود أمر يتطلب ذلك.

دراسة ميرال مصطفى (2017)<sup>(31)</sup>، رصدت الدراسة العلاقة بين التعرض للمحتوى الإخباري في مواقع التواصل الاجتماعي، والكفاءة السياسية الجمعية للشباب المصري، والوقوف على العوامل التي تؤثر في هذه العلاقة، وكذلك دراسة العلاقة بين الكفاءة السياسية الجمعية والمشاركة السياسية، وذلك بالتطبيق على نظرية الدائرة الفاضلة. وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين حجم التعرض للمحتوى الإخباري في مواقع التواصل الاجتماعي والكفاءة السياسية الجمعية للشباب المصري، وهو ما فسرتة الباحثة في

ضوء نظرية الدائرة الفاضلة: التي تؤكد التأثير الإيجابي الذي تقوم به وسائل الإعلام في زيادة الكفاءة السياسية وتدعيم الشعور بالقدرة على فهم مجريات الأمور السياسية والثقة في قدرتهم التأثيرية على المشاركة في صنع القرار السياسي. كما بينت الدراسة أن التواصل مع المسؤولين والسياسيين عبر مواقع التواصل الاجتماعي يدعم الكفاءة السياسية الجمعية للمبحوثين، كذلك تبين من الدراسة وجود علاقة بين الكفاءة السياسية الجمعية والنقاش السياسي عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

دراسة نسرين حسام الدين (2016)<sup>(32)</sup>، بحثت هذه الدراسة في دور مواقع التواصل الاجتماعي في إدراك الشباب لمخاطر حروب الجيل الرابع وتوعيتهم بهذه المخاطر؛ وتقييم هذا الدور من خلال طرح التأثيرات المحتملة لتلك المخاطر. وتوصلت الدراسة إلى حرص غالبية المبحوثين على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بشكل يومي لمدة أكثر من ثلاث ساعات، وكذلك اعتماد أكثر من نصف العينة على مواقع التواصل الاجتماعي كمصادر للحصول على الأخبار بدرجة كبيرة، كما عكست نتائج الدراسة وعي المبحوثين لسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي والمخاطر المترتبة على استخدامها، خاصة فيما يتعلق بترويج الشائعات ونشر الأكاذيب وتضليل الجمهور، بينما انخفضت نسب الاتفاق على الأدوار الإيجابية لمواقع التواصل الاجتماعي فيما يتعلق بنقلها الواقع بشكل حقيقي، وأن هذه المواقع تهتم بتقديم الأخبار فور وقوعها سواء من خلال مندوبي الصحف والمواقع الإخبارية، أو من خلال صحافة المواطن وما ينشره جمهور المستخدمين لمواقف أو صور أو مقاطع مصورة والتي يتم تداولها على نطاق واسع رغم افتقارها لقواعد المهنية المطلوبة في العمل الإعلامي.

#### أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة

جاءت الدراسات متنوعة من حيث الهدف والأهمية واختيار العينة والمنهج والأدوات المستخدمة، مما أفاد الباحثة في تحديد مشكلة البحث وصياغة فروض الدراسة في محاولة لتفسير تلك العلاقات المتوقعة بين متغيرات الدراسة، وفي تحديد أساليب القياس وصياغة العبارات التي تقيس الاتجاهات، كما أفاد تنوع الدراسات السابقة في مناقشة نتائج الدراسة ومقارنتها بنتائج الدراسات السابقة، ومحاولة تفسير النتائج في ضوء خصوصية مجتمع الدراسة.

#### (6-1) أهداف الدراسة

– دراسة تأثير المتغيرات الديموغرافية على درجة اعتماد الشباب الجامعي عينة الدراسة على المضمون الإخباري المقدم عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومدى ثقتهم في هذا المضمون.

– دراسة الاختلاف في اتجاهات الشباب نحو المضمون الإخباري المقدم عبر مواقع التواصل الاجتماعي عن اتجاهات الآخرين نحو هذا المضمون.

– تحليل المتغيرات التي من خلالها يدرك الشباب الجامعي عينة الدراسة التأثيرات السلبية على الذات والآخرين جراء تعرضهم للمضمون الإخباري على مواقع التواصل الاجتماعي.

– معرفة مدى قبول الشباب الجامعي لوضع بعض الإجراءات الرقابية للحد من التأثيرات السلبية جراء المضمون الإخباري على مواقع التواصل الاجتماعي.

#### (7-1) تساؤلات الدراسة وفروضها

### (1-7/1) تساؤلات الدراسة:

1. ما مدى اعتماد الشباب الجامعي على المضمون الإخباري المقدم عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟ وما درجة ثقتهم في هذا المضمون؟ وهل هناك تأثير لمتغيراتهم الديموغرافية على اعتمادهم وثقتهم في هذا المضمون؟
2. هل تختلف اتجاهات الشباب الجامعي نحو المضمون الإخباري المقدم عبر مواقع التواصل الاجتماعي عن اتجاهات الآخرين نحو هذا المضمون؟
3. ما مخاطر تعرض الشباب الجامعي للمضمون الإخباري المقدم عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟ وما مستوى تأثرهم بها؟
4. ما مدى تأييد الشباب لفرض رقابة على المضمون الإخباري المنشور على مواقع التواصل الاجتماعي؟

### (2/7-1) فروض الدراسة:

1. اتجاه الشباب نحو المضمون الإخباري عبر مواقع التواصل الاجتماعي يختلف عن اتجاه الآخرين نحو هذا المضمون.
2. اختلاف اتجاه الشباب الجامعي والآخرين نحو المضمون الإخباري المقدم عبر مواقع التواصل الاجتماعي باختلاف متغيرات الدراسة.
3. التأثيرات السلبية المتصورة للتعرض للمضمون الإخباري على مواقع التواصل الاجتماعي على الآخرين أكبر من التأثيرات السلبية المتصورة على الذات.
4. اختلاف إدراك الشباب للتأثيرات السلبية للمضمون الإخباري لمواقع التواصل الاجتماعي على الذات والآخرين باختلاف متغيرات الدراسة (النوع، والمرحلة العمرية، ودرجة الإجماع، ودرجة الإحساس بالتردد).
5. يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لاتجاهات الباحثين نحو المضمون الإخباري المقدم عبر مواقع التواصل الاجتماعي على إدراكهم للتأثيرات السلبية لهذا المضمون على ذاتهم في ضوء المتغيرات الوسيطة (النوع، والمرحلة العمرية، ودرجة الإجماع، ودرجة الإحساس بالتردد).
6. توجد علاقة ارتباط دالة إحصائية بين اعتماد الشباب على مواقع التواصل الاجتماعي في معرفة الأخبار وإدراكهم للتأثيرات السلبية للمضمون الإخباري المقدم عبر هذه المواقع.
7. الأكثر إدراكا لتأثير الشخص الثالث هم الأكثر تدعيما لفرض الرقابة على المضمون الإخباري المقدم عبر مواقع التواصل الاجتماعي

### (8-1) نوع الدراسة ومنهجها

تنتمي هذه الدراسة إلى البحوث التفسيرية التي تستهدف اختبار العلاقات الارتباطية بين متغيرات الدراسة، وذلك بهدف التعرف على الأسباب التي أدت إلى حدوث الظاهرة، والوصول إلى استنتاجات وخلصات لما يمكن عمله لتغيير الظروف والعوامل المحيطة بالظاهرة موضوع البحث نتيجة إجراء هذا النوع من الدراسات التشخيصية<sup>(33)</sup>. لذا تعتمد الدراسة على المنهج الارتباطي (Correlation Method)، الذي يهدف إلى تقرير العلاقة بين متغيرين أو أكثر وتحديد قدر هذه العلاقة<sup>(34)</sup>، حيث تفترض الدراسة الحالية حدوث تأثير الشخص الثالث بين مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، وتحديد ما يتعلق بالمضمون

الإخباري المنشور عبرها، وذلك من خلال تأثير المتغيرات الوسيطة: الجهل الجمعي (pluralistic ignorance) والتفرد (Uniqueness).

### (9-1) عينة الدراسة

تم اختيار عينة الدراسة الميدانية وفقاً لأسلوب العينة العمدية المتاحة ( Purposive Sample)، حيث تم تطبيق الاستمارة إلكترونياً على عينة قوامها 360 شاباً، من خلال إرسال رابط الاستمارة على "الفايس بوك" و"الواتس أب" كما توضح بيانات الجدول التالي توزيع العينة حسب متغيرات النوع والمرحلة العمرية:

### جدول رقم (1) توزيع العينة حسب البيانات الديموغرافية

البيانات الديموغرافية	ك	%
النوع	177	49.2
ذكور	183	50.8
أنثى	166	46.1
العمر	194	53.9
من 21 سنة فأقل		
أكثر من 21 سنة		

### (10-1) مقاييس الدراسة

استفادت الدراسة الحالية من الإطار النظري والدراسات السابقة في إعداد مقاييس الدراسة، على النحو التالي:

– مقياس اتجاه الشباب الجامعي نحو المضمون الإخباري المقدم عبر مواقع التواصل الاجتماعي: يتكون من ثماني عبارات على النحو التالي: "أتعلم معلومات كثيرة جداً من متابعة الأخبار على مواقع التواصل الاجتماعي"، "من غير المحتمل أن تغير الأخبار المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي رأيي حول الموضوعات والقضايا التي تتفق مع أفكاري"، "أتابع الأخبار المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي حول المشكلات والقضايا الخلافية"، "يمكن أن يكون للأخبار السلبية المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي تأثير قوي على موقفي تجاه بعض القضايا والمشكلات"، "أقدر الأخبار المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات"، "أحصل على معلومات قيمة من الأخبار المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي"، "الأخبار السلبية على مواقع التواصل الاجتماعي هي الأكثر قدرة على تحريك مشاعري من الأخبار الإيجابية"، "تزيد الأخبار السلبية والإشاعات من عدم ثقتي في كل ما ينشر على مواقع التواصل الاجتماعي". وكانت قيمة ألفا كرونباخ للمقياس ( $\alpha = 0.531$ )، ومعامل الصدق الذاتي للمقياس ( $\sqrt{2\alpha} = 0.729$ ).

– مقياس إدراك الشباب الجامعي لاتجاهات الآخرين نحو المضمون الإخباري المقدم عبر مواقع التواصل الاجتماعي: يتكون المقياس من ثماني عبارات على النحو التالي: "الناس يتعلمون معلومات كثيرة جداً من متابعة الأخبار على مواقع التواصل الاجتماعي"، "من غير المحتمل أن تغير الأخبار المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي رأي الناس حول الموضوعات والقضايا التي تتفق مع أفكارهم"، "الناس يتابعون الأخبار المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي حول المشكلات والقضايا الخلافية"، "يمكن أن يكون للأخبار السلبية المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي تأثير قوي على مواقف الناس تجاه بعض القضايا والمشكلات"، "الناس تقدر الأخبار المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات"، "الناس يحصلون على معلومات قيمة من الأخبار المنشورة على مواقع التواصل

الاجتماعي"، "الأخبار السلبية على مواقع التواصل الاجتماعي هي الأكثر قدرة على تحريك مشاعر الناس أكثر من الأخبار الإيجابية"، "تزيد الأخبار السلبية والإشاعات من عدم ثقة الناس في كل ما ينشر على مواقع التواصل الاجتماعي". وكانت قيمة ألفا كرونباخ للمقياس ( $\alpha=0.361$ )، ومعامل الصدق الذاتي للمقياس ( $\sqrt{2}\alpha=0.601$ ).

– **مقياس الجهل الجمعي:** يتكون من نفس عبارات مقياس اتجاهات الشباب الجامعي نحو المضمون الإخباري المقدم عبر مواقع التواصل الاجتماعي، لكن تم سؤال المبحوثين على كل عبارة (ما هي نسبة الآخرين الذين سيختارون نفس إجابتك؟). وكانت قيمة ألفا كرونباخ للمقياس ( $\alpha=0.816$ )، ومعامل الصدق الذاتي للمقياس ( $\sqrt{2}\alpha=0.903$ ).

– **مقياس مخاطر التعرض للمضمون الإخباري المقدم عبر مواقع التواصل الاجتماعي:** يتكون المقياس من سبع عبارات على النحو التالي: "كثرة الشائعات والأكاذيب والأخبار المفبركة والمضللة"، "عدم وجود رقابة على ما يكتب وينشر ويبث على مواقع التواصل الاجتماعي"، "صعوبة الحصول على معلومات صحيحة من الكم الهائل من المعلومات والأخبار المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي"، "كثرة الأخبار مجهولة المصدر وعدم معرفة هوية من ينشرها"، "استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة لبث العنف والكرهية والتشهير بالآخرين"، "نشر المضامين الإباحية والضرارة"، "استغلال مواقع التواصل الاجتماعي للحشد والتعبئة بشكل سيئ". وكانت قيمة ألفا كرونباخ للمقياس ( $\alpha=0.832$ )، ومعامل الصدق الذاتي للمقياس ( $\sqrt{2}\alpha=0.912$ ).

– **مقياس أنواع الرقابة على المضمون الإخباري المقدم عبر مواقع التواصل الاجتماعي:** يتكون المقياس من أربع عبارات على النحو التالي: "رقابة ذاتية نابعة من الشخص نفسه"، "رقابة أسرية من خلال الأم أو الأب أو أحد أفراد الأسرة"، "رقابة حكومية تتمثل في وضع قوانين وغرامات على الاستخدام"، "رقابة إعلامية من خلال وسائل الإعلام التوعوية". وكانت قيمة ألفا كرونباخ للمقياس ( $\alpha=0.513$ )، ومعامل الصدق الذاتي للمقياس ( $\alpha=0.716$ ).

– **مقياس التفرد (التمركز حول الذات)**(35): يتكون المقياس من عشر عبارات على النحو التالي: "اعتقد أن ما يحدث لي لا يحدث لأي إنسان آخر على وجه الأرض"، "من العسير أن يفهم أحد مشاعري حين أتحدث عنها"، "تمر علي لحظات من الحزن لا يمر بها أي إنسان آخر"، "اعتقد من الصعب أن يشبهني أي شخص في كل شيء"، "اعتقد أن ما أريده مختلف عما يريده الآخرون"، "اعتقد أن الآخرين يشعرون بما أشعر به"، "أتشابه مع أصدقائي في الأفكار والمشاعر"، "أعيش لحظات من السرور والسعادة تختلف عما يعيشه أي إنسان آخر"، "أشعر بالراحة حين يقال لي بأنني مختلف عن أصدقائي"، "أعتقد أن لدي أفكارًا مختلفة تمامًا عن أفكار أي شخص آخر". وكانت قيمة ألفا كرونباخ للمقياس ( $\alpha=0.696$ )، ومعامل الصدق الذاتي للمقياس ( $\sqrt{2}\alpha=0.834$ ).

#### (11-1) أداة جمع البيانات وأسلوب المعالجة

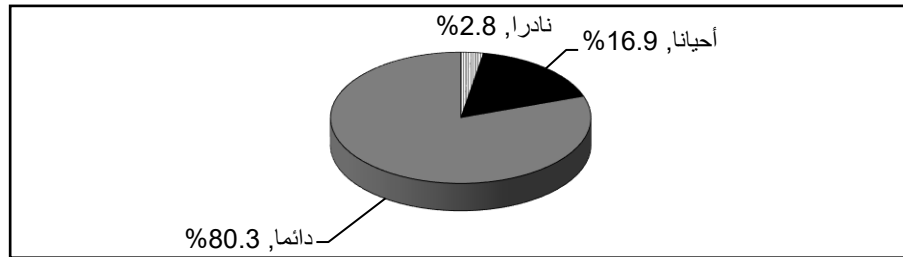
تم جمع بيانات هذه الدراسة من خلال صحيفة الاستقصاء الإلكترونية التي تم تصميمها وتوزيع أسئلتها على عدة محاور عرضت نتائج الدراسة وفقاً لها، وكانت قيمة ألفا كرونباخ للاستمارة

( $\alpha=0.767$ )، ومعامل الصدق الذاتي للاستمارة ( $\sqrt{\alpha}=0.876$ )، وتمت المعالجة الكمية للبيانات باستخدام برنامج (SPSS)، وذلك لحساب التكرارات واستخراج الجداول البسيطة والمركبة، واستخدام المتوسط الحسابي والوزن النسبي، بالإضافة إلى المعاملات الإحصائية التالية:  $\chi^2$ ، ومعامل التوافق، واختبار (ت) لكل من العينات المترابطة والعينات المستقلة، وتحليل الانحدار الخطي والتحليل العاملي الاستكشافي، وذلك للتوصل إلى نتائج الدراسة العامة والتفصيلية واختبار الفروض الإحصائية.

## (2) نتائج الدراسة الميدانية

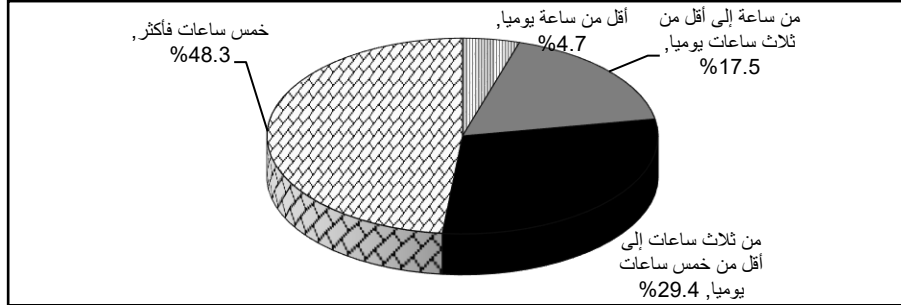
–مدى اعتماد الشباب الجامعي على المضمون الإخباري المقدم عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ودرجة ثقتهم في هذا المضمون.

هدفت الدراسة الميدانية للتعرف على مدى اعتماد الشباب الجامعي على المضمون الإخباري المقدم عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ودرجة ثقتهم في هذا المضمون، وذلك من خلال التعرف على كثافة استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي، ومعدل اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي في معرفة الأخبار، وأسباب هذا الاعتماد، وأشكال المضمون الإخباري التي يفضلون متابعتها ودرجة ثقتهم في هذا المضمون. وقد تبين من النتائج أن أغلب الشباب يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي دائماً (289 مبحوثاً بنسبة 80.3%)، بينما 61 شاباً يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي أحياناً، و10 شباب فقط يستخدمونها نادراً.



شكل رقم (1) درجة استخدام الشباب الجامعي مواقع التواصل الاجتماعي

كما تبين من النتائج أن نسبة 48.3% من الشباب (174 مبحوثاً من إجمالي 360 مبحوث) يقضون خمس ساعات فأكثر يومياً على مواقع التواصل الاجتماعي، يليهم 29.4% من الشباب (106 مبحوثين) يقضون من ثلاث ساعات إلى أقل من ثلاث ساعات يومياً، بينما 63 شاباً يقضون من ساعة إلى أقل من 3 ساعات يومياً (بنسبة 17.5%)، و17 مبحوثاً فقط يقضون أقل من ساعة يومياً على مواقع التواصل الاجتماعي (بنسبة 4.7%)، وهذه النتيجة تتفق مع الدراسات السابقة التي أشارت إلى ارتفاع معدل استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي، حيث تستهلك مواقع التواصل الاجتماعي جزءاً كبيراً من الوقت الذي يقضيه الشباب على الإنترنت، وهو ما يتفق مع دراسة نسرين حسام الدين (2016)، التي توصلت إلى ارتفاع معدل استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي على المستوى اليومي لأكثر من ثلاث ساعات<sup>(36)</sup>، ودراسة سماح المحمدي (2019)، التي توصلت إلى أن أعلى نسب استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كانت من نصيب من يستخدمونها ما بين 4 ساعات إلى 7 ساعات يومياً، تلاها من يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي من ساعة إلى أربع ساعات يومياً<sup>(37)</sup>.



### شكل رقم (2) متوسط ساعات استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي

كذلك اتضح من نتائج الدراسة أنه لا توجد فروق دالة إحصائية بين الذكور والإناث في عدد ساعات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي (38)، بينما ظهرت فروق في عدد ساعات استخدام الشباب الأصغر سنا (39)، وتتفق هذه النتيجة إلى حد ما مع دراسة (Mina Tsay-Vogel) (2015) والتي توصلت إلى أن الإناث أكثر استخداما لمواقع التواصل الاجتماعي من الذكور، والمستخدمون الأصغر سنا هم الأكثر استخداما من الأكبر سنا (40). كما تتفق إلى حد ما مع دراسة سماح المحمدي (2019) التي توصلت إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد عينة الدراسة وفقا للنوع حيث كانت كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لصالح الإناث، ووجود فروق لصالح المرحلة العمرية لصالح عينة الدراسة من الشباب في المرحلة العمرية (من 18 إلى أقل من 21 عاما) (41).

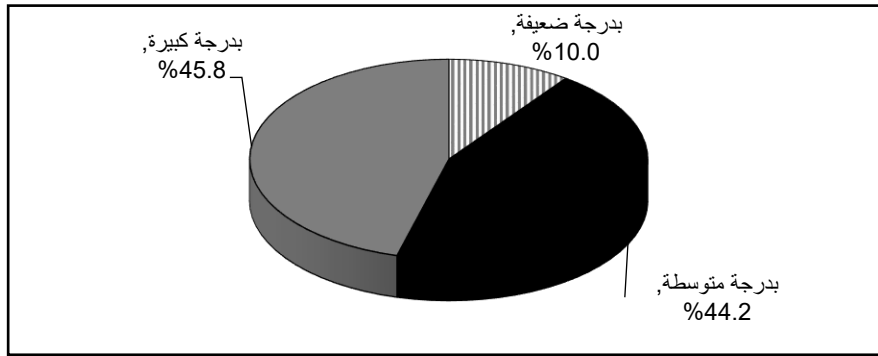
كما خلصت النتائج إلى أن من أكثر مواقع التواصل الاجتماعي التي يفضلها الشباب واتس أب ويلبها الفيس بوك، وفي المرتبة الثالثة اليوتيوب يليه الانستجرام، بينما من أقل مواقع التواصل الاجتماعي التي يفضلها الشباب تويتر وانستجرام وسناب شات وهو ما توضحه بيانات الجدول رقم (2)، وتختلف هذه النتيجة مع دراسة رباب عبد الرحمن (2020) التي توصلت إلى أن موقع الفيس بوك يأتي في مقدمة مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها الباحثون، وفي المرتبة الثانية موقع اليوتيوب، وفي المرتبة الثالثة موقع الانستجرام (42).

### جدول رقم (2) مواقع التواصل الاجتماعي التي يفضلها الشباب الجامعي

مواقع التواصل الاجتماعي	درجة كبيرة		درجة متوسطة		درجة منخفضة		لا	متوسط حسابي	وزن نسبي
	%	ك	%	ك	%	ك			
واتس أب	84.2%	303	12.5%	45	2.5%	9	0.8%	2.80	93.3%
فيسبوك	59.7%	215	27.2%	98	10.3%	37	2.8%	2.44	81.3%
يوتيوب	51.7%	186	29.7%	107	14.4%	52	4.2%	2.29	76.3%
انستجرام	34.2%	123	32.2%	116	22.2%	80	11.4%	1.89	63.1%
تويتر	11.9%	43	15.8%	57	26.4%	95	45.8%	0.94	31.3%
تليجرام	8.3%	30	13.9%	50	24.4%	88	53.3%	0.77	25.7%
سناب شات	6.7%	24	12.5%	45	29.2%	105	51.7%	0.74	24.7%



ولمعرفة مدى اعتماد الشباب الجامعي على مواقع التواصل الاجتماعي في معرفة الأخبار تبين من الدراسة الميدانية أن 45.8% من الشباب (165 مبحوثاً) يعتمدون بدرجة كبيرة على مواقع التواصل الاجتماعي في معرفة الأخبار، و44.2% يعتمدون بدرجة متوسطة (159 مبحوثاً)، بينما 10% منهم يعتمدون بدرجة منخفضة (36 مبحوثاً). وهو ما يتفق مع دراسة نسرين حسام الدين (2016) التي توصلت إلى أن النسبة الأكبر من الشباب يعتمدون على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للحصول على الأخبار، والذي فسرتة الباحثة في ضوء اهتمام الشباب بوسائل الاتصال التكنولوجية التي يسهل استخدامها من خلال الهواتف المحمولة بما تيسره من إمكانية الحصول على الأخبار فور حدوثها دون قيود المكان والزمان<sup>(43)</sup>، كما تتفق مع دراسة (Adel Saleh) (2020)، التي توصلت إلى أن أكثر من ثلاثة أرباع المستجيبين يقضون أقل من ساعة يومياً لمتابعة الأخبار السياسية على مواقع التواصل الاجتماعي، وعلل الباحث ذلك بأن الشباب الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي لا يمكنهم الاستمرار في التصفح لفترة طويلة<sup>(44)</sup>، بهذا يمكن أن نعزى اعتماد الشباب على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على الأخبار إلى خصائص مواقع التواصل الاجتماعي باعتبارها منصة سريعة للاتصالات (Fast food communication platform)، حيث يبحث المستخدمون عن الأخبار العاجلة التي لا تتطلب وقتاً طويلاً من العرض.



شكل رقم (3) درجة اعتماد الشباب على مواقع التواصل الاجتماعي في معرفة الأخبار

كما تبين من نتائج الدراسة ارتفاع متوسط اعتماد الشباب على مواقع التواصل الاجتماعي في معرفة الأخبار، مما يؤكد أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لم يعد قاصراً على تبادل الصور والفيديوهات الشخصية بل امتد لمعرفة أخبار الأحداث المحلية والدولية؛ حيث يتضح من بيانات الجدول رقم (3) أن من أهم أسباب اعتماد الشباب على مواقع التواصل الاجتماعي في معرفة الأخبار كونها سريعة في نقل الأخبار، ولأنها تعطيهم فكرة عن كل ما يحصل حولهم، وهما سببان يتعلقان بطبيعة الوسيط (الحاسب الآلي) الذي يتميز بسرعة نشر المعلومات قد لا تتوفر في وسائل الإعلام التقليدية، ثم يأتي في المرتبة الثالثة السبب الذي يتعلق بصعوبة فرض الرقابة على مواقع التواصل الاجتماعي، حيث يرى الشباب أن بإمكانهم مناقشة قضايا المجتمع المختلفة بكل حرية دون رقابة، ثم في المرتبة الرابعة والخامسة تقديمها تعطي

حية للأحداث من موقعها، وانفرادها بعرض أخبار مباشرة غير موجودة في الوسائل الأخرى، كما يلاحظ أن السبب المتعلق بصدق المعلومات المقدمة فيها يأتي في المرتبة الأخيرة. وتقترب هذه النتيجة من دراسة (Adel Saleh) (2020) التي توصلت إلى أن غالبية الشباب ذكروا أنهم يفضلون استخدام مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على الأخبار السياسية لأنهم يستطيعون الحصول على الأخبار بشكل أسرع مقارنة بوسائل الإعلام الأخرى لأنها توفر معلومات وأخبار أسرع وفي الوقت المناسب، كما أشاروا إلى توفر التفاعل على هذه المواقع، كما تتيح مواقع التواصل الاجتماعي مجموعة متنوعة من وجهات النظر حيث يتم جمع الأخبار من مصادر مختلفة، وكذلك لأنها توفر وجهات النظر المختلفة حول القضايا المطروحة، كما ذكر عدد قليل من المبحوثين أن سبب الحصول على الأخبار السياسية من مواقع التواصل الاجتماعي يرتبط بمصادقية وجودة المعلومات السياسية المقدمة في مواقع التواصل الاجتماعي (فقط 4.7% من إجمالي الردود) (45).

### جدول رقم (3) أسباب اعتماد الشباب على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر إخباري

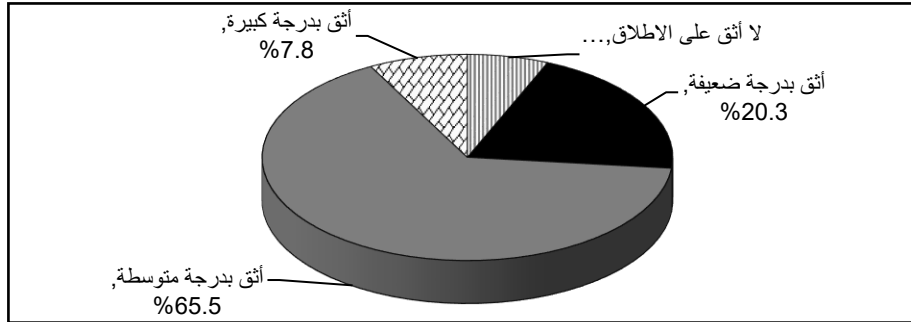
أسباب الاعتماد	ك	%
لأنها سريعة في نقل الأخبار	210	58.3%
تعطيني فكرة عن كل ما يحصل من حولي	202	56.1%
تناقش قضايا المجتمع المختلفة بكل حرية	125	34.7%
تقدم تغطية حية للأحداث من موقعها	80	22.2%
تتفرد بعرض أخبار غير موجودة في الوسائل الأخرى	76	21.1%
تعبر عن رأبي	33	9.2%
صدق المعلومات المقدمة فيها	17	4.7%
جملة من سئلوا	360	

كما اتضح من نتائج الدراسة أن من أهم الصفحات الإخبارية التي يعتمد عليها الشباب الصفحات الرسمية للوزارات والصفحات الرسمية للشخصيات المشهورة، ثم بدرجة أقل صفحات القنوات الفضائية الإخبارية والصحف الورقية والصفحات الإخبارية للمواقع الإلكترونية، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة سماح المحمدي (2019)، التي توصلت إلى أن معدل تعرض الشباب للصفحات الرسمية للوزارات متوسطة، وأرجعت الباحثة هذه النتيجة لحدثة وجود الصفحات الرسمية على مواقع التواصل الاجتماعي، كما أن الطابع الحكومي الرسمي قد يبرر انخفاض معدلات التعرض والمتابعة لها (46).

### جدول رقم (4) الصفحات الإخبارية التي يفضل الشباب متابعتها على مواقع التواصل الاجتماعي

الصفحات الإخبارية	بدرجة كبيرة		بدرجة متوسطة		بدرجة منخفضة		متوسط حسابي	وزن نسبي
	ك	%	ك	%	ك	%		
الصفحات الرسمية للوزارات	175	48.6%	122	33.9%	63	17.5%	2.31	77.0%
الصفحات الرسمية لشخصيات مشهورة	164	45.6%	134	37.2%	62	17.2%	2.28	76.1%
صفحات القنوات الفضائية الإخبارية	105	29.2%	155	43.1%	100	27.8%	2.01	67.1%
صفحات الصحف الورقية	111	30.8%	119	33.1%	130	36.1%	1.95	64.9%
الصفحات الإخبارية للمواقع الإلكترونية	99	27.5%	140	38.9%	121	33.6%	1.94	64.6%

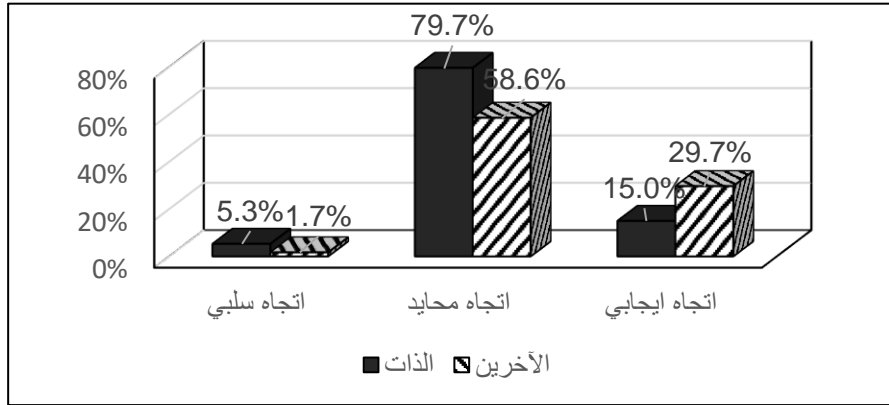
وعلى الرغم من ارتفاع اعتماد الشباب على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على الأخبار؛ إلا أن الدراسة قد توصلت إلى أن عددًا قليلاً من الشباب يتقنون بدرجة كبيرة في المضمون الإخباري المقدم عبر مواقع التواصل الاجتماعي (28 مبحوثاً بنسبة 7.8%)، بينما 65.5% من الشباب يتقنون بدرجة متوسطة (236 مبحوثاً)، يتقنون بدرجة ضعيفة 73 مبحوثاً (20.3%)، ومن لا يتقن على الإطلاق كانوا 23 مبحوثاً (بنسبة 6.4%)، وهذه النتيجة تتفق مع دراسة (Adel Saleh) (2020)، التي توصلت إلى أن الشباب يشككون في الأخبار السياسية على مواقع التواصل الاجتماعي. وأنه لا يزال لدى الشباب ثقة أقل في مواقع التواصل الاجتماعي على الرغم من أنهم أعربوا أن مواقع التواصل الاجتماعي تمثل المصدر الرئيسي لديهم للحصول على المعلومات السياسية، وقد أفاد الباحث أن هذه النتيجة تثير مسألة العلاقة بين استهلاك الأخبار والثقة فيها، فقد يحتاج الناس إلى استهلاك الأخبار التي توفرها أنواع مختلفة من وسائل الإعلام على الرغم من أنهم يشككون أحياناً في مصادرها ومصداقيتها (47). كذلك أشارت دراسة (Yariv Tsfati and Joseph N. Cappella) (2005) إلى أن الأبحاث السابقة وجدت ارتباطات ضعيفة بين الثقة في وسائل الإعلام الإخبارية والتعرض لها، حيث أفاد العديد من المتشككين في الأخبار بمستويات تعرض بين معتدلة إلى عالية للأخبار على الرغم من عدم ثقتهم في الأخبار، وعلل الباحث سبب مشاهدة الأفراد للأخبار التي لا يتقنون فيها، بأن الأفراد يستخدمون الأخبار من المصادر التي يعلنون أنهم لا يتقنون بها؛ لأن الثقة في وسائل الإعلام تتفاعل مع الاحتياجات الأخرى التي تتمثل في المقارنات بعد الاستماع إلى وجهات نظر متنوعة، أو من أجل النقد الإعلامي؛ أي قد يرغب المتشككون في مجادلة وسائل الإعلام (48)، كما توصلت نفس الدراسة (Yariv Tsfati and Joseph N. Cappella) إلى أن الأشخاص ذوي الاحتياجات المعرفية المنخفضة سيتجنبون عموماً التعرض (على أساس طوعي وتلقائي) لمصادر غير موثوقة.



شكل رقم (4) درجة ثقة الشباب الجامعي في المضمون الإخباري المقدم عبر مواقع التواصل الاجتماعي

- مدى اختلاف اتجاهات الشباب الجامعي نحو المضمون الإخباري المقدم عبر مواقع التواصل الاجتماعي عن اتجاهات الآخرين نحو هذا المضمون.  
هدفت الدراسة الميدانية للتعرف على مدى وجود اختلاف في اتجاهات الشباب الجامعي نحو المضمون الإخباري المقدم عبر مواقع التواصل الاجتماعي عن اتجاهات الآخرين نحو هذا

المضمون، وهو ما توضحه بيانات الشكل التالي، حيث تبين أن اتجاه الشباب الجامعي نحو المضمون الإخباري المقدم عبر مواقع التواصل الاجتماعي كان بشكل عام اتجاهًا محايدًا، إلا أنه يتضح من النسب المئوية أنهم يرون أن اتجاه الآخرين نحو هذا المضمون أكثر إيجابية من اتجاههم.



شكل رقم (5) اتجاه الشباب الجامعي نحو المضمون الإخباري عبر مواقع التواصل الاجتماعي وإدراكهم للاتجاهات الآخرين نحو هذا المضمون

وللكشف عن مدى وجود اختلاف في اتجاهات الشباب نحو المضمون الإخباري المقدم عبر مواقع التواصل الاجتماعي بين ذاتهم والآخرين ينص الفرض الأول على أن "اتجاه الشباب نحو المضمون الإخباري عبر مواقع التواصل الاجتماعي يختلف عن اتجاه الآخرين نحو هذا المضمون"، لذا تم تطبيق اختبار (ت) للعينات المترابطة. اتضح وجود فروق دالة إحصائية، حيث كانت قيمة ت (-10.685) وهي دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من 0.01، وهو ما يعني ظهور تأثير الشخص الثالث على إجمالي المقياس حيث كان متوسط اتجاه الشباب الجامعي نحو المضمون الإخباري (25.77، وزن نسبي 64.43%)، بينما متوسط درجات إدراك الشباب الجامعي لاتجاه الآخرين نحو المضمون الإخباري (27.93، وزن نسبي 69.83%)، وهو ما يعني أن الشباب يرون اتجاه الآخرين نحو المضمون الإخباري المقدم عبر مواقع التواصل الاجتماعي أكثر إيجابية من اتجاههم أنفسهم تجاه هذا المضمون.

جدول رقم (5) اختبار (ت) لتأثير الشخص الثالث على اتجاه الشباب الجامعي (الذات مقابل الآخرين) نحو المضمون الإخباري عبر مواقع التواصل الاجتماعي

الدالة الإحصائية	درجة الحرية	قيمة ت	الدالة الإحصائية	قيمة الارتباط	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	
0.000	359	-10.685	0.000	0.451	4.062	25.77	اتجاه الشباب نحو المضمون الإخباري المقدم عبر مواقع التواصل الاجتماعي
					3.088	27.93	إدراك الشباب لاتجاه الآخرين نحو المضمون الإخباري المقدم عبر مواقع التواصل الاجتماعي

وتوضح بيانات الجدول التالي مقارنة استجابات المبحوثين على عبارات مقياس الاتجاه نحو المضمون الإخباري المقدم عبر مواقع التواصل الاجتماعي عند صياغتها عن الذات مع عبارات نفس المقياس التي تم صياغتها عن الآخرين.

**جدول رقم (6) اختلاف اتجاه الشباب الجامعي (الذات مقابل الآخرين) نحو المضمون الإخباري المقدم عبر مواقع التواصل الاجتماعي**

العبارات	الشخص الأول (الذات)		الشخص الثالث (الآخرين)		اختبار العينات المترابطة للدلالة الإحصائية
	متوسط نسبي	وزن نسبي	متوسط نسبي	وزن نسبي	
أتعلم معلومات كثيرة جدا من متابعة الأخبار على مواقع التواصل الاجتماعي	3.90	78.0%	4.11	82.2%	4.762
من غير المحتمل أن تغير الأخبار المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي رأيي حول الموضوعات والقضايا التي تتفق مع أفكاري	3.53	70.7%	3.46	69.2%	1.093
أتابع الأخبار المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي حول المشكلات والقضايا الخلافية	3.91	78.2%	4.09	81.7%	3.580
يمكن أن يكون للأخبار السلبية المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي تأثير قوي على موقفي تجاه بعض القضايا والمشكلات	3.43	68.7%	4.02	80.4%	8.737
أقدر الأخبار المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات	3.40	68.1%	3.84	76.8%	7.322
أحصل على معلومات قيمة من الأخبار المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي	3.69	73.9%	3.73	74.6%	0.751
الأخبار السلبية على مواقع التواصل الاجتماعي هي الأكثر قدرة على تحريك مشاعري من الأخبار الإيجابية	2.94	58.8%	3.73	74.6%	11.832
تزيد الأخبار السلبية والإشاعات من عدم ثقتي في كل ما ينشر على مواقع التواصل الاجتماعي	3.98	79.6%	4.13	82.6%	2.561

يتضح من بيانات الجدول السابق أن الشباب الجامعي يستجيبون لعبارات المقياس بشكل مختلف إذا طرحوا آراءهم عن أنفسهم مقابل آراء الآخرين؛ حيث ظهر تأثير الشخص الثالث على جميع عبارات المقياس ما عدا كل من: "من غير المحتمل أن تغير الأخبار المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي رأيي حول الموضوعات والقضايا التي تتفق مع أفكاري"، و"أحصل على معلومات قيمة من الأخبار المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي"، وهو ما يدعم تأثير الشخص الثالث على اتجاهات الشباب الجامعي نحو المضمون الإخباري المقدم عبر مواقع التواصل الاجتماعي للذات مقابل الآخرين.

كما يتضح من بيانات الجدول رقم (6) أنه توجد فروق بسيطة في الوزن النسبي للذات مقارنة بالآخرين في العبارات الإيجابية المتعلقة بالاتجاه نحو المضمون الإخباري المقدم عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وهو ما يدعم فكرة التأثير العكسي للشخص الثالث والتي تحدث في المواقف التي ينظر فيها إلى الرسالة الإعلامية على أنها إيجابية أو أن لها نتائج مفيدة ومرغوبة اجتماعيا<sup>(49)</sup>.

وبإجراء التحليل العاملي الاستكشافي (Factor Analysis)، لاختصار العوامل التي يمكن من خلالها تفسير اتجاهات الشباب الجامعي نحو المضمون الإخباري المقدم عبر مواقع التواصل الاجتماعي، تم إجراء اختبار (KMO) لقياس جودة التحليل تبين أن قيمة الاختبار 0.764، وهي قيمة مقبولة حيث إن الحد الأدنى لتلك القيمة 0.6، أي أن درجة التجانس كافية لإجراء التحليل العاملي، وقد تم اختيار طريقة المكونات الأساسية (Principal Components Method)، حيث تبين أن هناك ثلاثة عوامل كانت مجموع قيم الجذور الكامن لها (Eigen value= 4.974)، وهو يفسر 62.164% من التباين الحاصل في البيانات، وهو ما يعني وجود عوامل أخرى تفسر اتجاه الشباب الجامعي نحو المضمون الإخباري لمواقع التواصل الاجتماعي.

جدول رقم (7) الجذور الكامنة للعوامل المفسرة لاتجاه الشباب نحو المضمون الإخباري المقدم عبر مواقع التواصل الاجتماعي

العامل الأول	العامل الثاني	العامل الثالث
0.768	0.26-	0.055
0.377-	0.202	0.687
0.63	0.147-	0.019-
0.478	0.625	0.288
0.746	0.114-	0.141
0.772	0.213-	0.065
0.421	0.64	0.047
0.117-	0.43-	0.717

– العامل الأول يتعلق بالنظر إلى الأخبار على مواقع التواصل الاجتماعي باعتبارها مصدرا للمعلومات، ويتكون هذا العامل من العبارات التالية: "أتعلم معلومات كثيرة جدا من متابعة الأخبار على مواقع التواصل الاجتماعي"، "أتابع الأخبار المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي حول المشكلات والقضايا الخلافية"، "أقدر الأخبار المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات"، "أحصل على معلومات قيمة من الأخبار المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي".

– العامل الثاني يتعلق بقدرة الأخبار على مواقع التواصل الاجتماعي في تحريك المشاعر، ويتكون هذا العامل من عبارتين هما: "يمكن أن يكون للأخبار السلبية المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي تأثير قوي على موقفي تجاه بعض القضايا والمشكلات"، "الأخبار السلبية على مواقع التواصل الاجتماعي هي الأكثر قدرة على تحريك مشاعري من الأخبار الإيجابية".

– العامل الثالث يتعلق بقدرة الأخبار على مواقع التواصل الاجتماعي على تغيير المواقف والاتجاهات، ويتكون هذا العامل من عبارتين هما: "من غير المحتمل أن تغير الأخبار المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي رأيي حول الموضوعات والقضايا التي تتفق مع أفكاري"، "تزيد الأخبار السلبية والإشاعات من عدم ثقتي في كل ما ينشر على مواقع التواصل الاجتماعي".

كما هدفت الدراسة الميدانية لاختبار الفرض الثاني الذي ينص على "اختلاف اتجاه الشباب الجامعي والآخرين نحو المضمون الإخباري المقدم عبر مواقع التواصل الاجتماعي باختلاف متغيرات الدراسة".

#### جدول رقم (8) اختلاف اتجاه الشباب الجامعي نحو المضمون الإخباري لمواقع التواصل الاجتماعي

متغيرات الدراسة		العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت	درجة الحرية	الدالة الإحصائية
النوع	ذكور	177	25.64	4.216	0.563-	358	0.574
	إناث	183	25.89	3.916			
المرحلة العمرية	من 21 سنة فأقل	166	26.04	3.325	1.191	358	0.234
	أكثر من 21 سنة	194	25.63	4.596			
درجة الإجماع	إجماع منخفض	202	25.57	4.045	1.174-	358	0.241
	إجماع مرتفع	158	26.05	4.08			
درجة الإحساس بالتفرد	تفرد منخفض	163	25.09	4.176	2.923-	358	0.004
	تفرد مرتفع	197	26.33	3.887			

تبين من نتائج الدراسة عدم قبول الفرض الفرعي الأول للفرض الثاني بشكل جزئي؛ حيث تبين عدم وجود اختلاف بين الشباب حسب متغيرات الدراسة (النوع، والمرحلة العمرية، ودرجة الإجماع) في اتجاههم نحو المضمون الإخباري لمواقع التواصل الاجتماعي، بينما ظهرت فروق دالة إحصائية حسب متغير الإحساس بالتفرد لصالح ذوو الإحساس المرتفع بالتفرد، وتدعم هذه النتيجة أبحاث التفرد التي توصلت إلى أن الأفراد الذين يرون سلوكهم فريداً عن الآخرين يدركون اختلافاً في كيفية تأثير وسائل الإعلام على أنفسهم مقارنة بغيرهم من ذوي الإحساس المنخفض بالتفرد<sup>(50)</sup>.

#### جدول رقم (9) اختلاف إدراك الشباب الجامعي لاتجاه الآخرين نحو المضمون الإخباري

##### لمواقع التواصل الاجتماعي باختلاف متغيرات الدراسة

متغيرات الدراسة		العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت	درجة الحرية	الدالة الإحصائية
النوع	ذكور	177	27.95	3.384	0.163	358	0.871
	إناث	183	27.9	2.782			
المرحلة العمرية	من 21 سنة فأقل	166	27.94	2.836	0.068	358	0.946
	أكثر من 21 سنة	194	27.92	3.296			
درجة الإجماع	إجماع منخفض	202	28.02	2.9	0.637	358	0.501
	إجماع مرتفع	158	27.8	3.318			
درجة الإحساس بالتفرد	تفرد منخفض	163	27.8	3.039	0.727-	358	0.468
	تفرد مرتفع	197	28.04	3.131			

كما تبين من نتائج الدراسة عدم قبول الفرض الفرعي الثاني للفرض الثاني؛ حيث تبين عدم وجود اختلاف بين الشباب حسب متغيرات الدراسة (النوع، والمرحلة العمرية، ودرجة الإجماع، ودرجة الإحساس بالتفرد) في إدراكهم لاتجاه الآخرين نحو المضمون الإخباري لمواقع التواصل الاجتماعي.

نخلص مما سبق عدم وجود تأثير للنوع والمرحلة العمرية ودرجة الإجماع على اتجاهات المبحوثين، بينما ظهر تأثير لدرجة الإحساس بالتفرد فقط مع اتجاهات المبحوثين نحو المضمون

الإخباري المقدم عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ولم يظهر تأثيره مع إدراك الشباب لاتجاه الآخرين وهو ما يتفق مع دراسة (Joan Louise Connors, 2001) الذي فسّر هذه النتيجة في ضوء أن الشباب قد يكون لديهم إحساس ضعيف بنواتهم، كما أنه بالرغم من أن الشباب قد يكونون أكثر إلماماً بمواقع التواصل الاجتماعي إلا أنه قد يكونون أقل قدرة في فهم هذه الوسائط<sup>(51)</sup>.

**– مخاطر تعرض الشباب للمضمون الإخباري المقدم عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ومستوى التأثير به.** هدفت الدراسة الميدانية للتعرف على مخاطر التعرض للمضمون الإخباري المقدم عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومستوى إدراك الشباب للتأثر بهذا المضمون؛ حيث توصلت الدراسة الميدانية إلى أن 93.7% (336 مبحوثاً من إجمالي 360) من الشباب يعتقدون بوجود مخاطر للمضمون الإخباري المقدم عبر مواقع التواصل الاجتماعي. كما تبين من الدراسة عدم وجود فروق دالة إحصائية بين الذكور والإناث في اعتقادهم بوجود مخاطر للمضمون الإخباري المقدم عبر مواقع التواصل الاجتماعي<sup>(52)</sup>، بينما ظهرت فروق لصالح الشباب الأكبر سناً<sup>(53)</sup>. يتضح من بيانات الجدول رقم (10) أن "كثرة الشائعات والأخبار المفبركة والمضللة" تأتي أعلى قائمة مخاطر التعرض للمضمون الإخباري على مواقع التواصل الاجتماعي، يتم تأتي باقي المخاطر المتعلقة بطبيعة مواقع التواصل الاجتماعي كوسيط إعلامي يسهل استخدامه في نشر الأخبار المضللة والشائعات دون الكشف عن هوية الناشر وكذلك الفبركة لعدم إمكانية وضع رقابة على ما ينشر خاصة المواد الإباحية والضارة والتي من شأنها بث العنف والكراهية واستغلال مواقع التواصل الاجتماعي من أجل الحشد والتعبئة بشكل سيئ.

**جدول رقم (10) مخاطر تعرض الشباب للمضمون الإخباري المقدم عبر مواقع التواصل الاجتماعي**

مخاطر التعرض للمضمون الإخباري	موافق بشدة		موافق		لا أعلم		معارض		معارض بشدة		متوسط حسابي	وزن نسبي
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
كثرة الشائعات والأخبار المضللة والمفبركة	230	68.5	89	26.5	15	4.5	2	0.5	-	-	4.63	92.6%
كثرة الأخبار مجهولة المصدر وعدم معرفة هوية من ينشرها	184	54.8	125	37.2	20	6	6	1.8	1	0.3	4.44	88.8%
عدم وجود رقابة على ما يكتب وينشر ويبث على مواقع التواصل الاجتماعي	188	56	115	34.2	24	7.1	8	2.4	1	0.3	4.43	88.6%
نشر المضامين الإباحية والضارة	164	48.8	123	36.6	36	10.7	10	3	3	0.9	4.29	85.8%
صعوبة الحصول على معلومات صحيحة من الكم الهائل من المعلومات والأخبار المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي	154	45.8	138	41.1	32	9.5	9	2.7	3	0.9	4.28	85.6%
استغلال مواقع التواصل الاجتماعي للحشد والتعبئة بشكل سيئ	153	45.5	129	38.4	42	12.5	10	3	3	0.6	4.25	85%
استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة لبث العنف والكراهية والتشهير بالآخرين	157	46.7	110	32.7	47	14	14	5.7	3	0.9	4.19	83.8%



كذلك تبين من نتائج الدراسة أنه لا توجد فروق دالة إحصائية بين الذكور والإناث في شدة إدراكهم لمخاطر التعرض للمضمون الإخباري على مواقع التواصل الاجتماعي (54)، بينما ظهرت فروق في شدة إدراك هذه المخاطر لصالح الشباب الأكبر سناً (55).

وبإجراء التحليل العاملي الاستكشافي (Factor Analysis)، لاختصار العوامل التي يمكن من خلالها تفسير مخاطر تعرض الشباب للمضمون الإخباري المقدم عبر مواقع التواصل الاجتماعي، تم إجراء اختبار (KMO) لقياس جودة التحليل تبين أن قيمة الاختبار 0.852، وهي قيمة مقبولة حيث إن الحد الأدنى لتلك القيمة 0.6، أي أن درجة التجانس كافية لإجراء التحليل العاملي، وقد تم اختيار طريقة المكونات الأساسية (Principal Components Method)، حيث تبين أن هناك عاملاً واحداً كانت قيمة الجذر الكامن له (Eigen value = 3.533)، وهو يفسر 50.468% من التباين الحاصل في البيانات، وهو ما يعني وجود عوامل أخرى تفسر مخاطر التعرض للمضمون الإخباري لمواقع التواصل الاجتماعي.

وتوضح بيانات الجدول رقم (11) أن الشباب يرون أن التأثيرات السلبية للمضمون الإخباري المقدم عبر مواقع التواصل الاجتماعي تكون على الآخرين أكثر من تأثيرها على أنفسهم (م=2.15، و=71.8%)، كما تبين من النتائج أن عدداً غير قليل من المبحوثين يرون أن هناك تأثيرات سلبية عليهم أكثر من الآخرين أو تتساوى التأثيرات السلبية عليهم مثل الآخرين.

#### جدول رقم (11) التأثير السلبي للتعرض للمضمون الإخباري المقدم عبر مواقع التواصل الاجتماعي على الذات والآخرين

التاثير السلبي للمضمون الإخباري	بدرجة كبيرة		بدرجة متوسطة		بدرجة منخفضة		متوسط	وزن نسبي
	ك	%	ك	%	ك	%		
أكثر تأثيراً على الآخرين من تأثيرها عليّ	10	29.4%	203	56.4%	51	14.2%	2.15	71.8%
أنا أتأثر أكثر من الآخرين	61	16.9%	159	44.2%	140	38.9%	1.78	59.4%
يتساوى تأثيرها عليّ مثل تأثيرها على الآخرين	68	18.9%	144	40.0%	148	41.1%	1.78	59.3%

على الرغم من أن الشباب يقضون الكثير من الوقت في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، إلا أنهم يميلون إلى إبعاد أنفسهم عن نفوذها واعتبار الآخرين أكثر عرضة للخطر، وقد يرجع ذلك لما يشير إليه بتعزيز الأنا / الذات "ego enhancement"، فبغض النظر عن شكل وسائل الإعلام ومحتواها، يميل الناس نحو إصدار أحكام تخدم مصالحهم الذاتية من أجل الحفاظ على احترام الذات والشعور بالسيطرة (56)، وتقرب هذه النتيجة مع دراسة رباب عبد الرحمن (2020) حيث دعمت الفرض الإدراكي لنظرية الشخص الثالث، حيث يعتقد المبحوثون أن التأثير الأكبر لمواقع التواصل الاجتماعي على الانتماء الوطني سيكون على الآخرين (الشخص الثالث) وليس على أنفسهم (الشخص الأول) (57).

كما يتضح من نتائج الدراسة أن الشباب لم يبالغوا في تقدير تأثير المضمون الإخباري المقدم عبر مواقع التواصل الاجتماعي على الآخرين، حيث يرى 56.4% من المبحوثين أن المضمون الإخباري المقدم عبر مواقع التواصل الاجتماعي يؤثر بدرجة متوسطة على الآخرين من تأثيره عليهم أنفسهم، وهو ما يتفق مع دراسة (Nicoleta Corbu et al) (2017) (58). أي أنه عندما تكون المسافة النفسية بين الذات والآخرين غير ذات أهمية يصبح

الدافع للحفاظ على احترامهم لذاتهم ووضع أنفسهم، لذا يكونون أقل عرضة للإبلاغ بتأثر أصدقائهم بمواقع التواصل الاجتماعي لأنه قد يعني ضمناً الاعتراف بالتأثير الذاتي. وبتطبيق اختبار (ت) للعينات المترابطة للكشف عن إدراك الشباب للتأثيرات السلبية للمضمون الإخباري المقدم عبر مواقع التواصل الاجتماعي على الذات والآخرين.

**جدول رقم (12) إدراك الشباب للتأثيرات السلبية للمضمون الإخباري لمواقع التواصل الاجتماعي على الذات والآخرين**

المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة الارتباط	الدلالة الإحصائية	قيمة ت	درجة الحرية	الدلالة الإحصائية
1.78	0.715	0.031	0.562	-	359	0.000
2.15	0.643			7.456		

يتضح من بيانات الجدول السابق تحقق الفرض الثالث والذي ينص على أن "التأثيرات السلبية المتصورة للتعرض للمضمون الإخباري على مواقع التواصل الاجتماعي على الآخرين أكبر من التأثيرات السلبية المتصورة على الذات"، حيث دعمت النتائج فرضية الشخص الثالث. فكما هو متوقع، تصور الشباب أن للمضمون الإخباري المقدم عبر مواقع التواصل الاجتماعي تأثيرات سلبية أكبر على الآخرين من تأثيرها عليهم أنفسهم.

كما لاحظت الباحثة أن هذه الفروق بين الذات والآخرين تلاشت عندما تم تطبيق اختبار (ت) على المبحوثين الذين يرون عدم وجود مخاطر للتعرض للمضمون الإخباري لمواقع التواصل الاجتماعي، وكان عددهم 24 مبحوثاً، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (Mina Tsay-Vogel) (2015)، إذ إنه يرى أنه كلما زاد عدد المبحوثين الذي يرون أن تأثير الفيس بوك سلبي كلما كان الفارق ملحوظاً في تقدير تأثيرات الفيس بوك بين الذات والآخرين، وكلما زاد عدد المستخدمين الذي يعتبرون عدم وجود خطورة من استخدام الفيس بوك، تضاءلت تقديراتهم لتأثيرات الفيس بوك على أنفسهم وعلى الآخرين<sup>(59)</sup>، وهو ما يدعم فرضية أن استصواب الوسيط له تأثير على قوة تأثير الشخص الثالث، ويؤكد صحة الفرض الثاني.

**جدول رقم (13) إدراك المبحوثين الذين يرون عدم وجود مخاطر للتعرض للمضمون الإخباري لمواقع التواصل الاجتماعي للتأثيرات السلبية على الذات والآخرين**

المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة الارتباط	الدلالة الإحصائية	قيمة ت	درجة الحرية	الدلالة الإحصائية
1.79	0.658	0.186	0.385	-	23	0.07
2.08	0.504			1.904		

كما هدفت الدراسة الميدانية لاختبار الفرض الرابع الذي ينص على "اختلاف إدراك الشباب للتأثيرات السلبية للمضمون الإخباري لمواقع التواصل الاجتماعي على الذات والآخرين باختلاف متغيرات الدراسة".

**جدول رقم (14) اختلاف إدراك الشباب للتأثيرات السلبية للمضمون الإخباري لمواقع التواصل الاجتماعي على الذات باختلاف متغيرات الدراسة**

متغيرات الدراسة	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت	درجة الحرية	الدلالة الإحصائية
النوع	ذكور	177	1.73	1.203-	358	0.23
	إناث	183	1.83			
المرحلة العمرية	من 21 سنة فأقل	166	1.77	0.38-	358	0.704
	أكثر من 21 سنة	194	1.79			
درجة الإجماع	إجماع منخفض	202	1.8	0.494-	358	0.622
	إجماع مرتفع	158	1.76			
درجة الإحساس بالتفرد	تفرد منخفض	163	1.66	2.875-	358	0.004
	تفرد مرتفع	197	1.88			

تبين من نتائج الدراسة عدم قبول الفرض الفرعي الأول للفرض الرابع بشكل جزئي؛ حيث تبين عدم وجود اختلاف بين الشباب حسب متغيرات الدراسة (النوع، والمرحلة العمرية، ودرجة الإجماع) في إدراكهم للتأثيرات السلبية للمضمون الإخباري لمواقع التواصل الاجتماعي على الذات، بينما ظهرت فروق دالة إحصائية حسب متغير الإحساس بالتفرد لصالح ذوي الإحساس المرتفع بالتفرد، وتدعم هذه النتيجة أبحاث التفرد عند الأفراد الذين يرون أن سلوكهم فريدا عن الآخرين يدركون اختلافا في كيفية تأثير وسائل الإعلام على أنفسهم مقارنة بالآخرين ذوي الإحساس المنخفض بالتفرد<sup>(60)</sup>.

**جدول رقم (15) اختلاف إدراك الشباب للتأثيرات السلبية للمضمون الإخباري لمواقع التواصل الاجتماعي على الآخرين باختلاف متغيرات الدراسة**

متغيرات الدراسة	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت	درجة الحرية	الدلالة الإحصائية
النوع	ذكور	177	2.19	0.976	358	0.33
	إناث	183	2.12			
المرحلة العمرية	من 21 سنة فأقل	166	2.23	2.254	358	0.025
	أكثر من 21 سنة	194	2.08			
درجة الإجماع	إجماع منخفض	202	2.13	0.637-	358	0.525
	إجماع مرتفع	158	2.18			
درجة الإحساس بالتفرد	تفرد منخفض	163	2.14	0.313-	358	0.755
	تفرد مرتفع	197	2.16			

كما تبين من نتائج الدراسة عدم قبول الفرض الفرعي الثاني للفرض الرابع بشكل جزئي؛ حيث تبين عدم وجود اختلاف بين الشباب حسب متغيرات الدراسة (النوع، ودرجة الإجماع، ودرجة الإحساس بالتفرد) في إدراكهم للتأثيرات السلبية للمضمون الإخباري لمواقع التواصل الاجتماعي على الآخرين، بينما ظهرت فروق دالة إحصائية حسب متغير المرحلة العمرية لصالح الفئة العمرية الأصغر سناً في إدراكهم للتأثيرات السلبية للمضمون الإخباري لمواقع التواصل الاجتماعي على الآخرين، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (Mina Tsay-Vogel) (2015) التي خلصت إلى أن الأصغر سناً أدركوا تأثيرات الفيس بوك أكبر بكثير من الأكبر سناً<sup>(61)</sup>، وكذلك دراسة (Nikos Antonopoulos et al) (2015) التي توصلت إلى أن العمر له تأثيرات ذات دلالة إحصائية على تأثير الشخص الثالث، حيث توصلت إلى أن العمر ارتبط ارتباطاً عكسياً بالتأثير الملحوظ على الذات والآخرين، أي أنه كلما تقدم المشاركون في السن، قل التأثير الملحوظ على الذات والآخرين<sup>(62)</sup>، وهو ما توصلت إليه الدراسة الحالية. كما هدفت الدراسة الميدانية للتحقق من صحة الفرض الخامس الذي ينص على أنه: "يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لاتجاهات المبحوثين نحو المضمون الإخباري المقدم عبر مواقع التواصل الاجتماعي على إدراكهم للتأثيرات السلبية لهذا المضمون على ذواتهم في ضوء المتغيرات الوسيطة (النوع والمرحلة العمرية ودرجة الإجماع ودرجة الإحساس بالتفرد)".

**جدول رقم (16) تحليل الانحدار الخطي لاختبار تأثير اتجاه المبحوثين نحو المضمون الإخباري المقدم عبر مواقع التواصل الاجتماعي على إدراكهم للتأثيرات السلبية لهذا المضمون على ذواتهم في ضوء المتغيرات الوسيطة**

التغير المستقل	تحليل الانحدار الخطي البسيط					تفصيل الانحدار الخطي البسيط تبعاً للمتغيرات الوسيطة				
	R	R <sup>2</sup>	F المحسوبة	مستوى الدلالة	β	R	R <sup>2</sup>	β	F المحسوبة	مستوى الدلالة
اتجاهات الشباب نحو المضمون الإخباري المقدم عبر مواقع التواصل الاجتماعي	0.359	0.129	53.00	0.000	0.359	النوع	0.366	0.134	27.028	0.000
						النوع	0.353	0.124	25.72	0.000
	المرحلة العمرية	0.357	0.127	28.032	0.357	من 21 سنة فأقل	0.381	0.145	27.896	0.000
						أكثر من 21 سنة	0.357	0.127	28.032	0.000
	درجة الإجماع	0.411	0.165	40.577	0.411	إجماع منخفض	0.411	0.165	40.577	0.000
						إجماع مرتفع	0.297	0.088	15.081	0.000
	درجة الإحساس بالتفرد	0.342	0.117	21.326	0.342	تفرد منخفض	0.342	0.117	21.326	0.000
						تفرد مرتفع	0.339	0.115	25.272	0.000

تبين من بيانات الجدول رقم (16) وجود أثر ذوي دلالة إحصائية لاتجاه المبحوثين نحو المضمون الإخباري المقدم عبر مواقع التواصل الاجتماعي على إدراكهم للتأثيرات السلبية لهذا المضمون على ذواتهم، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط ( $R=0.359$ )، عند مستوى معنوية أقل من 0.01، كما بلغ معامل التحديد ( $R^2=0.129$ )، وهذا يعني أن ما قيمته 12.9% من التغيرات التي تحدث في إدراك الشباب للتأثيرات السلبية لهذا المضمون على ذواتهم ناتج عن التغيير في اتجاهات الشباب نحو المضمون الإخباري المقدم عبر مواقع التواصل الاجتماعي، كما بلغت قيمة التأثير

( $\beta=0.359$ )، بمعنى أن الزيادة بدرجة واحدة في اتجاه الشباب نحو المضمون الإخباري المقدم عبر مواقع التواصل الاجتماعي يؤدي إلى زيادة في إدراكهم للتأثيرات السلبية لهذا المضمون على ذواتهم بنسبة 35.9%، ويؤكد معنوية هذا التأثير قيمة (F) المحسوبة التي بلغت (53)، وهي دالة عند مستوى معنوية أقل من 0.01.

كما يتبين من نتائج الجدول رقم (16) أن تأثير اتجاه المبحوثين نحو المضمون الإخباري المقدم عبر مواقع التواصل الاجتماعي على إدراكهم للتأثيرات السلبية لهذا المضمون لدى الذكور أعلى مما هو لدى الإناث؛ حيث يبلغ ( $R^2=0.134$ ) لدى الذكور، مقابل ( $R^2=0.124$ ) لدى الإناث، كما يزداد التأثير عند المبحوثين الأصغر سناً مقابل المبحوثين الأكبر سناً، حيث ( $R^2=0.145$ ) لدى الأصغر سناً، مقابل ( $R^2=0.127$ ) لدى الأكبر سناً، ويزداد التأثير عند المبحوثين ذوي الإحساس المنخفض بالإجماع مقابل المبحوثين ذوي الإحساس المرتفع بالإجماع، حيث ( $R^2=0.165$ ) لدى المبحوثين ذوي الإحساس المنخفض بالإجماع، مقابل ( $R^2=0.088$ ) لدى المبحوثين ذوي الإحساس المرتفع بالإجماع، وكذلك يزداد التأثير عند المبحوثين ذوي الإحساس المنخفض بالتفرد مقابل المبحوثين ذوي الإحساس المرتفع بالتفرد، حيث يبلغ ( $R^2=0.117$ ) لدى المبحوثين ذوي الإحساس المنخفض بالتفرد، مقابل ( $R^2=0.155$ ) لدى المبحوثين ذوي الإحساس المرتفع بالتفرد.

نستخلص مما سبق أن هناك تأثيراً لاتجاه المبحوثين نحو المضمون الإخباري المقدم عبر مواقع التواصل الاجتماعي على إدراكهم للتأثيرات السلبية لهذا المضمون على ذواتهم، ويزداد هذه التأثير لدى الذكور الأصغر سناً ذوي الإحساس المنخفض بالإجماع والتفرد.

كما ثبتت صحة الفرض السادس الذي ينص على "توجد علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين اعتماد الشباب على مواقع التواصل الاجتماعي في معرفة الأخبار وإدراكهم للتأثيرات السلبية للمضمون الإخباري المقدم عبر هذه المواقع"؛ فقد تبين وجود علاقة ارتباط إيجابية ضعيفة دالة إحصائياً، حيث كانت قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.126) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من 0.05. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (Mina Tsay-Vogel) (2015)<sup>(63)</sup>، وتعني هذه النتيجة أن الشباب يقدرّون بوعي التأثيرات السلبية للتعرض للمضمون الإخباري المقدم عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

– مدى تأييد الشباب لفرض رقابة على المضمون الإخباري المقدم عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

وقد هدفت الدراسة الميدانية للتعرف على مدى تأييد الشباب لفرض رقابة على المضمون الإخباري المقدم عبر مواقع التواصل الاجتماعي؛ حيث توصلت الدراسة الميدانية إلى أن 88.1% (317 مبحوثاً من إجمالي 360) من الشباب بأنهم يؤيدون فرض الرقابة، كما تبين من الدراسة وجود علاقة بين النوع ومدى تأييد الشباب لفرض رقابة على المضمون الإخباري عبر مواقع التواصل الاجتماعي؛ حيث تبين أن الإناث هن الأكثر تأييداً من الذكور لفرض الرقابة<sup>(64)</sup>، بينما لم تظهر علاقة بين السن ومدى تأييد الشباب لفرض الرقابة<sup>(65)</sup>.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة رباب عبد الرحمن (2020) التي توصلت إلى أن نسبة 81.3% من المبحوثين يؤيدون بدرجة مرتفعة اتخاذ إجراءات لحماية أنفسهم من مخاطر مواقع التواصل الاجتماعي، ويعكس تأييد الشباب الجامعي المرتفع لاتخاذ إجراءات لتقليل مخاطر مواقع

التواصل الاجتماعي على انتمائهم الوطني، حتى وإن كانوا يعتقدون أنهم يتأثرون بهذه المخاطر بدرجة أقل من الآخرين، وفسرت رباب عبد الرحمن (2020) هذه النتيجة في إطار إدراك الشباب لمخاطر مواقع التواصل الاجتماعي على الانتماء للوطن مما يجعلهم يؤيدون اتخاذ إجراءات وقائية لحماية أنفسهم، حتى وإن كانوا لا يدركون أنهم يتأثرون بشكل كبير بهذه المخاطر<sup>(66)</sup>.

وفيما يلي توضيح أساليب الرقابة على المضمون الإخباري المقدم عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

#### جدول رقم (17) أساليب الرقابة التي يفضلها الشباب على المضمون الإخباري المقدم عبر مواقع التواصل الاجتماعي

الوزن النسبي	المتوسط الحسابي	لا		درجة منخفضة		درجة متوسطة		درجة كبيرة		أساليب الرقابة
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
94.0%	2.82	0.9%	3	1.9%	6	11.4%	36	85.8%	272	رقابة ذاتية نابغة من الشخص نفسه
86.9%	2.61	0.6%	2	1.9%	6	33.8%	107	63.7%	202	رقابة إعلامية من خلال وسائل الإعلام التوعوية
85.3%	2.56	0.9%	3	3.8%	12	33.8%	107	61.5%	195	رقابة حكومية تتمثل في وضع قوانين وغرامات على الاستخدام
84.8%	2.54	0.9%	3	2.5%	8	37.9%	120	58.7%	186	رقابة أسرية من خلال الأم أو الأب أو أحد أفراد الأسرة

يتضح من بيانات الجدول السابق أن الرقابة الذاتية النابغة من الشخص نفسه جاءت في الترتيب الأول، يليها في الترتيب الثاني الرقابة الإعلامية من خلال وسائل الإعلام التوعوية، ثم رقابة حكومية تتمثل في وضع قوانين وغرامات على الاستخدام، وأخيرا رقابة أسرية من خلال الأم أو الأب أو أحد أفراد الأسرة.

وللكشف عن مدى تحقق الفرض السلوكي لنظرية الشخص الثالث ينص الفرض السابع على أن "الأكثر إدراكا لتأثير الشخص الثالث هم الأكثر تدعيما لفرض الرقابة على المضمون الإخباري المقدم عبر مواقع التواصل الاجتماعي"، لذا تم تطبيق اختبار (ت) للعينات المترابطة.

#### جدول رقم (18) اختبار (ت) لتأثير الشخص الثالث على تدعيم فرض الرقابة على المضمون الإخباري لمواقع التواصل الاجتماعي

المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة الارتباط	الدالة الإحصائية	قيمة ت	درجة الحرية	الدالة الإحصائية
6.74	5.213	0.179	0.001	-	316	0.000
8.95	3.971			6.606		

يتضح من بيانات الجدول السابق وجود فروق دالة إحصائية، حيث كانت قيمة ت (-6.606) وهي دالة إحصائية عند مستوى معنوية أقل من 0.01، وهو ما يعني تحقق الفرض السلوكي لنظرية تأثير الشخص الثالث، أي أن الأكثر إدراكا لتأثير الشخص الثالث هم الأكثر تدعيما

لفكرة فرض الرقابة أو فرض القيود على المضامين الإعلامية<sup>(67)</sup>. فقد كان متوسط الموافقة على فرض الرقابة من الشباب الذين يرون تأثير المضمون الإخباري على ذواتهم أكثر من الآخرين (6.74، وزن نسبي 56.2%)، بينما كان متوسط الموافقة على فرض الرقابة من الشباب الذين يرون تأثير المضمون الإخباري على الآخرين أكثر من ذواتهم (8.95، وزن نسبي 74.6%). ويمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء أن الأفراد يدركون أن الآخرين سيتأثرون بشدة بوسائل الإعلام، لذا من المرجح أن يدعموا تقييد وسائل الإعلام، وكلما قل عدد الأشخاص الذي يرون أنفسهم متأثرين بوسائل الإعلام زاد احتمال معارضتهم للقيود.

### (3) خاتمة الدراسة

هدفت الدراسة إلى تحليل المتغيرات التي من خلالها يدرك الشباب الطريقة التي يؤثر بها المضمون الإخباري المقدم عبر مواقع التواصل الاجتماعي على أنفسهم وعلى الآخرين؛ حيث اعتمدت الدراسة في أساسها النظري وبناء فروضها على نظرية تأثير الشخص الثالث ونظرية الجهل الجمعي ومفهوم التفرد.

فكل من تأثير الشخص الثالث والجهل الجمعي والتفرد يركزون على كيفية إدراك الفرد تشابه آراء الآخرين أو أختلافهم مع آرائهم؛ حيث إن أفراد المجتمع دوماً يميلون إلى تعظيم التأثيرات التي تحدثها وسائل الإعلام المختلفة على الآخرين من ناحية المواقف والسلوكيات، ولكن في الوقت نفسه يفترضون أنها لا تؤثر عليهم بذواتهم إلا بشكل قليل خاصة المضمون السلبي، ودوماً يسعون إلى فرض رقابة على هذه الوسائل الإعلامية من أجل حماية الآخرين.

وكانت الاستفادة من الإطار النظري من خلال سعي الدراسة إلى معرفة إدراك الشباب الجامعي لمخاطر المضمون الإخباري المقدم عبر مواقع التواصل الاجتماعي على أنفسهم والآخرين، كما تسعى الدراسة إلى معرفة العلاقة بين الفرض الإدراكي للفرد وتأبيده لفرض رقابة على مواقع التواصل الاجتماعي فيما يتعلق بالمضمون الإخباري المقدم عبر مواقع التواصل الاجتماعي في إطار نظرية الجهل الجمعي ومفهوم التفرد.

وقد اعتمدت الدراسة على المنهج الارتباطي (Correlation Method)، الذي يهدف إلى تقرير العلاقة بين متغيرين أو أكثر وتحديد قدر هذه العلاقة، حيث تفترض الدراسة الحالية حدوث تأثير الشخص الثالث بين مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، وتحديد ما يتعلق بالمضمون الإخباري المنشور غيرها، وذلك من خلال تأثير المتغيرات الوسيطة: الجهل الجمعي (pluralistic ignorance) والتفرد (Uniqueness)، وتم اختيار عينة الدراسة الميدانية وفقاً لأسلوب العينة العمدية المتاحة (Purposive Sample)، ولهذا الغرض تم تطبيق الاستمارة إلكترونياً على عينة قوامها 360 شاباً.

تبين من نتائج الدراسة الميدانية ارتفاع نسبة اعتماد الشباب على مواقع التواصل الاجتماعي، ويرجع ذلك لاهتمامهم بوسائل الاتصال التكنولوجية التي يسهل استخدامها من خلال الهواتف المحمولة بما تيسره من إمكانية الحصول على الأخبار فور حدوثها دون قيود المكان والزمان، بالإضافة إلى خصائص مواقع التواصل الاجتماعي باعتبارها منصة سريعة للاتصالات (Fast food communication platform)، حيث يبحث المستخدمون عن الأخبار العاجلة التي لا تتطلب وقتاً طويلاً من العرض بأقل مجهود وتحرراً من القيود.

كما تبين من نتائج الدراسة ارتفاع متوسط اعتماد الشباب على مواقع التواصل الاجتماعي في معرفة الأخبار، مما يؤكد أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لم يعد قاصراً على تبادل الصور والفيديوهات الشخصية بل امتد لمعرفة أخبار الأحداث المحلية والدولية، وكان من أهم أسباب اعتماد الشباب على مواقع التواصل الاجتماعي في معرفة الأخبار كونها فورية وسريعة في نقل الأخبار، ولأنها تعطيهم فكرة عن كل ما يحصل حولهم، وهما سببان يتعلقان بطبيعة الوسيط (الحاسب الآلي) الذي يتميز بسرعة نشر المعلومات التي قد لا تتوفر في وسائل الإعلام التقليدية، ثم في المرتبة الثالثة سبب يتعلق بصعوبة فرض الرقابة على مواقع التواصل الاجتماعي، حيث يرى الشباب أنها تناقش قضايا المجتمع المختلفة بكل حرية، ثم في المرتبة الرابعة والخامسة تقديمها تغطية حية للأحداث من موقعها، وانفرادها بعرض أخبار غير موجودة في الوسائل الأخرى، كما يلاحظ أن السبب المتعلق بصدق المعلومات المقدمة فيها جاء في المرتبة الأخيرة. وعلى الرغم من ارتفاع اعتماد الشباب على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على الأخبار؛ إلا أن الدراسة توصلت إلى أن عدداً قليلاً من الشباب يتقنون بدرجة كبيرة في المضمون الإخباري المقدم عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

كما تبين من نتائج الدراسة أن اتجاه الشباب الجامعي نحو المضمون الإخباري المقدم عبر مواقع التواصل الاجتماعي كان بشكل عام اتجاهًا محايداً، كما توصلت الدراسة إلى أنه يمكن اختزال مقياس اتجاهات الشباب الجامعي إلى ثلاث عوامل رئيسية، وهي: النظر إلى مواقع التواصل الاجتماعي باعتبارها مصدراً للمعلومات، وقدرة الأخبار على مواقع التواصل الاجتماعي في تحريك المشاعر، وقدرة الأخبار عبر مواقع التواصل الاجتماعي على تغيير المواقف والاتجاهات.

كما أظهرت نتائج الدراسة تأثير الشخص الثالث؛ حيث تبين أن الشباب يرون اتجاه الآخرين نحو المضمون الإخباري المقدم عبر مواقع التواصل الاجتماعي أكثر إيجابية من اتجاههم أنفسهم تجاه هذا المضمون، كما تبين أن الشباب يرون التأثيرات السلبية للمضمون الإخباري المقدم عبر مواقع التواصل الاجتماعي تكون على الآخرين أكثر من تأثيرها على أنفسهم. إلا أن الدراسة توصلت إلى أن هذه الفروق بين الذات والآخرين تلاشت عندما تم تطبيق اختبار (ت) على المبحوثين الذين يرون عدم وجود مخاطر للتعرض للمضمون الإخباري لمواقع التواصل الاجتماعي وكان عددهم 24 مبحوثاً، وهو ما يدعم فرضية أن استصواب الوسيط له تأثير على قوة تأثير الشخص الثالث.

وعلى الرغم من عدم وجود اختلاف بين الشباب حسب متغيرات الدراسة (النوع، والمرحلة العمرية، ودرجة الإجماع) في إدراكهم للتأثيرات السلبية للمضمون الإخباري لمواقع التواصل الاجتماعي على الذات، إلا أنه ظهرت فروق دالة إحصائية حسب متغير الإحساس بالتفرد لصالح ذوي الإحساس المرتفع بالتفرد؛ حيث تدعم هذه النتيجة أبحاث التفرد أن الأفراد الذي يرون أن سلوكهم الذاتي فريد عن الآخرين، ويدركون اختلافاً في كيفية تأثير وسائل الإعلام على أنفسهم مقارنة بأشخاص آخرين.

كما خلصت الدراسة إلى وجود تأثير لاتجاه المبحوثين نحو المضمون الإخباري المقدم عبر مواقع التواصل الاجتماعي على إدراكهم للتأثيرات السلبية لهذا المضمون، ويزداد هذه التأثير لدى الذكور الأصغر سناً ذوي الإحساس المنخفض بالإجماع والتفرد.



كما توصلت الدراسة الميدانية إلى أن نسبة 88.1% من الشباب يؤيدون فرض الرقابة على المضمون الإخباري عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وكانت الإناث هن الأكثر تأييداً من الذكور لفرض هذه الرقابة، ومن أساليب الرقابة جاء في الترتيب الأول الرقابة الذاتية النابعة من الشخص نفسه، يليها في الترتيب الثاني الرقابة الإعلامية من خلال وسائل الإعلام التوعوية، ثم رقابة حكومية تتمثل في وضع قوانين وغرامات على الاستخدام، وأخيراً رقابة أسرية من خلال الأم أو الأب أو أحد أفراد الأسرة. هذا وقد تحققت الدراسة من الفرض السلوكي لنظرية تأثير الشخص الثالث، فقد تبين أن الأكثر إدراكاً لتأثير الشخص الثالث هم الأكثر طلباً وتدعيماً لفكرة فرض الرقابة أو فرض القيود على المضمون الإخباري لمواقع التواصل الاجتماعي.

#### من العرض السابق لأهم ما توصلت إليه نتائج الدراسة يتبين ما يلي:

- مقترحات دافسيون الأصلية لتأثير الشخص الثالث صحيحة حتى عند تطبيق الفرضية على بيانات وسائط أحدث؛ حيث تتوافق نتائج الدراسة الحالية مع فرضية دافيسون (1983) والمصممة للإشارة إلى وسائل الإعلام التقليدية، حيث تبين أنه عند تطبيقها على مواقع التواصل الاجتماعي تتبع النتائج نفس الاتجاه، بمعنى أن مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي من الشباب يميلون للإبلاغ عن تأثير أقوى لمواقع التواصل الاجتماعي على الآخرين أكثر من تأثيرها على أنفسهم، كما أن الأكثر إدراكاً لتأثير الشخص الثالث هم الأكثر تدعيماً لفكرة فرض الرقابة أو فرض القيود على المضمون الإخباري لمواقع التواصل الاجتماعي.
- عدم وضوح الفروق بين الشباب في إدراك تأثير المضمون الإخباري المقدم عبر مواقع التواصل الاجتماعي يرجع إلى الحدود الافتراضية والشبكات الخاصة التي توفرها خدمات مواقع التواصل الاجتماعي. لذلك يجب أن تفكر الدراسات المستقبلية التي تفرص تأثير الشخص الثالث في سياق مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين مصطلح الآخرين.
- اهتمام الدراسات المستقبلية بدراسة تأثير نمط الثقافة المجتمعية على إدراك تأثير المضمون الإخباري المقدم عبر مواقع التواصل الاجتماعي على الذات والآخرين.

## هوامش الدراسة

- (1) أشرف جلال حسن، "أثر شبكات العلاقات الاجتماعية التفاعلية بالإنترنت ورسائل الفضائيات على العلاقات الاجتماعية والاتصالية للأسرة المصرية والقطرية"، في: **المؤتمر العلمي الأول "الأسرة والإعلام وتحديات العصر"**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، الجزء الثاني فبراير 2009، ص: 478.
- (2) بركات عبد العزيز، **مناهج البحث الإعلامي: الأصول النظرية ومهارات التطبيق**، القاهرة: دار الكتاب الحديث، 2012، ص: 74.
- (3) Mina Tsay-Vogel, "Me versus them: Third-person effects among Facebook users", in: **new media & society**, February 2015, p: 3. Available at: <https://www.researchgate.net/publication/276827889>
- (4) مها محمد كامل الطرابيشي، "الاتجاهات العالمية الحديثة في بحوث ودراسات الرأي العام"، في: **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام)، المجلد 5، العدد 1، يونيو 2004، ص: 44.
- (5) Phillips Davsion W., "The third-person effect in communication", in: **Public Opinion Quarterly**, vol. 47, 1983, p: 3.
- (6) **Ibid**, p: 11.
- (7) Yarif Tsfati & Jonathan, "On the effect of the third person: perceived influence of media coverage and residential mobility intentions", In: **journal of communication**, vol 53, Issue 4, December 2003, p: 711. Available at: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/j.1460-2466.2003.tb02919.x>
- (8) Jeremy Cohen and Robert G. Davis, "Third-Person Effects and the Differential Impact in Negative Political Advertising", In: **journalism quarterly**, Vol. 68, No. 4 (Winter 1991) p: 682, 683. Available at: <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/107769909106800409>
- (9) Albert Gunther C., "What we think other think: Cause and consequences in the Third-Person Effect". In: **Communication Research**, vol. 18, Issue 3, 1991, p: 27-38.  
Available at: <https://doi.org/10.1177%2F009365091018003004>
- (10) Phillips Davsion W., **Op-Cit**, p: 6
- (11) مها محمد كامل الطرابيشي، **مرجع سابق**، ص: 49.
- (12) Jens Ulrik Hansen, "Pluralistic ignorance: A case for social epistemology and epistemic logic", **Presented at the workshop on Epistemic Logic for Individual, Social, and Interactive Epistemology**, (ELISIEM 2014), Tübingen, Germany, 2014. p: 2. Available at: [https://www.researchgate.net/publication/268033951\\_Pluralistic\\_Ignorance\\_A\\_Case\\_for\\_Social\\_Epistemology\\_and\\_Epistemic](https://www.researchgate.net/publication/268033951_Pluralistic_Ignorance_A_Case_for_Social_Epistemology_and_Epistemic)
- (13) Joan Louise Conners, "The Third-Person Effect, Pluralistic Ignorance, and Uniqueness: Explaining Political Advertising Attitudes", **PHD**, Submitted to The Faculty of The Graduate School of The University of Minnesota. 2001, p: 34.
- (14) Jens Ulrik Hansen, **Op-Cit**, p: 2.
- (15) Joan Louise Conners, **Op-Cit**, p: 38.
- (16) إسماعيل إبراهيم علي وشذى خالص عبد الرحمن، "التمركز حول الذات وعلاقته بالتكيف الأكاديمي لدى طلبة الجامعة"، في: **مجلة البحوث التربوية والنفسية**، مجلد 13، العدد (49)، 2016، ص 306.  
Available at: <http://jperc.uobaghdad.edu.iq/index.php/jperc/issue/view/13>

- (17) Joan Louise Connors, **Op-Cit**, p: 39.
- (18) **Ibid**, p: 48.
- (19) رباب عبد الرحمن، "إدراك الشباب الجامعي لمخاطر مواقع التواصل الاجتماعي على الانتماء الوطني"، في: **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام)، المجلد 19، العدد 1، الشتاء 2020، ص 183 - 230.
- (20) Azi Lev-On, "The third-person effect on Facebook: The significance of perceived proficiency", In: **Telematics and Informatics** 34 (2017) 252–260  
Available at: <http://dx.doi.org/10.1016/j.tele.2016.07.002>
- (21) صالح العراقي، "تعرض الشباب الجامعي المصري للمواقع الإلكترونية التي تهتم بقضايا المخدرات وعلاقته بإدراكهم لمخاطر ادمان المخدرات الرقمية في إطار تطبيق نظرية تأثير الشخص الثالث"، في: **المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون**، (جامعة القاهرة: كلية الاعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون)، العدد 11، ديسمبر 2017، ص 101 – 196.
- (22) Nicoleta Corbu et. al., "Facebook influences you more than me: The perceived impact of social media effects among young Facebook users", In: **Central European Journal of Communication**, Vol,2 2017, p 239 – 253. Available at: <https://www.researchgate.net/publication/331997066>
- (23) Ven-Hwei Lo et. al., "Issue Importance, Third-Person Effects of Protest News, and Participation in Taiwan's Sunflower Movement", in: **Journalism & Mass Communication Quarterly**, vol 49 (3), 2017, p: 682 – 702. Available at: <https://08113o258-1105-y-https-journals-sagepub-com.mplbci.ekb.eg/doi/full/10.1177/1077699016670122>
- (24) غادة مصطفى البطريق، "تعرض الشباب العربي للمواقع الإلكترونية المتطرفة فكريا وعلاقته بإدراكهم للمنطق الدعائي للتنظيمات الإرهابية: دراسة ميدانية في إطار نظرية تأثير الشخص الثالث"، في: **مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط**، (القاهرة: الجمعية المصرية للعلاقات العامة)، العدد 13، ديسمبر 2016، ص 177-208.
- (25) انتصار محمد السيد، "إدراك الشباب الجامعي لتأثير محتوى العنف السياسي بالإنترنت وعلاقته باتجاهاتهم نحو عرض الرقابة على الإنترنت: دراسة ميدانية في ضوء نظرية الشخص الثالث"، في: **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام)، العدد 51، يونيو 2015، ص 325 – 382.
- (26) Mina Tsay-Vogel, **Op-Cit**, p: 1 – 17.
- (27) Valarie Schweisberger et. al., "Facebook, the Third-Person Effect, and the Differential Impact Hypothesis", In: **Journal of Computer-Mediated Communication**, Vol, 19, issue 3, (April 2014) 403–413. Available at: <https://academic.oup.com/jcmc/article/19/3/403/4067537>
- (28) Stephen A. Banning & Kaye D. Sweetser, "How Much Do They Think It Affects Them and Whom Do They Believe? Comparing the Third-Person Effect and Credibility of Blogs and Traditional Media", In: **Communication Quarterly**, Vol. 55, No. 4, November 2007, pp. 451–466  
Available at: <https://www.researchgate.net/publication/249018355>
- (29) Adel Saleh, "Do Youth Trust in Political News on Social Media? Impacts of Trust or Distrust on the Egyptian Young Citizens Political Engagement" في: **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام) المجلد 19، العدد 1، الشتاء 2020، ص 47 – 86.

- (30) سماح المحمدي، "اعتماد الشباب المصري على صفحات المتحدثين الرسميين للمؤسسات الحكومية على مواقع التواصل الاجتماعي"، في: *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام)، المجلد 18، العدد 2، الربيع 2019، ص 1 - 79.
- (31) ميرال مصطفى، "العلاقة بين التعرض للمحتوى الإخباري في مواقع التواصل الاجتماعي والكفاءة السياسية الجمعية للشباب المصري"، في: *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام)، المجلد 16، العدد 4، الخريف 2017، ص 219 – 257.
- (32) نسرين حسام الدين، "دور مواقع التواصل الاجتماعي في إدراك الشباب المصري لمخاطر حروب الجيل الرابع: دراسة ميدانية"، في: *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام)، المجلد 15، العدد 2، ربيع 2016، ص 307 – 356.
- (33) إبراهيم عبد الله المسلمي، *مناهج البحث في الدراسات الإعلامية*، (القاهرة: دار الفكر العربي، 2008)، ص 127.
- (34) محمد عبد الحميد، *البحث العلمي في الدراسات الإعلامية*، (القاهرة: عالم الكتب، ط5، 2015م)، ص: 290، 291.
- (35) مقياس مستوى التفرد (التمركز حول الذات): تم بناء مقياس التفرد من عشر عبارات حيث كان الحد الأدنى 10 درجات والحد 50 درجة. حيث تراوحت درجات المبحوثين من 16 إلى 49 درجة، بمتوسط 33.8، تم انشاء مجموعتين، قسمت الدرجات الناتجة عند المتوسط (34) إلى تفرد منخفض (من 16 إلى 33 درجة)، وتفرد مرتفع (من 34 إلى 49 درجة).
- (36) نسرين حسام الدين، *مرجع سابق*، ص 327.
- (37) سماح المحمدي، *مرجع سابق*، ص 28.
- (38) الفرق بين الشباب حسب النوع في عدد ساعات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي: قيمة ت = (-1.278)، د.ح = 358، الدلالة الإحصائية 0.202.
- (39) الفرق بين الشباب حسب المرحلة العمرية في عدد ساعات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي: قيمة ت = 2.073، د.ح = 358، الدلالة الإحصائية 0.039.
- (40) Mina Tsay-Vogel, **Op-Cit**, p:9.
- (41) سماح المحمدي، *مرجع سابق*، ص 30.
- (42) رباب عبد الرحمن، *مرجع سابق*، ص 203.
- (43) نسرين حسام الدين، *مرجع سابق*، ص 327، 328.
- (44) Adel Saleh, **Op-Cit**, p: 63, 64.
- (45) **Ibid**, p: 64,65.
- (46) سماح المحمدي، *مرجع سابق*، ص 30، 31.
- (47) Adel Saleh, **Op-Cit**, p: 67, 68.
- (48) Yariv Tsfati & Joseph N. Cappella, "Why Do People Watch News They Do Not Trust? The Need for Cognition as a Moderator in the Association Between News Media Skepticism and Exposure", In: **Media Psychology**, Vol, 7, 2005, p: 251–271. Available at: <https://www.researchgate.net/publication/228642788>
- (49) Jeremy Cohen and Robert G. Davis, **Op-Cit**, p: 682, 683.
- (50) Joan Louise Connors, **Op-Cit**, p: 48.
- (51) **Ibid**, p: 168, 176.
- (52) الفرق بين الشباب حسب النوع في اعتقادهم بوجود مخاطر للتعرض للمضمون الإخباري المقدم عبر مواقع التواصل الاجتماعي: قيمة ت = 0.759، د.ح = 358، الدلالة الإحصائية 0.448.
- (53) الفرق بين الشباب حسب المرحلة العمرية في اعتقادهم بوجود مخاطر للتعرض للمضمون الإخباري المقدم عبر مواقع التواصل الاجتماعي: قيمة ت = (-2.53)، د.ح = 358، الدلالة الإحصائية 0.012.

- (54) الفرق بين الشباب حسب النوع في شدة ادراك مخاطر التعرض للمضمون الإخباري عبر مواقع التواصل الاجتماعي: قيمة ت= $(-0.278)$ ، د.ح= $334$ ، الدلالة الإحصائية  $0.781$ .
- (55) الفرق بين الشباب حسب المرحلة العمرية في شدة ادراك مخاطر التعرض للمضمون الإخباري عبر مواقع التواصل الاجتماعي: قيمة ت= $(-3.589)$ ، د.ح= $334$ ، الدلالة الإحصائية  $0.000$ .
- (56) Vincent Price et. al. “Third-person effects of news coverage: Orientations toward media”, In: **J &MC Quarterly**, Vol. 74, no. 3. Autumn 1997, p: 527. Available at:  
[https://www.researchgate.net/publication/234621486\\_Third-Person\\_Effects\\_of\\_News\\_Coverage\\_Orientations\\_Toward\\_Media](https://www.researchgate.net/publication/234621486_Third-Person_Effects_of_News_Coverage_Orientations_Toward_Media)
- (57) رباب عبد الرحمن، مرجع سابق، ص 208.
- (58) Nicoleta Corbu et al, **Op-Cit**, p 249.
- (59) Mina Tsay-Vogel, **Op-Cit**, p: 12.
- (60) Joan Louise Connors, **Op-Cit**, p: 48.
- (61) Mina Tsay-Vogel, **Op-Cit**, p: 8.
- (62) Nikos Antonopoulos et al, **Op-Cit**, p: 55.
- (63) Mina Tsay-Vogel, **Op-Cit**, p:8.
- (64) الفرق بين الذكور والإناث في الموافقة على فرض رقابة على المضمون الإخباري المقدم عبر مواقع التواصل الاجتماعي: قيمة (Z) = $-3.23$ ، الدلالة الإحصائية= $0.001$ .
- (65) العلاقة بين المتغيرات الديموغرافية ومدى تأييد الشباب لفرض رقابة على المضمون المقدم عبر مواقع التواصل الاجتماعي: النوع (كا= $2=10.27$ ، د.ح= $1$ ، الدلالة الإحصائية= $0.001$ ، معامل فاي= $0.169$ ، الدلالة الإحصائية= $0.001$ )، السن (كا= $2=0.502$ ، د.ح= $1$ ، الدلالة الإحصائية= $0.479$ ، معامل فاي= $0.037$ ، الدلالة الإحصائية= $0.479$ ).
- (66) رباب عبد الرحمن، مرجع سابق، ص 209.
- (67) Phillips Davsion W., “**Op-Cit**, p: 6