

تعامل الشباب مع الشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على إدراكهم للأمن الاجتماعي

"دراسة ميدانية"

د/ رشا عبد الرحمن حجازي (*)

مقدمة:

تعدّ الشائعات عنصرًا مهمًا في تكوين الثقافات البشرية، وهي من الظواهر الاجتماعية السلبية المنتشرة في المجتمعات، وخاصة عندما تكون بيئة انتشارها وسريانها في المجتمع هي إحدى سمات عصر الثورة التكنولوجية وابتكار التقنيات الاتصالية الحديثة، فكل شيء في هذا العالم الافتراضي يتم التعامل معه على أساس أنه معلومة، بغضّ النظر عن صحتها أو خطئها، وعلى الرغم من وجود مصدر رئيسي واحد يبتكر الشائعة بمختلف أنواعها وأشكالها إلا أن الأفراد الآخرين الذين يطلعون عليها هم من يبدأون بالتداول والنشر ونسخ القصص والحكايات حولها وتضخيمها، ويمكن النظر إلى الشائعة على أنها نوع من السلوك الذي يمارسه الأفراد داخل نظام اجتماعي معين⁽¹⁾.

وتعدّ مواقع التواصل الاجتماعي هي الأكثر نشرًا للشائعات، وهو ما يمكن تفسيره في إطار أن تلك الوسائل أسهمت في كسر حاجز التعقيم، وفقدان المعلومة المحكرة وظهور المواطن المراسل الناقل للحدث بأدواته البسيطة التي تقتصر على هاتف محمول من الجيل الثالث أو الرابع، وإرسالها عبر مواقع التواصل الاجتماعي التي مثلت مجالًا عامًا قادرًا على توصيله إلى وسائل الإعلام التقليدية التي بسبب تلاحق الأحداث، وعدم تمكنها من التواجد في أماكن الحدث تنقل مباشرة عن تلك الوسائل دون مراجعة أو تدقيق مما يفسح المجال لنشر الشائعات والأخبار غير الصحيحة في زمن قياسي⁽²⁾؛ فتمّة تحديات تتعلق بوسائل التواصل الاجتماعي حيث كثافة المتابعة، وتعدد المحتوى يوميًا بضحّ ملايين الرسائل في شكل نصوص مكتوبة ومواد مرئية ليس في موقع واحد بل في عدّة مواقع في وقت واحد للتضليل على المتابع لها⁽³⁾.

والخطير أن الشائعات تنتشر هذه الأيام بسهولة ليست لتنامي مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي فقط، وإنما لأن الأحداث والتطورات المتصاعدة التي تشهدها المنطقة تجعل من الأكاذيب بيئة خصبة للنمو والتكاثر أيضاً خاصة إذا كانت هذه النوعية من الشائعات تستهدف ارتفاع الأسعار وانتشار الأمراض واختفاء السلع

(*) مدرس العلاقات العامة والإعلان بالمعهد الدولي العالي للإعلام- أكاديمية الشروق.

وغيرها من الأخبار والموضوعات التي تتعلق بالأمر الحياتية لأفراد المجتمع وتؤثر على الأمن الاجتماعي للمواطنين، والذي يعدّ أحد أهم القضايا الأساسية التي ترتبط ارتباطاً وثيقاً بالنسق القيمي السائد لدى المجتمعات المختلفة وما يلحق بها من تغييرات وأثر ذلك على حياة الفرد والمجتمع سواء أكان هذا الأثر سلبياً معيقاً للتقدم والتطور أم كان إيجابياً يؤدي إلى التماسك الاجتماعي والرفعي الحضاري واستمرار المجتمع.

ويعدّ الأمن الاجتماعي أحد المقومات الأساسية لاستمرار المجتمعات البشرية واستقرارها كما أنه يعبر عن حاجة ملحة ومستمرة بصورة غريزية للفرد، ومن ثم فقد احتل هذا الموضوع أهمية كبرى في تاريخ المجتمعات البشرية منذ فجر التاريخ وحتى الآن، ولم يكن هذا الاهتمام وليد الصدفة أو يعبر عن مطلب شريحة دون أخرى، وإنما يعبر عن مطلب مجتمعي عام حيث إنه بدون الأمن لن يستقيم وجود الدول وستسودها الفوضى وعدم الاستقرار.

وإذا كان ذلك قد أدى إلى اهتمام الدراسة بمفهوم الأمن بشكل عام وفي مختلف مجالاته، فقد برزت في الأونة الأخيرة تأكيدات على أهمية الأمن الاجتماعي بوصفه من أهم حاجات الإنسان الاجتماعية، كما أنه من أهم ضمانات استقرار المجتمع ونموه ويؤدي غيابه أو تدني مستواه إلى العديد من المشكلات التي يصعب السيطرة عليها ما لم تدعم مقومات الأمن الاجتماعي، مما حدا بالمفكرين عمومًا وعلماء الاجتماع على وجه الخصوص بالاهتمام بقضايا الإنسان، واعتبار قضية الأمن الاجتماعي أكثر إلحاحًا في العصر الحاضر نظرًا لتنوع المخاطر وتفاقمها⁽⁴⁾.

ومن هنا وفي ضوء ذلك تحاول هذه الدراسة تسليط الضوء على تعامل الشباب مع الشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة موقع الفيسبوك وتأثيرها على إدراكهم للأمن الاجتماعي.

الإطار النظري للدراسة:

تستند الدراسة الحالية إلى إطارين نظريين لتفسير العلاقة بين تداول الشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بإدراك الشباب للأمن الاجتماعي.

وذلك في إطار التغييرات السياسية والاجتماعية والثقافية والاقتصادية التي تشهدها مصر منذ 2011، ويتمثل الإطاران النظريان للدراسة فيما يلي:

- نظرية انتقال الشائعات Rumor Transmission Theory
- نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام Media Dependency Theory

أولاً: نظرية انتقال الشائعات Rumor Transmission Theory

تعدّ من أهم النظريات التي تفسر انتقال الشائعات بين الأفراد، وكيفية استقبالهم لها، وقد اعتمد Taylor Bakner على مفهوم القدرات النقدية في تصنيف الأفراد إلى ثلاث مجموعات في علاقتهم مع الشائعات (المجموعة الناقدة)، غير الناقدة، المجموعة الناقلة⁽⁵⁾، في ضوء ذلك يتضح أن النظرية تفترض وجود علاقة بين الإطار المعرفي والخبرات الشخصية والتجارب الحياتية من جهة، وقبول الشائعة من جهة أخرى، فالأشخاص الذي يمتلكون معرفة كافية عن موضوع الشائعة وخبرة شخصية مباشرة مرتبطة بموضوع الشائعة قادرون على التفريق بين ما هو حقيقي وما هو مزيف، وبالتالي يؤثر على قبولهم للشائعة كما يؤثر على طريقة نقلهم لها فهؤلاء أقل عرضة لقبول الشائعات، أما الأشخاص الذين لا يمتلكون قدرات ناقدة وليس لديهم إطاراً معرفياً قوياً ولا خبرات وتجارب شخصية تؤهلهم للتفريق بين الحقيقي والمزيف فهم الأكثر عرضة لقبول الشائعة⁽⁶⁾.

ووفقاً لنظرية Bakner فإن هناك تأثير للشائعات يعرف بتأثير (كرة الثلج) فعندما تتفق الشائعة مع المعتقدات الموجودة لدى الفرد يفتح هذا المجال لتأثير (كرة الثلج) من حيث تداخل الأفكار الجديدة مع الأفكار الموجودة لدى الفرد⁽⁷⁾.

ويتوقف تأثير كرة الثلج على الفرد على حسب قدرته النقدية في تحليل الشائعة؛ فعندما يعتمد الفرد على قدرته النقدية في التفريق بين ما هو حقيقي وما هو مزيف وينجح في ذلك، يتوقف تأثير كرة الثلج، فالشائعة رسالة غير مؤكدة يتوقف انتشارها عندما يتم التأكد منها، كما يؤكد Bakner أن الفرد عندما يتلقى شائعة سواء كانت حقيقية أو غير حقيقية فإنه يعتمد على معرفته الشاملة وخلفيته في التحليل للتحقق من الشائعة، ولكن عندما يتلقى الفرد الشائعة من مصادر مختلفة فإن ذلك يؤدي إلى إعمال الذهن ويدعم عملية النقد عند تحليل الشائعة⁽⁸⁾، وعندما يتعرض الفرد لشائعات لا تتناسب مع معتقداته بشكل كامل يحذف الجزء الذي يتعارض مع معتقداته أو بشكل انتقائي ينسى المعلومات بشأن الشائعات التي لا تتناسب مع ما كان يعتقد، كما يؤكد أن الشخص غير القادر على النقد يميل إلى التكهن بشأن الشائعات بحيث تناسب إطاره الفكري وأحكامه واتجاهاته أي أنه يشوه أو يعد في الشائعة ثم ينقلها.

وأضاف Bakner أن هناك علاقة بين الطريقة التي تنتقل بها الشائعات وتأثير ذلك على إدراك المجموعات الثلاثة لها (الناقدة - غير الناقدة - الناقلة)، وحددت النظرية اتجاهين لنقل الشائعة حيث إن الشائعة تنتقل من شخص إلى شخص، وقد يتم نقل الشائعة من خلال شبكة تفاعل متعددة Multiple-interaction network.

أي أن الشائعة تنتقل من خلال أكثر من مصدر وهذا الاتجاه يجعل التحقق من الشائعات والتمييز بين المزيف والحقيقي أكثر صعوبة⁽⁹⁾؛ حيث تفترض النظرية وجود علاقة بين طريقة نقل الشائعات وقبول الشائعة، فالشائعات التي تنتقل من خلال

شبكة تفاعل متعددة أكثر عرضة للقبول بسبب صعوبة التحقق منها ومعرفة مصدرها، بالإضافة إلى صعوبة التمييز بين الحقيقي والمزيف، وإذا طبقنا ذلك على مواقع التواصل الاجتماعي حيث تصل الشائعة إلى الفرد عن طريق مصادر متعددة تجعله فريسة للشائعات، وبالتالي يصعب التأكد من صحتها.

ثانياً: نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام Media Dependency Theory

تعتمد الدراسة أيضاً على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام وخاصة مواقع التواصل الاجتماعي Facebook بوصفها أحد أهم آليات حصول الشباب على المعلومات حول الوقائع والأحداث والمشكلات المختلفة؛ فالأفراد حينما يشعرون بالخطر أو التهديد أو نقص المعلومات يلجأون إلى وسائل الإعلام المختلفة لإشباع النقص المعرفي حول الأحداث الجارية.

ويعتبر تفسير ميلفين وروكينش لاعتماد الجمهور على وسائل الإعلام مجالاً تطبيقياً متميزاً لتأثير الاعتماد على وسائل الإعلام الجديد والتقليدي، حيث إنهم يفترضون قيام علاقة الاعتماد على دعامتين رئيسيتين تتمثلان في حاجة الجمهور إلى المعلومات التي تلبى حاجاته وتحقق أهدافه، وكذلك اعتبار نظام الإعلام نظام معلومات يتم توظيفه لتلبية هذه الحاجات وتحقيق الأهداف⁽¹⁰⁾، فالإتصال التفاعلي والتقليدي في مجال نظرية الاعتماد لا يعتبر نظاماً للمعلومات فقط، لكنه عدد من النظم الخاصة بفئات المستخدمين والزائرين وحزم المواقع وأهدافها التي تتفق مع أهداف المستخدمين والزائرين لتلك المواقع⁽¹¹⁾ وتقوم علاقات الاعتماد على وسائل الإعلام على دعامتين أساسيتين هما⁽¹²⁾:

● **الأهداف:** لكي يحقق الأفراد والجماعات والمنظمات المختلفة أهدافهم الشخصية والاجتماعية، فإن عليهم أن يعتمدوا على موارد يسيطر عليها أشخاص أو جماعات أو منظمات أخرى، والعكس صحيح.

● **المصادر:** يسعى الأفراد والمنظمات إلى المصادر المختلفة التي تحقق أهدافهم، وتعد وسائل الإعلام نظام اجتماعي يسعى إليه الأفراد من أجل بلوغ أهدافهم، وتتحكم وسائل الإعلام في ثلاثة أنواع من مصادر المعلومات هي جمع المعلومات، وتنسيق المعلومات وتنقيحها لكي تخرج بصورة مناسبة، ثم نشرها وتوزيعها إلى جمهور غير محدد.

وتوجد عدة تأثيرات تنتج عن اعتماد الفرد على وسائل الإعلام تتلخص في تأثيرات معرفية (Cognitive Effective) وتعني التغيير في المعلومات وتأثيرات وجدانية عاطفية (Affective Effective) خاصة بالنواحي العاطفية لدى الجمهور، وتأثيرات سلوكية (Behavioral Effective) وتعني التغيير في السلوك نتيجة للتغيير في المعلومات والشعور⁽¹³⁾.

ومن أهم مميزات هذه النظرية أنها تعتبر من أفضل نظريات التأثير وأشملها في التعامل مع النظام الاجتماعي⁽¹⁴⁾، فهي نظرية شاملة ومتكاملة لأنها تجمع العديد من الرؤى والمنظورات مستمدة من علم النفس وعلم الاجتماع والاستخدامات والاشباع والتأثيرات الإعلامية⁽¹⁵⁾.

وقد استفادت الدراسة الحالية من هذه النظرية في معرفة وتحديد حجم التعرض والاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات، وتأثيرات هذا الاعتماد، كما أن هذه النظرية من خلال فرضياتها وتأثيراتها تتفق مع هذه الدراسة؛ إذا تستطيع شبكات التواصل الاجتماعي من خلال ما تنشره من معلومات وأخبار تحتوي على العديد من الشائعات أن تؤثر في اتجاهات الجمهور، كذلك اعتماد الكثير من أفراد المجتمع ووسائل الإعلام على شبكات التواصل كمصدر للمعلومات جعلها مصدراً للشائعات.

كما تستفيد هذه الدراسة من نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، حيث إنها تتفق مع الهدف الرئيسي للنظرية الذي يسعى إلى تفسير لماذا يكون لوسائل الإعلام أحياناً آثاراً قوية ومباشرة وأحياناً تأثيرات ضعيفة على الجوانب المعرفية.

وتفترض النظرية أن الجمهور سيعتمد على وسائل الإعلام، وخاصة مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة بشكل متزايد لاستقاء المعلومات والأخبار من أجل تكوين مدركاته، ومعرفة مضامين التوجهات إزاء ما يحدث في المجتمع في أوقات التغيير والثورات والصراعات التي يسود فيها لاشك والغموض، ولذا تفترض الدراسة أن الشائعات الموجودة في مصر وخطورة أخبارها ستمثل إحدى الحالات التي يعتمد عليها الجمهور أكثر على مواقع التواصل الاجتماعي، وخصوصاً أوقات الأزمات، والثورات والفترات التي تعقبها، ومن المتوقع أن يعتمدوا على مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة بصورة كبيرة في الحصول على الأخبار والمعلومات، لانتشار هذه المواقع وإتاحتها بالنسبة لعينة الدراسة، وبالتالي ستكون هذه النظرية مناسبة لأهداف الدراسة.

الدراسات السابقة:

تم تقسيم الدراسات السابقة إلى محورين رئيسيين على النحو التالي:

- الدراسات التي تناولت الشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي.
- الدراسات التي تناولت الأمن الاجتماعي.

أولاً: الدراسات التي تناولت الشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي:

1. دراسة لوجين عفيفي (2017)⁽¹⁶⁾: تعرضت الدراسة للشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي، وعلاقتها ببعض المتغيرات السياسية لدى الشباب

المصري، وذلك للتعرف على أهداف الشائعات وأشكالها ومصادرها واتجاهاتها وموضوعاتها والوسائل المستخدمة في دحضها، وحجم تفاعل مستخدمي فيسبوك معها، وكذلك معرفة العوامل التي تساعد على انتشار الشائعات على فيسبوك وسلوك الشباب تجاهها، والعلاقة بين مستوى الاهتمام السياسي ومستوى الوعي السياسي، والاتجاهات السياسية للشباب وقبول الشائعات، وذلك باستخدام المنهج المسحي واستخدام استمارة تحليل المضمون على عينة عمدية من الشائعات التي ثبت عدم صحتها، واستخدام استمارة الاستقصاء على 400 مفردة من الشباب التي تتراوح أعمارهم من 18:30 سنة، وتوصلت الدراسة إلى أن القراءات النظرية والإطار المعرفي يؤكدان على خطورة الشائعات على أمن الدول ومستقبلها، وأن صفحات الفيسبوك أثبتت قوة تأثيرها حيث جاءت في مقدمة مصادر الشائعات على صعيد وسائل الإعلام، كما أثبتت الدراسة أن سهولة النشر دون قيد هو أهم أسباب انتشار الشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي.

2. دراسة المجلة العسكرية الاستراتيجية بدولة الإمارات العربية المتحدة (2017)⁽¹⁷⁾: هدفت إلى التعرف على الشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي، وتأثيراتها المختلفة على المجتمع واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، واستخدمت تحليل المضمون كأداة لجمع البيانات، وتوصلت إلى أن الشائعات تمثل إحدى أدوات الحرب الحديثة في المجتمع من خلال إثارة الفتن والخصومات والصراعات السياسية، وأن الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي لها القدرة على تهديد الأمن القومي للدول والشركات الكبرى.

3. دراسة ممدوح السيد شتلة (2017)⁽¹⁸⁾: هدفت إلى التعرف على الشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في إحداث العنف والصراع السياسي من الشباب الجامعي، وقد استعان الباحث بمنهج المسح الإعلامي بالعينة، واعتمد على استمارة الاستبيان كأداة لجمع بيانات الدراسة، وطبق الاستبيان على عينة قوامها 400 مفردة من الشباب الجامعي، وتوصلت الدراسة إلى أن 65.5% من أفراد العينة يرون أن الشائعات التي تنتشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي في أحداث الصراع السياسي والعنف من الناحية السياسية هدفها هو إثارة البلبلة والفوضى في المجتمع، كما أكد أفراد الدراسة أن أهم أوقات بروز الشائعات في المجتمع أثناء وجود عملية إرهابية في المجتمع ثم يليها وقت الحرب ثم جاء في المرتبة الثالثة وقت الثورات.

4. **دراسة يسرا حسان (2017)⁽¹⁹⁾**: هدفت إلى معرفة دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات، وأهم العوامل التي تسهم في هذا الانتشار، وتأثير إنتشار الشائعات على الأمن الرقمي المصري، وقد أجريت الدراسة على عينة بلغت 300 مبحوثاً، وأوضحت الدراسة أن من أهم العوامل المؤثرة على نمو وانتشار الشائعات بالمجتمع وفقاً لعينة الدراسة هي غياب المعلومات الواضحة والدقيقة، وأوضحت الدراسة ارتفاع وعي المجتمع وإدراكه لخطورة الشائعات وتأثيرها على الأمن القومي.
5. **دراسة Kelley Shananhan et.al (2016)⁽²⁰⁾**: هدفت إلى تحليل الشائعات على موقع تويتر للتعرف على محتوى الشائعة وحجمها، ومستوى التعرض لها بالتطبيق على الشائعات التي ظهرت في حادثة حجز الرهائن في سيدني بأستراليا للتعرف على الآثار المترتبة على انتشار الشائعات، وتحليل استخدام المؤسسات الرسمية لمواقع التواصل الاجتماعي في إدارة الأزمة، وقد توصلت الدراسة إلى أن التغريدات التي تحتوي على معلومات عن الشائعة هي الأكثر تدارك على نطاق واسع بين المستخدمين على تويتر من التغريدات التي تحمل آراء ووجهات نظر، كما أكدت وجود علاقة ارتباطية بين تداول الشائعة وحجمها فكلما زاد تداول الشائعة بين المستخدمين زاد حجم الشائعة وكلما قل تداولها قل حجم الشائعة حتى تتلاشى.
6. **دراسة وديع العريزي (2016)⁽²¹⁾**: سعت الدراسة إلى معرفة واقع الإشاعات على شبكات التواصل الاجتماعي ومخاطرها وسبل علاجها من خلال الاستعانة بالمنهج الوصفي، والتحليل للتواصل إلى فهم أدق للظاهرة محل الدراسة، وقد توصلت الدراسة إلى أن ظاهرة انتشار الشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي تحتاج من الأجهزة الأمنية ومؤسسات صنع القرار أن تتخذ ما يلزم نحو وضع استراتيجية أمنية شاملة، وبمنهج متكامل تتضمن وضع خطة ومنهج لتتبع الشائعة على وسائل التواصل الاجتماعي ونشر الحقائق كما يجب على الحكومة ووسائل الإعلام الإلتزام بالوضوح والشفافية فيما تنشره من معلومات.
7. **دراسة سهير صفوت (2015)⁽²²⁾**: هدفت الدراسة إلى استكشاف دور شبكات التواصل الاجتماعي في ترويج الشائعات وتحديد سبل المواجهة للشائعات على شبكات التواصل الاجتماعي، واعتمدت الدراسة على منهج المسح الاجتماعي بالعينة، واستخدمت الاستبيان الإلكتروني على عينة عمدية مكونة من 138 فرداً، واستخدمت نظرية الشبكات الاجتماعية كإطار نظري تفسيري، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة نتائج كان أبرزها أن

الأضرار الاجتماعية هي أكثر الأضرار الناتجة عن تصديق الشائعات، وهذا يساعد على زعزعة الأمن وبث الفرقة بين أبناء المجتمع، وأكدت الدراسة على أن غياب الوعي، وافتقاد الشفافية هي أهم أسباب انتشار الشائعات.

8. **دراسة مجدى الداغر (2015)⁽²³⁾**: هدفت إلى التعرف على دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الوعي بخطورة الشائعات لدى الجمهور وانعكاساتها على الأزمات الاقتصادية في مصر بعد ثورة يونيو 2013، من خلال رصد أبعاد دور (الفييس بوك، تويتر، اليوتيوب) على إنتاج الشائعات، ومدى الحرص على انتشارها بين قطاعات معينة من أفراد المجتمع، والآثار الاقتصادية التي تتسبب فيها الشائعات التي تنتشر بين وسائط الإعلام الجديد في أوقات الأزمات السياسية المختلفة، وتقصى مدى إلتزام مواقع التواصل الاجتماعي بالضوابط المهنية والأخلاقية عند تغطية الأزمات الاقتصادية في مصر بأسس العمل الصحفي باستخدام صحيفة الاستبيان التي تم تطبيقها على (400) مفردة من فئات وشرائح الجمهور المصرى المختلفة، وأكدت نتائج الدراسة أن التغطية الإعلامية لشبكات التواصل الاجتماعي للأزمات الاقتصادية تثير عدداً من الإشكاليات المهمة منها ما يتعلق بمدى إلتزامها بالممارسة المهنية كما أن التغطية تعاني خللاً خاصة في أوقات الأزمات والتوترات وغيرها.

9. **دراسة Adrien Friggeri (2014)⁽²⁴⁾**: هدفت الدراسة إلى تحليل انتشار الشائعات على موقع فيسبوك، وحدد الباحث شكلين للشائعات، وهما تحميل ومشاركة الصور ونسخ وإعادة نشر النصوص، وقام الباحثان بدراسة الشائعات التي يقوم بتسجيلها موقع Snopes، وهو موقع يقوم بتسجيل الشائعات التي يتم تداولها على موقع فيسبوك، ويضعها في فئات من حيث الصدق (صحيحة أو خاطئة)، ومن حيث الموضوع سواء سياسية أو اقتصادية أو فنية إلى آخره، وأظهرت النتائج أن الشائعات الخاطئة تنتشر على موقع فيسبوك أكثر من الشائعات الصحيحة، وأن الشائعات السياسية هي أكثر الشائعات انتشاراً على موقع فيسبوك.

10. **دراسة أمين منصور (2014)⁽²⁵⁾**: هدفت إلى تسليط الضوء على اتجاهات الجمهور الفلسطيني نحو الشائعات خلال أزمة العدوان الصهيوني على قطاع غزة 2014، وذلك باستخدام منهج المسح على عينة من طلبة الجامعات الثلاث الرئيسة بفلسطين (الجامعة الإسلامية، الأقصى، الأزهر) بلغت 500 مفردة، وتوصلت الدراسة إلى أن أفراد العينة يحصلون على المعلومات أثناء الأزمات من شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة 82.76%، وأوضحت الدراسة أن الشائعات تعمل على تكوين الدلالة الفكرية والنفسية،

وأوضحت أن النساء أكثر الفئات انسياقاً وراء الشائعات، وبينت الدراسة أن أكثر وسائل الإعلام نقلاً للشائعات جاءت شبكات التواصل الاجتماعي، وتلتها المواقع الإلكترونية.

11. دراسة **Liu et.al (2014)** (26): هدفت الدراسة إلى معرفة العوامل التي تساعد على إعادة نشر الشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي وقت الأزمات والكوارث، بالتطبيق على إعصار أوكلاهوما في موقع تويتر، وقد اهتمت الدراسة بخمس متغيرات (مصادقية المرسل، القلق، المشاركة الشخصية، غموض المحتوى، الجاذبية) على عينة قوامها 5069 تغريدة تم اختيارها بشكل عشوائي خلال فترة الإعصار، وتوصلت الدراسة إلى عدم وجود علاقة دالة إحصائية بين غموض المحتوى وإعادة نشر الشائعات، كما جاءت مصادقية المصدر في المرتبة الأولى من حيث الأكثر أهمية وتأثيره في إعادة نشر الشائعة، بينما جاءت الجاذبية في المرتبة الثانية.

12. دراسة **تركي السريدي (2014)** (27): سعت إلى التعرف على توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية الأمنية ضد خطر الشائعات بالتطبيق على العاملين في إدارات العلاقات العامة بوزارة الداخلية في مدينة الرياض، باعتبارها الجهة المختصة بتنفيذ الشائعات والرد عليها، وذلك بتطبيق أداة الاستبيان على عينة قوامها 129 فرداً من العاملين في هذه الإدارات للتعرف على مدى توظيف تلك الشبكات في التوعية الأمنية ضد الشائعات، وتوصلت الدراسة إلى أن 94.6% من المبحوثين يعتقدون أن لهفة مستخدم مواقع التواصل الاجتماعي في معرفة خبر مثير أنت في المرتبة الأولى من حيث معوقات توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية الأمنية.

13. دراسة **عزة عبد العزيز (2014)** (28): هدفت الدراسة إلى التعرف على العوامل المؤثرة على انتشار الشائعات في المرحلة الانتقالية الثانية التي مرت بها مصر بعد ثورة 25 يناير 2011 – 30 يونيو، والسعى إلى تفسير وتحليل تلك العوامل ورصدها وقت الأزمات، وتوصلت الدراسة إلى أن الشائعات السياسية هي الأكثر انتشاراً على مواقع التواصل الاجتماعي (الفييس بوك، تويتر، وغيرها) بعد عزل الرئيس مرسى، وكان لها أثر ملموس على المجتمع المصري بكافة فئاته وطبقاته، وجاءت الشائعات الأمنية خلال الفترة الانتقالية في المرتبة الثانية.

14. دراسة **Hyosun Kim (2014)** (29): قامت الدراسة بتحليل ودراسة الشائعات التي صاحبت حادثة إطلاق النار على مدرسة ساندى هوك الابتدائية، ودراسة الفيديو الذي روج إلى الشائعة التي تقول إن هذه الحادثة

ملفقة من جانب الحكومة لتكسب دعماً شعبياً لقراراتها بشأن السيطرة على تداول السلاح، حيث حصل الفيديو الذي روج لهذه الشائعة والذي نشر على اليوتيوب على 7.841 ألف تعليق، حيث قام الباحث بتحليل 500 تعليق تم اختيارهم بشكل عشوائي، وتم تحليل مضمون تلك التعليقات، وتوصلت الدراسة إلى أن 41.2% من المعلقين رفضوا هذه الشائعة في مقابل 15.6% أيدوا الشائعة بينما 14.8% لم يكن لهم رأي محدد، 14.6% كتبوا تعليقات ليس لها علاقة بالشائعة و13.8% كتبوا قصص لدعم الشائعة، وأظهرت الدراسة وجود ارتباط إيجابي بين رفض هذه الشائعة واستخدام اللغة البديئة.

15. دراسة **BenJamin Joser&Mahmoud T. (2012)**⁽³⁰⁾: هدفت إلى الوصول إلى أسباب انتشار الشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي خاصة بعد الثورات العربية وأحداث لندن، وقام الباحثان بنشر إشاعة وتتبع سريرانها بين المجموعات بشكل رياضي لوغاريتمي، وتوصلت الدراسة والتي استخدمت المنهج التجريبي إلى أن هناك مواقع أكثر توصيلاً للإشاعة عن غيرها، وتتوقف على قوة الإقبال، وكان الفيسبوك أكثر هذه المواقع.

ثانياً: الدراسات التي تناولت الأمن الاجتماعي:

1. دراسة **محمد القرني (2018)**⁽³¹⁾: هدفت إلى التعرف على واقع التنمر الإلكتروني وانعكاسه على الأمن الاجتماعي في المجتمع السعودي، من خلال رصد طبيعة وأشكال التنمر الإلكتروني المنتشرة في المجتمع السعودي وآثاره الاجتماعية السلبية، إلى جانب التعرف على الوسائل التي تستخدمها الجهات المسؤولة عن الأمن الاجتماعي في التصدي لظاهرة التنمر الإلكتروني، والتصور الاستراتيجي للتعامل مع ظاهرة التنمر الإلكتروني من وجهة نظر طلاب الجامعة، وطبقت الدراسة على عينة مكونة من 140 مفردة من طلاب جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، واستخدم الباحث منهج المسح الاجتماعي بالعينة كما استخدم الاستبانة كأداة لدراسته، وأوضحت النتائج موافقة الطلاب عينة الدراسة على الوسائل التي تستخدمها الجهات المسؤولة عن الأمن الاجتماعي في التصدي لظاهرة التنمر الإلكتروني.

2. دراسة **محمد الظاهري (2017)**⁽³²⁾: هدفت إلى التعرف على حجم تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الأمن الإنساني ومحاولة التوصل إلى تصور استراتيجي للحدّ من مخاطر شبكات التواصل الاجتماعي على الأمن الإنساني، تكون مجتمع الدراسة من جميع أفراد ومديري المؤسسات المعنية بأمن المعلومات وشبكات التواصل الاجتماعي بمنطقة الرياض والعاملين في هيئة الاتصالات السعودية، والبالغ عددهم (400) فرداً، وتم اختيار عينة

عشوائية بسيطة بلغ حجمها (212) فرداً، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، واستخدمت الاستبانة كأداة لجمع البيانات، وأوضحت نتائجها أن شبكات التواصل الاجتماعي تقوم بحماية النسيج الاجتماعي (البناء الأسري) لتحقيق الأمن المجتمعي، كما أنها تقوم بسرعة نشر وتوصيل الأخبار من مصادر متعددة ما يؤدي إلى التأثير السلبي بنشر الشائعات المضللة والكاذبة، وأوصت بضرورة التوعية بالتأثير السلبي لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي نتيجة الإفراط في وقت الاستخدام، ونشر الشائعات المضللة أو الكاذبة.

3. **دراسة حنونة جميل (2015)**⁽³³⁾: هدفت إلى دراسة تأثير الفقر على الأمن الاجتماعي للأسر الفلسطينية في قطاع غزة، من خلال معرفة انتشار ظاهرة الفقر في المجتمع الفلسطيني، وخصوصاً قطاع غزة لما يعانيه من حروب متتالية وحصار مفروض عليه، وكذلك غياب الأمن الاجتماعي وتأثيره على النواحي السلوكية والأخلاقية والفكرية والتعليمية والاجتماعية والصحية والأمنية لدى الأسر الفلسطينية، واعتمد الباحث على المنهج الوصفي التحليلي لإجرائه، وعلى البيانات الأولية التي تم جمعها عن طريق المقابلات الشخصية مع الخبراء والمختصين في المؤسسات الاجتماعية ذات الصلة، وعلى الاستبانة كأداة رئيسية لجمع المعلومات مع الفئة المستهدفة، وخلصت الدراسة إلى أن الفقر له أثر سلبي على الأمن الاجتماعي للأسر الفلسطينية بدرجة عالية، كما يؤثر بشكل سلبي على العلاقات الاجتماعية والأسرية وعلى الأمن التعليمي والصحي والنفسي والاجتماعي على الأسر الفقيرة، كما يؤدي الفقر إلى الانحراف الفكري داخل الأسرة مما يؤثر على المجتمع.

4. **دراسة فهد بن عبد الله (2015)**⁽³⁴⁾: انطلقت الدراسة من فرضية أنه كلما كان هناك تصور استراتيجي مستقبلي لعمل منظمات المجتمع المدني ساهم ذلك في تعزيز الأمن الاجتماعي بدولة الكويت، وقد استعانت الباحثة بالمنهج التاريخي التحليلي والمنهج الوصفي التحليلي، كما استخدمت أداة تحليل المضمون من أجل وضع تصور استراتيجي لمنظمات المجتمع المدني لتعزيز الأمن الاجتماعي في دولة الكويت، وتوصلت الدراسة إلى أن عدم وضوح مفهوم المجتمع المدني في دولة الكويت أدى إلى الخلط بينه وبين مفاهيم أخرى قد تكون قريبة منه مثل مفهوم الدولة المدنية، وأن جهود منظمات المجتمع المدني تساهم في تماسك المجتمع الكويتي واستقراره وتحقيق العدالة، وتعزيز الأمن الاجتماعي.

5. **دراسة فاطمة الزهراء أمين (2014)**⁽³⁵⁾: هدفت إلى التعرف على واقع الأمن الاجتماعي والتحول الاجتماعي في المجتمع المصري، وخاصة تلك

التي طرأت بعد ثورة يناير 2011، وقد استخدمت الدراسة المنهج الوصفي وأداة الاستبانة وطبقت الباحثة الدراسة على عينة تبلغ 256 من الشباب في الفئة العمرية (22-35 سنة) في محافظة القاهرة من شرائح اجتماعية متباينة، وتوصلت إلى أن الانفتاح على المجتمع الغربي من خلال وسائل الإعلام الحديثة والمتمثلة في القنوات الفضائية وشبكة الانترنت وما تنبئه من ثقافة غربية كان له أكبر الأثر في خروج كثير من أفراد المجتمع عن المألوف في أسرهم ومجتمعهم، كما كان لتفاقم ظاهرة البطالة وانخفاض الدخل تأثير مباشر على نسق القيم والعلاقات داخل الأسرة والتي شكلت ضغوطاً مادية ونفسية مما أوجد بيئة مناسبة لنمو الأفعال العنيفة والعدوانية بين الأزواج تمثلت في العنف الأسرى.

6. **دراسة سحر عبد الله خليل (2014)**⁽³⁶⁾: هدفت إلى الكشف عن تأثير اللاجئين السوريين على الحياة الاجتماعية والاقتصادية والصحية للمواطنين الأردنيين في مدينة الرمكا، وتكونت عينة الدراسة من 413 مواطناً أردنياً بالاعتماد على منهج المسح الاجتماعي بالعينة، وأظهرت نتائج الدراسة وجود تأثير سلبي على القوى العاملة المحلية، وارتفاع نسبة التضخم، وظهور المشكلات الاجتماعية، وتأثير استقبالهم على متطلبات الحياة اليومية للمواطنين بدرجة كبيرة ووجود سلوكيات منحرفة.

7. **دراسة هابل عبد المولى (2013)**⁽³⁷⁾: هدفت إلى توضيح وبيان مفهوم الأمن الاجتماعي في العالم برمته، وواقعه من زاوية اقتصادية إسلامية، إضافة إلى بيانها لواقع الأمن الاجتماعي في العالم وما وصل إليه حال المجتمعات البشرية من تراجع وانكفاء في مجال الأمن الاجتماعي، واستخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي، وتوصلت الدراسة إلى أن الأمن هو أحد أهم الحاجات الأساسية للإنسان وانتفاء الأمن يعني فناء الأمة ومكتسباتها والقضاء على كيانها، كما توصلت الدراسة إلى أن الأمن الاجتماعي هو نفسه الأمن العام الشامل الذي يحتوى على كل أنواع الأمن الضرورية لديمومة واستمرارية الاجتماع السياسي كالأمن الصحي، الروحي، الديني، الاقتصادي، السياسي... إلخ.

8. **دراسة خالد جريري (2012)**⁽³⁸⁾: هدفت إلى التعرف على دور برامج الرعاية الاجتماعية في اليمن في تحقيق الأمن الاجتماعي والاقتصادي للمرأة الفقيرة المعيلة، وقد استخدم الباحث منهج المسح الاجتماعي الشامل وأداة الاستبانة، حيث تم تطبيقها على عدد 374 امرأة، وتوصلت الدراسة إلى أن الرعاية الاجتماعية والاقتصادية التي تحصل من خلالها النساء على

إعانات مالية من الدولة لا تحقق لهن أي نوع من الأمن الاجتماعي أو الاقتصادي ولا تضمن لهن أي مستقبل.

9. دراسة زيزيت نوفل (2012)⁽³⁹⁾: هدفت إلى التعرف على فاعلية برامج الرعاية الاجتماعية في تحقيق الأمن الاجتماعي للأطفال، وقد استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وأداة الاستبيان على عينة قوامها 215 من الأطفال في مركز الطفل بإمارة الشارقة بدولة الإمارات العربية المتحدة، وأوضحت الدراسة أن قضية الأمن الاجتماعي تستمد أهميتها من رسوخ البعد الاجتماعي في منظومة التنمية الاجتماعية، وأكدت على أن ترسيخ قواعد الأمن الاجتماعي في أي مجتمع أصبح دعامة أساسية وشرطاً جوهرياً من شروط تحقيق الأمان الاجتماعي بوجه خاصة والتنمية الاجتماعية بوجه عام، كما أظهرت وجود علاقة إيجابية بين مشاركة الطلاب في الأنشطة الطلابية والدينية والثقافية والاجتماعية والرياضية ورفع مستوى الأمن النفسي والاجتماعي لديهم.

10. دراسة محمد سليمان (2012)⁽⁴⁰⁾: سعت إلى معرفة تأثير القيم الاجتماعية للعمالة الوافدة على الأمن الاجتماعي بالمجتمع السعودي، والمخاطر التي تهدد مقومات الأمن، وذلك بالاعتماد على نظرية البنائية الوظيفية، والنظرية النقدية، ومدخل التبادل، بالتطبيق على عينة قوامها 300 مفردة، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج كان أبرزها أنه على الرغم من مساهمة العمالة الوافدة في قوة العمل بالمملكة العربية السعودية، إلا أن 85% من عينة الدراسة أكدوا أن لهم أثراً اجتماعياً سلبياً وخطيراً على المجتمع، بينما أكد 71% من العينة أن الخطر أمني، ويعتقد 23% من عينة الدراسة أن خطر الوافدين ديني.

التعقيب على الدراسات السابقة:

يمكن إجمال أهم مؤشرات الدراسات السابقة فيما يلي:

- وجود العديد من الدراسات العربية والأجنبية التي تتناول موضوع الشبكات الاجتماعية والشائعات والجوانب الاجتماعية مما يثري الخلفية المعرفية للدراسة الحالية، ويساعد على عمق التحليل والتفسير.
- توصلت الدراسات سواء (العربية أو الأجنبية) إلى وجود دور مباشر لوسائل الإعلام، وخاصة مواقع التواصل في نشر وتداول الشائعات.

- ركزت الدراسات في بعض جوانبها على تحديد مفهوم الأمن الاجتماعي، وأهميته لحياة أفراد المجتمع، وأكدت أيضاً على أهميته كأحد أهم مكونات المجتمع.
- أكدت الدراسات على الدور الكبير لوسائل الاتصال الحديثة كأهم مصادر المعرفة لدى الرأي العام وبيان أثرها في تشكيله وتوجيهه.
- توصلت أغلب الدراسات إلى أن موقع فيسبوك هو أكثر مواقع التواصل الاجتماعي نشرًا للشائعات.
- أكدت أغلب الدراسات على ضرورة وضع استراتيجية أمنية شاملة لمواجهة الشائعات.
- تم استخدام المنهج الوصفي لمعالجة الإطار النظري والميداني لأغلب الدراسات، وكانت الاستبانة وتحليل المضمون هي الأدوات التي استعانت بها أغلب الدراسات السابقة.
- تباين الأطر النظرية التي اعتمدت عليها الدراسات السابقة؛ حيث تمت الاستعانة بالنظرية النقدية والبنائية الوظيفية ونظرية الشبكات الاجتماعية ونظرية الاعتماد على وسائل الإعلام والمسؤولية الاجتماعية والاستخدامات والإشباع والغرس الثقافي والأطر الإعلامية.

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

- جاءت الدراسات العربية والأجنبية ثرية من حيث الأهداف والأهمية والمنهج المستخدم واختيار العينة، مما أفاد في توسيع قاعدة المعرفة حول اشكالية الدراسة وبلورتها.
- استفادت الدراسة الحالية من الدراسات السابقة في صياغة الأهداف والتساؤلات والفروض الخاصة بالدراسة، وفي اختيار النظرية الأنسب للموضوع (نظرية انتقال الشائعات، ونظرية الاعتماد على وسائل الإعلام).
- أسهمت الدراسات السابقة بشكل كبير في تحديد بعض الأبعاد المعلوماتية الهامة في الإطار المعرفي لهذه الدراسة.

مشكلة الدراسة:

تعدّ شبكات التواصل الاجتماعي مصدرًا مهمًا للأفراد في الحصول على الأخبار والمعلومات حول مختلف الموضوعات، كما يوظفها الكثيرون كأدوات فاعلة في التعريف بأفكارهم ورؤاهم والوصول إلى أعداد كبيرة من مستخدمي الويب،

وبالنظر للمساحة التي أصبحت تحتلها هذه الشبكات والوسائل في حياة الناس خاصة في ظل ما يشهده المجتمع المصري من تحولات جذرية في المجالات الاقتصادية، والاجتماعية، والسياسية، والإعلامية، والتي بدورها أفرزت العديد من الظواهر والإشكاليات التي أثرت بشكل كبير في الواقع الاجتماعي المصري؛ فقد تحولت إلى أرض خصبة لاختلاق الشائعات، وهو ما يشكل تحدياً كبيراً أمام مستخدميها للتمييز بين ما هو حقيقي، وما هو مغلوطة من المعلومات خاصة فيما يتعلق بالأمر والمسائل الاجتماعية، أو ما يخص أمن المواطن الاجتماعي، والتي تؤثر في المواطن وتوهن عزيمته، وتثبط قدراته، وتجعله متخوفاً قلقاً متحفظاً لقبول أى شائعة وتصديقها، وهذا النوع من الشائعات خطير لأنه يورث الأحقاد الاجتماعية والكره والبغضاء بين أفراد المجتمع، وفي ضوء ذلك تهتم الدراسة الحالية بمعرفة دور مواقع التواصل الاجتماعي، وخاصة موقع الفيسبوك في نشر الشائعات، وأهم العوامل التي تساعد على هذا الانتشار، وتأثير هذه الشائعات -خاصة ما يتعلق بأخبار الصحة والتعليم وأخبار الجريمة والحوادث- على إدراك الشباب للأمن الاجتماعي.

أهمية الدراسة:

1. إن دراسة الشائعات وخاصة ما يمس الأمن الاجتماعي للمواطنين، وتفاعل مستخدمي مواقع التواصل معها يساهم في وضع استراتيجية لمواجهة خطر انتشارها في المجتمع المصري.
2. ازدياد أعداد مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، وبالتالي أصبحت الحاجة ماسة لضرورة معرفة مدى استجابتهم للشائعات وطرق تفاعلهم معها.
3. يستمدّ البحث أهميته من المرحلة التي يمر بها المجتمع المصري، والتي تشهد فيها تحولات سياسية، واجتماعية، واقتصادية واكبتها مجموعة من الضغوط الداخلية والخارجية الأمر الذي جعل من الشائعات مناهجاً خصباً للانتشار والتأثير.
4. أهم ما يميّز هذه الدراسة كونها -بحسب علم الباحثة- من الدراسات الميدانية القليلة في مصر التي تبحث في العلاقة بين مواقع التواصل الاجتماعي والأمن الاجتماعي للشباب، فرغم أهمية موضوع الأمن الاجتماعي، وارتباطه الوثيق بحياة البشر وماضيهم وحاضرهم فإنه لم ينل القدر الكافي من الدراسة.
5. أهمية موضوع الأمن الاجتماعي والذي يمثل خط الدفاع الأول للحفاظ على المجتمع، حيث يوفر المناخ الملائم لكي يعيش المجتمع في إطار من التعاون، والشعور بالأمن والسلام الاجتماعي، وعدم الخوف على حاضره ومستقبله، وبالتالي يؤدي إلى شعور المواطنين بالولاء والانتماء للمجتمع.

أهداف الدراسة:

1. التعرف على العوامل التي تساعد على انتشار الشائعات التي تخص الأمن الاجتماعي على مواقع الفيسبوك.
2. التعرف على سلوك مجتمع الدراسة تجاه الشائعات التي تخص الأمن الاجتماعي من حيث التأثير والتفاعل.
3. التعرف على مدى ثقة مجتمع الدراسة في مواقع التواصل كمصدر للمعلومات.
4. التعرف على مدى تشكيل مواقع التواصل خطورة على الأمن الاجتماعي.
5. مقارنة نتائج الدراسة بنتائج الدراسات السابقة للخروج بمؤشرات تنظيرية جديدة في ميدان الدراسات التي تسهم ببحث خطورة الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في الشعور بالخوف وعدم الأمن الاجتماعي.

تساؤلات الدراسة:

1. ما مدى استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي وكثافة التعرض ومعدل الاستخدام اليومي؟
2. ما أهم المواقع التي يمتلك أفراد العينة البحثية حسابًا عليها؟
3. ما مدى حرص العينة البحثية على الاطلاع على صندوق البريد الخاص بهم؟
4. ما هي أسباب حرص العينة البحثية على متابعة مواقع التواصل الاجتماعي؟
5. ما أهم المصادر للحصول على الأخبار ومدى الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة الفيسبوك كمصدر للأخبار؟
6. ما أكثر الأوقات التي يزيد فيها معدل استخدام أفراد العينة البحثية لمواقع التواصل الاجتماعي؟
7. ما مدى ثقة المبحوثين فيما ينشر من أخبار على الفيسبوك؟
8. ما أسباب ثقة المبحوثين أو عدم ثقتهم في الأخبار المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي؟
9. ما الذي تقوم به العينة البحثية في حالة اهتمامها بموضوع أو خبر عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟
10. ما مدى حرص المبحوثين على نشر الرسائل أو القضايا أو الأوضاع الداخلية على مواقع التواصل الاجتماعي وأسباب إعادة النشر أو عدم النشر لها؟
11. ما أهم الموضوعات أو القضايا التي تحرص العينة البحثية على متابعتها؟
12. ما مدى اهتمام المبحوثين بمتابعة أخبار الصحة وقضايا التعليم والجريمة؟

13. ما هي ردود أفعال المبحوثين تجاه الشائعات وأسباب قبولهم أو عدم قبولهم للشائعات، وأسباب انتشارها؟
14. ما مدى إدراك المبحوثين للدور الذي تقوم به مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات؟
15. ما مدى إدراك المبحوثين لخطورة الشائعات على الأمن الاجتماعي؟
16. ما مدى إدراك المبحوثين لأهمية تنفيذ الشائعات المرتبطة بالأمن الاجتماعي؟
17. ما هي العوامل التي تحد من ظاهرة انتشار الشائعات على موقع الفيسبوك من وجهة نظر المبحوثين؟
18. ما مدى تحقيق الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية نتيجة التعرض للشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي؟

فروض الدراسة:

1. توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدام عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي وبين قبولهم للشائعات.
2. توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين متابعة الأخبار والاعتماد عليها باستمرار على مواقع التواصل الاجتماعي وإدراك وجود مخاطر لشبكات التواصل الاجتماعي على الأمن الاجتماعي المصري.
3. توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل ثقة المبحوثين في موقع الفيسبوك كمصدر للأخبار وبين تداولهم للأخبار المنشورة وثقتهم فيها.
4. توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدام عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي وبين مدى اهتمامهم بما ينشر عبر هذه المواقع من قضايا خاصة بالتعليم والصحة والجريمة والحوادث.

نوع الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى حقل البحوث الوصفية Descriptive Research، والتي تركز على وصف طبيعة وسمات وخصائص مجتمع معين أو قضية معينة⁽⁴¹⁾، وتستخدم الدراسات الوصفية لتوصيف خصائص الظواهر محل الدراسة وتحديد درجة الارتباط بين المتغيرات والخروج بنتائج حول مصادر وتطوير الظاهرة في المستقبل⁽⁴²⁾.

منهج الدراسة:

في إطار المشكلة البحثية التي تعالجها الدراسة، فقد اعتمدت على منهج المسح والذي يعد أكثر المناهج ملاءمة لأغراض الدراسة.

مجتمع الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة الميدانية في فئة الشباب المصري بدءًا من سن 18 سنة وحتى سن 35 سنة من الذكور والإناث ممن يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة موقع فيسبوك، ومن مستويات اجتماعية واقتصادية مختلفة.

عينة الدراسة:

تم تطبيق الدراسة على عينة عشوائية قوامها 400 مفردة من الشباب المصري في المرحلة العمرية من (18-35) سنة، وقد تم سحب العينة بأسلوب العينة المتاحة Available Sample، وعلي الرغم من أنها نمط من أنماط السحب العمدى، إلا أنها تسمح للباحث بحرية الوصول لعينة الدراسة من الشباب المصري وتمثيل خصائصه الديموجرافية بدقة بالغة، وتقرب هذه العينة من سمات مجتمع الدراسة من العينات الاحتمالية.

مبررات اختيار الشباب كمجتمع للدراسة:

1. تعد المرحلة العمرية التي يمر بها الشباب من أكثر المراحل العمرية تأثرًا بالشائعات بسبب تميزها بالاندفاعية، والسعي وراء كل ما هو جديد بدون تعقل أو دراسة.
 2. أنه مجتمع له أهميته الخاصة بوصفه مجتمعًا إعلاميًا، وهذه الفئة العمرية التي تبدأ من مرحلة التكوين إلي مرحلة النضج تتميز بطابع الخصوصية التي تتمثل في تمييز هذه الشريحة بوصفها أكثر الشرائح الاجتماعية استخدامًا لمواقع الشبكات الاجتماعية، كونهم من الشرائح العمرية الأكثر نشاطًا علي شبكة الإنترنت وإسهامًا في المضامين التي يتبادلونها مع زملائهم وأصدقائهم ومعارفهم في مختلف شؤون الحياة⁽⁴³⁾.
 3. لأن الشباب من أخطر الفئات الاجتماعية على المجتمع في حال تعرضهم لانعدام الشعور الأمني، وذلك لأن عدم إشباع حاجتهم المادية والمعنوية يثير دور أفعال متباينة لدى مختلف الفئات الاجتماعية⁽⁴⁴⁾.
 4. أن الشباب إذا لم يتحقق أمنهم الاجتماعي يشكلون طاقة للتمرد والرفض المجتمعي مهددين بذلك أمن غيرهم من المجتمع⁽⁴⁵⁾.
- وقد تم اختيار مواقع التواصل الاجتماعي للأسباب الآتية:

1. أن مواقع التواصل أصبحت أكثر شيوعًا وانتشارًا في المجتمع المصري.

2. اهتمام مروجي الشائعات بنشر محتواها عبر مواقع التواصل الاجتماعي بشكل كبير، لأنها منصات يصعب السيطرة عليها وإخضاعها للرقابة المباشرة مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية.
3. انتشار تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي في الهواتف المحمولة مما أسهم في انتشارها بين الشباب.

أداة جمع البيانات:

اعتمدت الباحثة في جمع بيانات دراستها الميدانية على استمارة الاستبيان Questionnaire، وهي من أنسب الوسائل المستخدمة في جمع البيانات، وذلك لتطبيقها على عينة من الشباب المصري للتعرف على تأثير الشائعات على إدراك الشباب للأمن الاجتماعي.

إجراءات الثبات والصدق:

تم استخدام أسلوب الصدق الظاهري من خلال عرض الاستمارة على مجموعة من الأساتذة المحكمين⁽⁴⁶⁾ حيث أيدوا العديد من الملاحظات القيمة عن العديد من المسائل الشكلية والمضمونية للاستبيان، وفي ضوء توجيهاتهم تم التعديل في صياغة الأسئلة، وإضافة وحذف البعض الآخر، وبالتالي تحقق الصدق الظاهري للبيانات، ولقياس ثبات الاستمارة، استخدمت الباحثة أسلوب إعادة الاختيار على عينة عشوائية من 20 مفردة بواقع 10% من حجم العينة الأصلية، وذلك عقب أسبوعين من تطبيق الاستبيان، وقد بلغ معامل الثبات 91.7%، وهي قيمة مرتفعة تشير إلى ثبات المقياس ودقته.

التعريفات الإجرائية للدراسة:

يعدّ تحديد المفاهيم والمصطلحات العلمية أمراً ضرورياً في البحث العلمي، ولذا قامت الباحثة بتحديد عدد من المفاهيم المستخدمة في البحث نظراً لما لها من أهمية في ضبط وتحديد المفاهيم، وتم استخدام عدد من المفاهيم والمصطلحات خلال الدراسة، نقدمها بشكل مختصر لتسهيل الوقوف على أجزاء الدراسة اللاحقة ومنها:

الشائعات:

يعرفها Knapp بأنها تصريح يطلق لتصديقه العامة، وينتشر دون التحقق رسمياً من صحته، ويرى بيترسون وجيمست (Peterson & Gimst) أن الشائعة هي القصة أو الشرح غير المثبت من شخص إلى آخر ويتعلق بموضوع أو حدث أو سؤال⁽⁴⁷⁾. كما تعرف بأنها الأحاديث والأقويل والأخبار والقصص التي يتناقلها

الناس دون إمكانية التحقق من صحتها أو كذبها، فالإشاعات تنتقل وتنتشر كلما ازداد الغموض ونقصت المعلومات حول الأخبار التي تنتشرها هذه الشائعات(48). كما يعرفها Przemyslaw Kazrenki بأنها معلومات غير مؤكدة يتعلق بمصلحة محلية أو حالية ذات أهمية تهدف إلى تأسيس اعتقاد مؤيد أو رافض لموضوع ما(49).

وفي الأدبيات العربية يعرفها رائد حزام بأنها "تعبير يطلق على المعلومات والأفكار التي يتم تناقلها عبر المجالس والتجمعات، وتنتقلها الروايات الشفهية، أو من خلال وسائل التواصل المحببة للناس كالنكتة والرسم الكاريكاتوري، وتهدف إلى التأثير على الانفعال الذي يعترى تفكير الإنسان وخياله فيصل إلى الدرجة التي يرى فيها ما لا وجود له فيضيف إليها مما يجعلها سريعة السريان(50).

التعريف الإجرائي للشائعات:

الشائعة هي كل خبر أو معلومة أو بيان أو صورة أو فيديو أو معلومات نصية أو غير نصية مجهولة المصدر غير مصحوبة بدليل على صدقها يتناولها الأفراد بوعي أو بدون وعي بمضمونها، وتدور حول موضوعات هامة بالنسبة لهم وتتصف بالغموض والأهمية والإثارة لدى الجمهور، ولها وسائل تقليدية وإلكترونية مختلفة لنقلها وتهدف لتحقيق غايات معينة.

مواقع التواصل الاجتماعي:

هي بيئة افتراضية للتواصل بين الأفراد عبر الإنترنت، ومن ثم تتيح لهم كياناً اجتماعياً افتراضياً تلتقي فيه الاهتمامات وتتبادل فيه المعلومات ويتعارض فيه الأصدقاء، ويعرفها "ألسون وبويد" بأنها مواقع تتشكل من خلال الإنترنت تسمح للأفراد بتقديم لمحة عن حياتهم العامة، وإتاحة الفرصة للاتصال بقائمة المسجلين والتعبير عن وجهة نظر الأفراد والجماعات من خلال عملية الاتصال، وتختلف طبيعة التواصل من موقع إلى آخر(51).

وتعرف مواقع التواصل الاجتماعي إجرائياً بأنها: مواقع إلكترونية على شبكة الإنترنت توفر لمستخدميها فرصة التواصل الكتابي والصوتي والمرئي وتبادل المعلومات والآراء والأفكار كما أنها تتيح تكوين مجموعات، وصدقات مبنية على اهتمامات مشتركة بين أعضائها مثل (المهنة، العمل، الجامعة، المدينة).

الأمن الاجتماعي:

يعدّ مفهوم الأمن الاجتماعي من المفاهيم المركبة متعددة الأبعاد والتي لا يمكن الكشف عنها أو تناولها بالدراسة إلا في ضوء تحديد مجموعة من المؤشرات تمكن وتيسر عملية البحث عن هذا المفهوم وتجلياته وصورته في الواقع، لذلك تم الاستناد إلى أهم الدراسات التي أشارت له مبلورة أهم الأبعاد التي يتكون منها من

أجل صياغته تعريف إجرائي له، ويأتي علي رأسها الدراسة التي قدمها تقرير التنمية البشرية لعام 1994، الصادر عن برنامج الأمم المتحدة الإنمائي، والتي قدمت أول طرح لمفهوم الأمن أعلنت فيه من شأن الجوانب الاجتماعية لهذا المفهوم⁽⁵²⁾، ومحددة سبع أبعاد رئيسية له تمثلت في (البعد السياسي، الاقتصادي، الثقافي، الاجتماعي، الصحي، البيئي، الغذائي)، وقد تجسدت أبعاد الأمن الاجتماعي ومؤشراته فيما يلي:

1. البعد الاقتصادي: يستدل عليه بالمؤشرات المتعلقة (بالدخل والتوظيف، الاستهلاك، الملكية).
2. البعد السياسي: يتبلور من خلال توافر (الحماية من القمع، المشاركة في الانتخابات، الانضمام إلي الأحزاب السياسية، القدرة علي حرية التعبير عن الرأي).
3. البعد الاجتماعي: يتجسد في السلام الاجتماعي، الثقة المجتمعية، تحقيق التنوع الاجتماعي.
4. البعد الثقافي: يعبر عنه (قدرة الشباب علي التسامح، قبول الآخر، القدرة علي الحصول علي المعلومات بحرية).
5. البعد الغذائي: ونحدده في (توفير الغذاء بصورة مستمرة، وكفايته وجودته).
6. البعد البيئي: يتحقق من خلال (الحماية من المخاطر البيئية، الحصول علي خدمات بيئية جيدة).
7. البعد الصحي: ويعبر عنه توافر الخدمات الصحية، وكفايتها وجودتها في ذات الوقت.

كما يعرف الامن الاجتماعي بأنه حالة الاطمئنان التي يشعر بها أفراد المجتمع الناتجة عن مساهمة مؤسسات التنشئة الاجتماعية في تفعيل جميع الاستراتيجيات والإمكانيات والممارسات التي تحقق للفرد الشعور بعدم الخوف في حاضره ومستقبله، وتسعى إلى حماية نفسه وعقله وماله وعرضه، وتؤكد له الاعتراف بوجوده ومكانته في المجتمع وتتيح له المشاركة الإيجابية المجتمعية⁽⁵³⁾.

كما يعرف بأنه أقصى غشباع ممكن لاحتياجات الجماهير في إطار العدالة الاجتماعية التي تنبذ الصراع بين فئات المجتمع، وتوفر المناخ الملائم لكي يعيش المجتمع في إطار مقبول من التقبل والتعاون والشعور بالأمن والسلام الاجتماعي، الأمر الذي يؤدي إلى الشعور بالولاء والانتماء للمجتمع، أخذين بعين الاعتبار عوامل التغيير الاجتماعي من تحولات جذرية⁽⁵⁴⁾.

كما يعرف الأمن الاجتماعي بأنه كل النواحي الحياتية التي تهم الإنسان المعاصر بدءاً من شعوره بالافتقار المعيشي والاستقرار الاقتصادي إلى الاستقرار الشخصي في محيطه الأسري وبيئته الخارجية⁽⁵⁵⁾. ويعرفه رشاد الكيلاني بأنه الحرص على استغلال كل الطرق والوسائل والسبل الممكنة للمجتمع من أجل تأمين الاستقرار في المجتمع وتهدف حماية مكتسباته المادية والمعنوية، وهناك ثلاثة عناصر أساسية متى توفرت زادت قوة الأمن الاجتماعي، ومتى ضعفت تسبب ضعف الأمن الاجتماعي؛ وهي العدالة والمساواة وتكافؤ الفرص، وبذلك تغير المفهوم العام للأمن الاجتماعي ليشمل كل عناصر ومكونات الأمن الفردي والأمن الجماعي ومكوناته، فهو أمن الأمة باعتبارها وحدة واحدة وذلك بتحقيق العصمة والحماية لحقوقها العامة ومصالحها الجماعية المتمثلة في وحدتها الدينية والاجتماعية الفكرية وفي صيانة نظمها وحماية مؤسساتها والحفاظ على مكتسباتها⁽⁵⁶⁾.

ويعرف الأمن الاجتماعي إجرائياً بأنه: "أقصى إشباع ممكن لاحتياجات الجماهير في إطار العدالة الاجتماعية التي تنبذ الصراع بين فئات المجتمع وتوفر المناخ الملائم لكي يعيش المجتمع في إطار مقبول من التقبل والتعاون والشعور بالأمن والسلام الاجتماعي والاستقرار وعدم الخوف من المستقبل والتمتع بالحياة الكريمة المستقرة، بحيث تتيح له المشاركة المجتمعية الإيجابية، فضلاً عن حصوله على ما يكفيه من غذاء، والمعيشة في ظروف بيئية مناسبة وتوفير الرعاية الصحية والتعليم الجيد.

نتائج الدراسة:

أولاً: توصيف عينة الدراسة:

جدول رقم (1) يوضح توصيف عينة الدراسة

الإجمالي		الاناث		الذكور		البيانات الشخصية
%	ك	%	ك	%	ك	
50.0	200	0.0	0	100.0	200	الذكور
50.0	200	100.0	200	0.0	0	الإناث
100.0	400	100.0	200	100.0	200	الإجمالي
59.3	237	69.5	139	49.0	98	من 18 سنة - أقل من 24 سنة
21.8	87	18.5	37	25.0	50	من 24 سنة - أقل من 30 سنة
19.0	76	12.0	24	26.0	52	من 30 سنة - إلى 35 سنة
100.0	400	100.0	200	100.0	200	الإجمالي
6.0	24	3.0	6	9.0	18	متوسط
6.8	27	5.0	10	8.5	17	فوق المتوسط
78.8	315	86.5	173	71.0	142	جامعي
8.5	34	5.5	11	11.5	23	دراسات عليا

100.0	400	100.0	200	100.0	200	الإجمالي	
12.8	51	16.0	32	9.5	19	أقل من 2000	متوسط الدخل الشهري
37.8	151	30.5	61	45.0	90	2000 -	
32.3	129	36.0	72	28.5	57	6000 -	
17.3	69	17.5	35	17.0	34	10000 فأكثر	
100.0	400	100.0	200	100.0	200	الإجمالي	
52.8	211	64.0	128	41.5	83	طالب	الحالة الوظيفية
9.8	39	6.5	13	13.0	26	قطاع حكومي	
28.8	115	21.5	43	36.0	72	قطاع خاص	
6.5	26	4.0	8	9.0	18	أعمال حرة	
2.3	9	4.0	8	0.5	1	بدون عمل	
100.0	400	100.0	200	100.0	200	الإجمالي	

يوضح الجدول رقم (1) البيانات الأساسية لعينة الدراسة من الشباب المصري، وتحليل بياناته تبين أن العينة تتكون من 400 مفردة مقسمة بين الذكور والإناث بالتساوي (200) مفردة لكل منهم، كما تشير البيانات إلى أن 59.3% من أفراد العينة تراوحت أعمارهم من 18 إلى أقل من 24 سنة، بينما تراوحت أعمار 21.8% من عينة الدراسة ما بين 24 إلى أقل من 30 سنة، وتراوحت أعمار 19.5% من أفراد العينة البحثية ما بين 30 سنة إلى 35 سنة.

أما عن المستوى التعليمي لعينة الدراسة، فكانت النسبة الغالبة لأصحاب المؤهلات الجامعية بنسبة بلغت 78.8%، تلاها أصحاب الدراسات العليا بنسبة بلغت 8.5%، بينما بلغت نسبة 6.8% للمؤهلات فوق المتوسطة، أما المؤهلات المتوسطة فقد بلغت نسبتها 6% من عينة الدراسة.

وفيما يتعلق بالدخل الشهري لأفراد العينة البحثية، بلغت النسبة الأكبر لأصحاب الدخل من 2000 جنيه إلى أقل من 6000 جنيه، بنسبة بلغت 37.8%، أما أصحاب الدخل التي تتراوح ما بين 6000 جنيه إلى أقل من 10000 جنيه فقد بلغت نسبتهم 32.3%، بينما من بلغت دخولهم 10000 فأكثر فكانت نسبتهم 17.3%، وكانت أقل نسبة لمن تتراوح دخولهم أقل من 2000 جنيه بنسبة بلغت 12.8%.

أما عن الحالة الوظيفية لأفراد العينة، فكانت النسبة الأكبر والتي بلغت 52.8% لطالب، ومن يعملون في القطاع الخاص بلغت نسبتهم 28.8%، أما العاملون في القطاع الحكومي فبلغت نسبتهم 9.8%، وأصحاب الأعمال الحرة بلغت نسبتهم 6.5%، وأخيراً من هم بدون عمل بلغت نسبتهم 2.3%.

ثانياً: الإجابة عن تساؤلات الدراسة:

نتناول في هذا الجزء من الدراسة الإجابة عن تساؤلات الدراسة المحددة سلفاً، والتي تمت الإجابة عنها من خلال تطبيق استمارة الاستبيان على العينة المختارة من المبحوثين، وذلك كما يلي:

جدول رقم (2) يوضح مدى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

الإجمالي		إناث		ذكور		مدى استخدام عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي
%	ك	%	ك	%	ك	
75.0	300	77.0	154	73.0	146	دائماً
21.8	87	20.5	41	23.5	46	أحياناً
3.3	13	2.5	5	4.0	8	نادراً
100	400	100	200	100	200	المجموع

وفقاً لنتائج الجدول رقم (2) تبين أن أعلى نسبة لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي كان (دائماً) بنسبة بلغت 75% من إجمالي عينة الدراسة، وكانت نسبة الذكور 73% ونسبة الإناث 77%، وتلاها استخدامه (أحياناً) بنسبة بلغت 21.8% من إجمالي العينة، وكانت نسبة الذكور 23% والإناث 20.5%، وكانت أقل نسبة لـ (نادراً) بنسبة بلغت 3.3%، وكانت نسبة الذكور 4% والإناث 5%، وطبقاً لنتيجة الجدول فقد تبين ارتفاع نسبة استخدام أفراد العينة البحثية لمواقع التواصل الاجتماعي بشكل كبير، وهذا يشير إلى أن هذه المواقع أصبحت مهمة للشباب وضرورة من ضرورات حياتهم ومصدر للحصول على الأخبار والمعلومات وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (أميرة محمد، 2015) (57).

جدول رقم (3) يوضح معدل استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي يومياً

الإجمالي		إناث		ذكور		معدل الاستخدام
%	ك	%	ك	%	ك	
49.0	196	54.5	109	43.5	87	ثلاث ساعات فأكثر
20.3	81	18.5	37	22.0	44	من ساعة إلى ساعتين
19.3	77	18.5	37	20.0	40	من ساعتين إلى ثلاث ساعات
11.5	46	8.5	17	14.5	29	أقل من ساعة
100.0	400	100.0	200	100.0	200	الإجمالي

تشير بيانات الجدول رقم (3) إلى مدى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يومياً، وبلغت النسبة الأكبر لاستخدامها (ثلاث ساعات فأكثر) بنسبة بلغت 49%، وبلغت نسبة الذكور 43.5% بينما بلغت نسبة الإناث 54.5%، وهو ما يعني ارتفاع أعداد الإناث الذين يقضون يومياً في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ثلاث ساعات فأكثر مقارنة بالذكور، ويعكس الاستخدام المتزايد والمكثف من قبل الباحثين لمواقع التواصل الاجتماعي لأهميتها واستخداماتها المتنوعة والمتجددة في جميع المجالات من قبل المبحوثين، بينما استخدام الإنترنت من (ساعة إلى ساعتين) بلغت

نسبتها 20.3%، وبلغت نسبة الذكور 22% بينما بلغت نسبة الإناث 18.5%، وتلاها استخدام مواقع التواصل من (ساعتين إلى ثلاث ساعات) بنسبة بلغت 19.3% وبلغت نسبة الذكور 20%، ثم الإناث بنسبة بلغت 18.5%، وكانت أقل نسبة لاستخدام مواقع التواصل (لأقل من ساعة) بنسبة بلغت 11.5%، وكانت نسبة الذكور 14.5% والإناث كانت نسبتهم 8.5% من إجمالي العينة البحثية.

جدول رقم (4) مواقع التواصل الاجتماعي التي تمتلك العينة البحثية حساب عليها

مواقع التواصل الاجتماعي	ذكور		إناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
Facebook	199	99.5	199	99.5	398	99.5
What's App	178	89.0	194	97.0	372	93.0
Instagram	141	70.5	158	79.0	299	74.8
Twitter	88	44.0	79	39.5	167	41.8
Snapchat	60	30.0	92	46.0	152	38.0
Google Plus	47	23.5	51	25.5	98	24.5
My Space	10	5.0	5	2.5	15	3.8
أخرى	18	9.0	18	9.0	36	9.0
الإجمالي (ن)	200		200		400	

يتبين من الجدول رقم (4) أن 99.5% من عينة الدراسة يملكون حسابات على موقع فيسبوك، وتساوى كل من الذكور والإناث في ذلك، بنسبة بلغت 99.5%، وهذه النتيجة تتفق مع دراسة (ممدوح السيد عبد الهادي شتة، 2017)، حيث احتل (الفيس بوك) المرتبة الأولى كأهم مواقع التواصل الاجتماعي لدى الشباب عينة الدراسة، ويرجع ذلك إلى جاذبيته وشعبيته فهو أكثر التطبيقات قرباً لفكرة مجتمع الشبكة، فهو شبكة اجتماعية على الإنترنت تحاكي الشبكات الاجتماعية بين الأفراد في الواقع الحقيقي. وتلاها امتلاك تطبيق واتساب بنسبة بلغت 93%، وكانت نسبة الذكور 89% والإناث بنسبة بلغت 97%، وهو ما يعكس تفوق للإناث في امتلاك حساب علي واتساب، وجاء في المرتبة الثالثة الانستجرام بنسبة بلغت 74.8%، وبلغت نسبة الذكور 70.5%، أما الإناث فبلغت نسبتهم 79%، مما يعكس تفوق الإناث في استخدام الانستجرام، أما امتلاك حساب على (تويتر) فكانت نسبته 41.8%، وبلغت نسبة الذكور 44%، والإناث كانت نسبتهم 39.5%، وتلاها امتلاك حساب على (Snapchat) بنسبة بلغت 38% من إجمالي العينة، وبلغت نسبة الذكور 30% والإناث 46%، وهو ما يعكس تفوق الإناث عن الذكور في استخدام (Snapchat)، وتلاه استخدام (Google Plus) بنسبة بلغت 24.5%، وكانت نسبة الذكور 23.5% والإناث بنسبة 25.5%، وتلاها أخرى بنسبة بلغت 9% وتشمل (ماسنجر ، you tube ، linked in)، وتساوى الذكور والإناث في استخدام هذه التطبيقات الأخرى، وجاء في المرتبة الأخيرة (my space) بنسبة بلغت 3.8% من إجمالي عينة

الدراسة، وبلغت نسبة الذكور 5% والإناث 2.5% من إجمالي عينة الدراسة. ويتضح وجود فروق في مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها الشباب الجامعي عينة الدراسة، حيث ظهر تفوق الإناث عن الذكور خاصة في استخدام الفيس بوك، و snapchat، وواتساب وانستجرام، مما يعني أن أفراد العينة البحثية من الإناث يفضلون هذه المواقع والتطبيقات كأفضل مواقع التواصل الاجتماعي لدى الإناث عينة الدراسة.

جدول رقم (5) يوضح مدى حرص المبحوثين

على الإطلاع على صندوق البريد الخاص بحساباتهم على مواقع التواصل

مدى الحرص	ذكور		إناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
دائماً	115	57.5	122	61.0	237	59.3
أحياناً	57	28.5	50	25.0	107	26.8
نادراً	18	9.0	18	9.0	36	9.0
لا	10	5.0	10	5.0	20	5.0
الإجمالي	200	100.0	200	100.0	400	100.0

يتبين من الجدول رقم (5) أن 86.1% من أفراد العينة البحثية يحرصون بدرجة كبيرة على الإطلاع على صندوق البريد الخاص بهم على مواقع التواصل الاجتماعي، واحتلت الإجابة بـ(دائماً) نسبة 59.3%، وكانت نسبة الذكور 57.5% والإناث 61%، تلتها (أحياناً) بنسبة بلغت 26.8%، وكانت نسبة الذكور 28.5% والإناث 25%، وهذا مؤشر قوي على أهمية مواقع التواصل الاجتماعي بالنسبة للشباب عينة الدراسة في الحصول على الأخبار والمعلومات، وتأكيد على تمتع هذه المواقع بالوظيفة الإعلامية، ثم جاءت في المرتبة الثالثة (نادراً) بنسبة 9%، وتساوى الذكور والإناث في ذلك، وأخيراً جاءت (لا) بنسبة 5% بنسبة متساوية بين الذكور والإناث.

جدول رقم (6) يوضح أسباب الحرص على متابعة مواقع التواصل الاجتماعي

أسباب الحرص	ذكور		إناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
التثقيف والإطلاع على كل ما هو جديد	117	58.5	127	63.5	244	61.0
للقضاء على وقت الفراغ	92	46.0	128	64.0	220	55.0
متابعة الأخبار التي تنشرها صفحات وسائل الإعلام	110	55.0	97	48.5	207	51.8
التعرف على وجهات النظر المختلفة تجاه الأحداث الجارية	80	40.0	77	38.5	157	39.3
متابعة تحديثات الأصدقاء	78	39.0	77	38.5	155	38.8
مشاركة ما ينشره الآخرون من صور وفيديوهات	71	35.5	70	35.0	141	35.3
للتعارف وتكوين صداقات	64	23.0	65	32.5	129	32.3

تعامل الشباب مع الشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على إدراكهم للأمن الاجتماعي

24.0	96	22.5	45	25.5	51	المشاركة بالنشر على الصفحات المنشورة والتعليقات
1.3	5	1.0	2	1.5	3	أخرى
400		200		200		الإجمالي (ن)

يوضح الجدول رقم (6) أسباب حرص عينة الدراسة على متابعة مواقع التواصل الاجتماعي، وكانت أهم الأسباب (التثقيف والاطلاع علي كل ما هو جديد) بنسبة بلغت 61%، وبلغت نسبة الذكور 58,5% والإناث بنسبة بلغت 63,5%، وتلاه (القضاء علي وقت الفراغ) بنسبة بلغت 55% وبلغت نسبة الإناث 64%، والذكور بنسبة بلغت 46%، مما يعكس أن الإناث يستخدمن مواقع التواصل من أجل القضاء على وقت الفراغ بنسبة تفوق الذكور، ويرجع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي للقضاء على وقت الفراغ لأن أهم ما يميز مواقع التواصل في العصر الحديث توفيرها جو يساعد على التسلية والاستمتاع في أي وقت، وبالتالي القضاء على وقت الفراغ، ثم جاءت (متابعة الأخبار التي تنشرها صفحات وسائل الإعلام) في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت 51,8%، وكانت نسبة الذكور 55% والإناث 48,5%، حيث تساهم هذه المواقع في تعريف المبحوثين بالأحداث والوقائع الجارية لحظة وقوعها، وهذا بدوره يؤدي إلى زيادة الوعي الثقافي، ثم جاء (التعرف علي وجهات النظر المختلفة تجاه الأحداث الجارية) بنسبة بلغت 39,3%، وبلغت نسبة الذكور 40% والإناث 38,5%، بينما جاءت (متابعة تحديثات الأصدقاء) بنسبة بلغت 38,8%، وبلغت نسبة الذكور 39% والإناث 38,5%، وهذا النشاط يعطي مواقع التواصل الاجتماعي صفة الاجتماعية والتواصل، ثم جاءت (مشاركة ما ينشره الآخرون من صور وفيديوهات) بنسبة بلغت 35,3%، وكانت نسبة الذكور 35,3% والإناث 35%، تلاها (التعاون وتكوين الصداقات) بنسبة بلغت 32,3%، وكانت نسبة الذكور 32% والإناث 32,5%، ثم جاءت (المشاركة بالنشر على الصفحات المنشورة والتعليقات) بنسبة بلغت 24%، وبلغت نسبة الذكور 25,5% والإناث 22,5%، وأخيرًا جاءت فئة (أخرى) بنسبة بلغت 1,3% وكانت نسبة الذكور 1,5% ونسبة الإناث 1,0%، وتضمنت هذه الفئة إجابة المبحوثين (لأنها المتاحة أمامي والأكثر انتشارًا).

جدول رقم (7) يوضح المصادر الإعلامية التي تعتمد عليها العينة البحثية

في الحصول على المعلومات حول الأحداث أو الموضوعات التي تهتم بها

المصادر الإعلامية		ذكور		إناث		الإجمالي	
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%

تعامل الشباب مع الشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على إدراكهم للأمن الاجتماعي

7.8	31	8.5	17	7.0	14	التلفزيون المصري
4.8	19	6.5	13	3.0	6	الفضائية المصرية
11.3	45	9.0	18	13.5	27	القنوات الخاصة
1.8	7	1.0	2	2.5	5	الفضائيات العربية
4.5	18	2.5	5	6.5	13	الصحف والمجلات القومية المصرية والخاصة
70.8	283	73.5	147	68.0	136	مواقع التواصل الاجتماعي
400		200		200		الإجمالي (ن)

توضح بيانات الجدول رقم (7) أن مواقع التواصل الاجتماعي تأتي في المرتبة الأولى كأهم المصادر التي تعتمد عليها العينة البحثية في الحصول على المعلومات بنسبة بلغت 70,8%، وهو ما يعكس أهميتها وخطورة الدور الذي تقوم به كمصدر للأخبار، وبلغت نسبة الذكور 68% والإناث 73,5% من إجمالي العينة، وتختلف هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة (زينب أبو طالب، 2013)⁽⁵⁸⁾ وهو انخفاض ثقة المبحوثين بشبكات التواصل كمصدر للأخبار والمعلومات ولعل أسباب احتلال مواقع التواصل المرتبة الأولى كأهم مصادر الأخبار يرجع إلى سهولة الاستخدام، بحيث يستطيع أي مستخدم أن يتعامل معه ومع تطبيقاته بكل يسر مع اختلاف أعمار المستخدمين ومستوياتهم الاجتماعية والاقتصادية، بالإضافة إلى البقاء على اتصال في أي مكان، وهو ما يزيد من شعبيتها ويطيل فترات استخدامها، وكذلك فورية تشارك المعلومات والمحدثات بما يتيح وضع آخر الأخبار والمعلومات، إضافة إلى البث المباشر للفيديو ولحظية تحميل الصور، وكذلك الحصول على تعليقات جعل من الفيسبوك موقعاً ذا شعبية كبيرة وإتاحة ميزة تعدد الأبعاد التشاركية، كل هذا جعل مواقع التواصل الاجتماعي أكثر تفضيلاً واستخداماً وشعبية.

وجاءت في المرتبة الثانية (القنوات الخاصة) بنسبة بلغت 11,3%، وكانت نسبة الذكور 13,5% والإناث 9%، واحتل المرتبة الثالثة (التلفزيون المصري) بنسبة بلغت 7,8%، وكانت نسبة الذكور 7% والإناث 8,5%، ثم تلاه (الفضائيات المصرية) بنسبة بلغت 4,8%، وكانت نسبة الذكور 3% والإناث 6,5%، وتلتها (الصحف والمجلات القومية المصرية) بنسبة بلغت 4,5%، وبلغت نسبة الذكور 6,5% والإناث 2,5%، وأخيراً جاءت (الفضائيات العربية) بنسبة بلغت 1,8%، وبلغت نسبة الذكور 2,5% والإناث بنسبة بلغت 1%.

جدول رقم (8) يوضح مدى الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي

كمصدر أساسي في الحصول على الأخبار والمعلومات

مدى الاعتماد		ذكور		إناث		الإجمالي
ك	%	ك	%	ك	%	%
87	43.5	87	43.5	174	43.5	43.5

31.8	127	27.5	55	36.0	72	أعتمد عليها بدرجة كبيرة
17.3	69	20.5	41	14.0	28	اعتمد عليها بدرجة منخفضة
7.5	30	8.5	17	6.5	13	لا اعتمد عليها مطلقاً
100	400	100	200	100	200	الإجمالي

يتضح من الجدول رقم (8) أن 43,5% من أفراد العينة البحثية يعتمدون على مواقع التواصل الاجتماعي (بدرجة متوسطة) وتساوى في ذلك الذكور والإناث، تلاها (الاعتماد عليها بدرجة كبيرة) بنسبة بلغت 31,8%، وبلغت نسبة الذكور 36% والإناث بنسبة بلغت 27,5%، ثم جاء في المرتبة الثالثة (الاعتماد على مواقع التواصل بدرجة منخفضة) بنسبة بلغت 17,3%، وكانت نسبة الذكور 14% والإناث بنسبة 20,5%، وجاءت أخيراً (لا أعتمد عليها مطلقاً) بنسبة بلغت 7,5%، وبلغت نسبة الذكور في ذلك 6,5% والإناث بنسبة 8,5%.

والواقع أنه مع تنوع مضامين شبكات التواصل الاجتماعي والتي أصبحت تعنى مباشرة بواقع الشباب ونقل اهتماماتهم ومشاكلهم وقصصهم، بالإضافة إلى بث الأخبار ذات الصلة بالأوضاع السياسية والأمنية على الصعيد العالمي، وكذلك نشر أخبار المشاهير من الفنانين والأدباء والعلماء ورجال الدين ونقل يومياتهم، ومن جهة أخرى بروز الصفحات المتخصصة للصحافة المحلية وصحافة المواطن أضحى الإعلام على شبكات التواصل الاجتماعي ميداناً جديداً بالنسبة لعدد المقبلين على هذه المواقع والمرتابين ممن يبحثون عن الخبر الطازج والمصور، وبالتالي زاد الاعتماد عليها كمصدر أساسي في الحصول على الأخبار والمعلومات.

جدول رقم (9) يوضح أكثر الأوقات التي يزيد فيها استخدام المبحوثين

لمواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار

أكثر الأوقات	ذكور		إناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
لا يوجد وقت محدد	117	58.5	113	56.5	230	57.5
في كل الأحوال تقريباً	48	24.0	52	26.0	100	25.0
في أوقات الأحداث الطارئة والأزمات	35	17.5	35	17.5	70	17.5
الإجمالي	200	100	200	100	400	100

توضح نتائج الجدول رقم (9) تصدر (لا يوجد وقت محدد) في المرتبة الأولى في قائمة أكثر الأوقات التي يزيد فيها استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة بلغت 57,5%، وكانت نسبة الذكور 58,5% والإناث 56,5%، وتختلف هذه النتيجة مع دراسة (أميرة محمد، 2015) والتي أظهرت تصدر (في أوقات الأحداث الطارئة والأزمات المرتبة الأولى)، وجاء في المرتبة الثانية (يستخدمونها في كل الأحوال تقريباً) بنسبة بلغت 25%، وكانت نسبة الذكور 24% والإناث 26%،

وأخيراً (في أوقات الأحداث الطارئة والأزمات) جاءت بنسبة بلغت 17,5%، وتساوى فيها الذكور والإناث، وهنا يمكن القول إن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت تشكل أهمية كبرى لأفراد العينة البحثية كمصدر هام للأخبار والمعلومات وأصبح استخدامها يتزايد يوماً بعد يوم ولم يعد استخدامها قاصراً على وقت الأزمات والأحداث الطارئة.

جدول رقم (10) يوضح مدى ثقة المبحوثين فيما ينشر على مواقع التواصل من أخبار ومعلومات

الإجمالي		إناث		ذكور		مدى الثقة
%	ك	%	ك	%	ك	
10.8	43	6.5	13	15.0	30	أثق فيها بدرجة كبيرة
44.5	178	46.5	93	42.5	85	أثق فيها بدرجة متوسطة
23.5	94	21.0	42	26.0	52	أثق فيها بدرجة منخفضة
21.3	85	26.0	52	16.5	33	لا أثق فيها مطلقاً
100.0	400	100.0	200	100.0	200	الإجمالي

كا: 120.140 درجة الحرية: 3 المعنوية: 0.000 دال

توضح نتائج الجدول (10) أن 44,5% من الشباب عينة الدراسة يتقنون فيما ينشر على مواقع التواصل الاجتماعي (بدرجة متوسطة)، وكانت نسبة الذكور 42,5% والإناث 46,5%، وهذه النتيجة مؤشر قوي على مدى المصادقية التي أصبحت تتمتع بها مواقع التواصل الاجتماعي لدى الشباب عينة الدراسة، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (أميرة محمد، 2015) ودراسة (حمزة خليل، 2012)⁽⁵⁹⁾، تلتها (الثقة فيها بدرجة منخفضة) بنسبة بلغت 23,5%، وبلغت نسبة الذكور 26% والإناث 21%، ثم (لا أثق فيها مطلقاً) بنسبة بلغت 21,3%، وبلغت نسبة الذكور 16,5% والإناث 26%، ثم جاء في المرتبة الأخيرة (أثق فيها بدرجة كبيرة) بنسبة بلغت 10,8%، وكانت نسبة الذكور 15% والإناث 6,5%.

وبلغت قيمة كا²: 120.140 بدرجة حرية: 3 ومستوى معنوية: 0.000، وهو ما يعكس وجود فروق ذات دلالة بين العينة البحثية في درجة الثقة فيما ينشر على مواقع التواصل الاجتماعي من أخبار ومعلومات، حيث أبدى الذكور ثقة بدرجة كبيرة فيما ينشر من أخبار ومعلومات عن الإناث بينما أبدى الإناث (أنهن لا يتقن مطلقاً) فيما ينشر على مواقع التواصل من أخبار ومعلومات بدرجة أكبر من الذكور.

جدول رقم (11) يوضح أسباب الثقة في الأخبار المنشورة على مواقع التواصل

الإجمالي		الإناث		الذكور		أسباب الثقة
%	ك	%	ك	%	ك	
44.4	140	43.2	46	45.5	76	لأنها تتمتع بهامش حرية كبير
23.5	74	25.0	37	22.2	37	تناقش قضايا مهمة في المجتمع بحيادية

تعامل الشباب مع الشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على إدراكهم للأمن الاجتماعي

59.4	187	62.2	92	56.9	95	سرعة تغطيتها للأخبار وموثقة بالصورة والفيديو
30.8	97	34.5	51	27.5	46	تنقل صورة حقيقية للأوضاع القائمة
18.1	57	20.9	31	15.6	26	تنبذ سياسة التعقيم الاعلامي
2.9	9	2.7	4	3.0	5	أخرى
315		148		167		الإجمالي (ن)

توضح الأرقام الواردة بالجدول رقم (11) تعدد أسباب ثقة المبحوثين في الأخبار والمعلومات المنشورة على مواقع التواصل وجاءت في مقدمتها (سرعة تغطيتها للأخبار وموثقة بالصور والفيديو) بنسبة بلغت 59,3%، وكانت نسبة الذكور 56,9%، والإناث 62,2%، ويرجع ذلك لما وفرته مواقع التواصل من انفتاح معلوماتي لا يمكن تجاهله، وفورية في نقل الأخبار وصناعة الحدث، وتختلف هذه النتيجة مع دراسة (أميرة محمد، 2015) والتي أوضحت أن أهم أسباب الثقة في الأخبار المنشورة على مواقع التواصل (أنها تتمتع بهامش كبير من الحرية)، وجاءت في المرتبة الثانية (لأنها تتمتع بهامش حرية كبير) بنسبة 44,4%، وبلغت نسبة الذكور 45,5% والإناث بنسبة 43,2%، ويرجع ذلك إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي غيرت من عادات مستخدميها من الشباب بسبب الانتشار الواسع لها والتي جعلتهم المتحكمين في طبيعة المحتوى المنشور بشكل جعل هذا المحتوى منافساً لمحتوى وسائل الإعلام التقليدية، وهو ما أعطى أولوية للمضامين التي ينشرونها ويتبادلونها مع الآخرين بدرجة عالية من الحرية بدلاً من الاستخدام القاصر على متابعة ما تقدمه شبكة الإنترنت من مضامين، واحتل المرتبة الثالثة (أنها تنقل صورة حقيقية للأوضاع القائمة) بنسبة بلغت 30,8%، وبلغت نسبة الذكور 27,5% والإناث 34,5%، تلاها في المرتبة الرابعة (أنها تناقش قضايا مهمة في المجتمع بحيادية) بنسبة 23,5%، وبلغت نسبة الذكور 22,2% والإناث 25%، ثم (أنها تنبذ سياسة التعقيم الإعلامي) بنسبة بلغت 18,1%، وكانت نسبة الذكور 15,6%، وكانت نسبة الإناث 20,9%، ثم جاءت في المرتبة الأخيرة فئة (أخرى) بنسبة 2,9%، حيث ذكر عدد من المبحوثين سبباً آخر بخلاف الأسباب المذكورة تمثل في (تمثل وسائل ضغط على مؤسسات صنع القرار).

جدول رقم (12) يوضح أسباب عدم الثقة فيما يقدم على مواقع التواصل من أخبار ومعلومات

الإجمالي		الإناث		الذكور		أسباب عدم الثقة
%	ك	%	ك	%	ك	
84.7	72	88.5	46	78.8	26	لأنها تدرج للشائعات وبها الكثير من الأكاذيب
42.4	36	44.2	23	39.4	13	لأنها تركز على السليبيات وتسيء للآخرين
41.2	35	38.5	20	45.5	15	لأنها لا تعرض وجهات النظر بحيادية
37.6	32	42.3	22	30.3	10	تساهم في نشر العنف والجريمة وإثارة البلبلة في المجتمع

تعامل الشباب مع الشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على إدراكهم للأمن الاجتماعي

29.4	25	25.0	13	36.4	12	لأن محتوياتها غير كافية ولا تواكب الأحداث
2.4	2	3.8	2	0.0	0	أخرى
85		52		33		الإجمالي (ن)

توضح الأرقام الواردة بالجدول رقم (12) أن أهم أسباب عدم ثقة المبحوثين فيما ينشر من أخبار على مواقع التواصل الاجتماعي جاء في المرتبة الأولى (لأنها مصدر للشائعات وبها الكثير من الأكاذيب) بنسبة بلغت 84,7%، وبلغت نسبة اختيار هذا السبب بين الذكور 78,8%، والإناث بنسبة 88,5%، وعلى الرغم من أن شبكات التواصل الاجتماعي ساهمت في ظهور ما يُعرف بـ"المواطن الصحفي"، فإن عدم توثيق الأخبار، وصعوبة التحقق من صحتها، وسلامة مصادرها قد أسهم في جعلها أداة فاعلة في نشر الشائعات وسهولة تداولها، ثم تلاها سبب (لأنها تركز علي السلبيات وتسيء للآخرين) بنسبة بلغت 42,4%، وجاءت نسبة الذكور 39,4% والإناث بنسبة 44,2%، ثم جاء سبب (لأنها لا تعرض وجهات النظر بحيادية) بنسبة بلغت 41,2%، وجاء الذكور بنسبة 45,5% والإناث 38,5%، ثم سبب (لأنها تساهم في نشر العنف والجريمة وإثارة البلبلة في المجتمع) بنسبة بلغت 37,6%، وجاءت نسبة الذكور 30,3% والإناث بنسبة 42,3%، تلاه سبب (لأن محتوياتها غير كافية ولا تواكب الأحداث) بنسبة 29,4%، وكانت نسبة الذكور 36,4% والإناث 22%، وأخيراً بنسبة بلغت 2,4% وكانت نسبة الإناث 3,8%، حيث ذكر عدد من المبحوثين سبباً آخر بخلاف الأسباب المذكورة تمثل في (عدم وجود رقابة على ما ينشر بها من أخبار).

جدول رقم (13) يوضح ما الذي تقوم به العينة البحثية

في حالة الاهتمام بخبر أو حدث أو موضوع عبر مواقع التواصل الاجتماعي

الإجمالي		إناث		ذكور		ما الذي تقوم به عينة الدراسة
ك	%	ك	%	ك	%	
256	64.0	133	66.5	123	61.5	قراءة الموضوع كاملاً أو معظمه قراءة سريعة
172	43.0	89	44.5	83	41.5	انتقل إلى مصدر الخبر نفسه للتأكد من صحة المعلومات
161	40.3	84	42.0	77	38.5	قراءة تعليقات المستخدمين الآخرين على مواقع التواصل
134	33.5	83	41.5	51	25.5	قراءة العناوين ومشاهدة الصور
104	26.0	57	28.5	47	23.5	اتناقش مع الأصدقاء لمعرفة تفاصيل الخبر بالكامل
2	0.5	0	0.0	2	1.0	أخرى
400		200		200		الإجمالي (ن)

يتضح من الجدول رقم (13) أن نسبة 64% من إجمالي العينة البحثية يقومون بقراءة الموضوع كاملاً أو معظمه قراءة سريعة في حالة الاهتمام بخبر أو حدث أو موضوع عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وكانت نسبة الذكور 61.5% والإناث 66.3%، ولعل هذا يعود إلى أنه كلما كان الموضوع ذا أهمية وبهمّ أكبر عدد

من الأفراد داخل المجتمع يجذب الناس لمتابعته وقراءته كاملاً، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (ممدوح شتلة، 2017) وهو ما يمكن معه القول أن هناك فروقاً دالة بين أفراد العينة البحثية حيث أظهرت الإناث تفوق علي الذكور في قرائتها للعناوين ومشاهدة الصور، وتلاها (الانتقال إلى مصدر الخبر نفسه للتأكد من صحة المعلومات) بنسبة بلغت 43%، وكانت نسبة الذكور 41.5% والإناث 44.5%، ثم جاءت في المرتبة الثالثة (قراءة تعليقات المستخدمين الآخرين على مواقع التواصل) بنسبة بلغت 40.3%، وكانت نسبة الذكور 38.5% والإناث 42%، حيث أتاحت مواقع التواصل الفرصة لمعرفة كافة الآراء المعارضة والمؤيدة، وذلك من خلال تعليقات المستخدمين، وهذا يعطي مزيداً من المعلومات، ثم جاءت (قراءة العناوين ومشاهدة الصور) بنسبة بلغت 33.5%، وكانت نسبة الذكور 25.5% والإناث 41.5%، وهو ما يعكس أن الإناث أكثر حرصاً على قراءة العناوين ومشاهدة الصور من الذكور، تلاها (أنتقاش مع الأصدقاء لمعرفة تفاصيل الخبر بالكامل) بنسبة بلغت 26%، وكانت نسبة الذكور 23.5% والإناث 28.5%، ويرجع ذلك إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي تنسم بدرجة كبيرة من التفاعلية، كما أن الفيسبوك يتيح لهم مدى واسعاً من التفاعلية والمضامين الثرية، وبالتالي أتاح الفرصة للمناقشة والتعرف بشكل أكبر على تفاصيل الأخبار المنشورة، ثم جاء أخري والتي تشمل (اختيار جزء من الموضوع وقراءته قراءة عميقة) بنسبة بلغت 0.5% وكانت نسبة الذكور 1.0%.

جدول رقم (14) يوضح مدى حرص العينة البحثية

على نشر الرسائل الخاصة أو القضايا الكبرى أو الأوضاع الداخلية على مواقع التواصل

مدى الحرص	ذكور		إناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
أحياناً	72	36.0	79	39.5	151	37.8
لا	63	31.5	49	24.5	112	28.0
نادراً	49	24.5	58	29.0	107	26.8
دائماً	16	8.0	14	7.0	30	7.5
الإجمالي	200	100.0	200	100.0	400	100.0

يوضح الجدول رقم (14) مدى حرص المبحوثين على نشر الرسائل الخاصة أو القضايا الكبرى أو الأوضاع الداخلية على مواقع التواصل، وتبين الأرقام أن 37.8% من أفراد العينة يقومون (أحياناً) بالنشر، وكانت نسبة الذكور 36% والإناث 39.5%، ثم جاءت في المرتبة الثانية (لا) بنسبة بلغت 28%، وكانت نسبة

الذكور 31.5% والإناث 24.5%، تلتها في المرتبة الثالثة (نادراً) بنسبة بلغت 26.8%، وكانت نسبة الذكور 24.5% والإناث 29%، ثم جاءت (دائماً) في الترتيب الأخير بنسبة بلغت 7.5%.

جدول رقم (15) يوضح أسباب إعادة نشر الرسائل الخاصة أو القضايا الكبرى

أو الأوضاع الداخلية على مواقع التواصل

الأسباب	ذكور		إناث		الجملة	
	%	ك	%	ك	%	ك
لأنها تتفق مع رأي الخاص	50.4	69	66.2	100	58.7	169
حتى أحذر الناس	48.2	66	58.9	89	53.8	155
حتى يكون لي السبق في نشر الأخبار	10.2	14	9.3	14	9.7	28
بهدف التسلية وتمضية الوقت	21.9	30	17.2	26	19.4	56
تكرار وجودها وتداولها يجعلني أقوم بنشرها	14.6	20	6.0	9	10.1	29
لأنها نشرت بواسطة أحد الأشخاص الذين أثق بهم	16.8	23	11.9	18	14.2	41
لأنها عادة يومية	8.0	11	9.9	15	9.0	26
للتعرف على وجهات نظر الآخرين	31.4	43	29.1	44	30.2	87
أخرى	0.0	.	0.7	1	0.3	1
الإجمالي	ن=137		ن=151		ن=288	

يتضح من بيانات الجدول رقم (15) أن 58.7% من أفراد العينة أكدوا أنهم يقومون بإعادة نشر الأخبار (لأنها تتفق مع رأيهم الخاص)، وكانت نسبة الذكور 50.4% والإناث 66.2%، وهو ما يعكس تفوق الإناث على الذكور وأنهن ينشرن الأخبار التي تتفق مع آرائهن، ووفقاً لنظرية Bakner فإنه عندما تتفق الشائعات مع المعتقدات الموجودة لدى الفرد يفتح هذا المجال لتأثير (كرة الثلج) من حيث تداخل الأفكار الجديدة مع الأفكار الموجودة لدى الفرد. وجاء في المرتبة الثانية (حتى أحذر الناس) بنسبة بلغت 53.8%، وكانت نسبة الذكور 48.2% والإناث 58.9%، ثم جاء في المرتبة الثالثة سبب (للتعرف على وجهات نظر الآخرين) بنسبة بلغت 30.2%، وكانت نسبة الذكور 31.4% والإناث 29.1%، تلاه سبب (بهدف التسلية وتمضية الوقت) بنسبة 19.4%، وكانت نسبة الذكور 21.9% والإناث 17.2%، حيث إنه من الخطورة قيام البعض بتناقل ما يصل إليهم من دون تثبيت وإدراك لحجم انتشار هذا المحتوى وتأثيره السلبي، سواء على صعيد إثارة البلبلة أو تحقيق أهداف الجهة التي قامت بنشر هذا المحتوى للمرة الأولى. ثم جاء سبب لأنها (نشرت بواسطة أحد الأشخاص الذين أثق بهم) بنسبة بلغت 14.2%، وجاءت نسبة الذكور في ذلك 16.8% والإناث بنسبة 11.9%، تلاه سبب (تكرار وجودها وتداولها يجعلني أقوم بنشرها) بنسبة 10.1%، وكانت نسبة الذكور 14.6% والإناث بنسبة 6%، وهو ما

يعكس أن الذكور أشد ميلاً من الإناث في إعادة نشر الأخبار بسبب تكرار وجودها على مواقع التواصل.

ثم تلاه سبب (حتى يكون لي السبق في نشر الأخبار) بنسبة 9.7%، وكانت نسبة الذكور 10.2% والإناث 9.3%، حيث إن البعض يقوم بالنشر ليعلم أنه عليم ببواطن الأمور وأن لديه مصادر مهمة للأخبار لا يعرفها بقية الناس، ثم جاء سبب (لأنها عادة يومية) بنسبة 9%، وكانت نسبة الذكور 8% والإناث 9.9%، وأخيراً جاءت فئة أخرى بنسبة 1%.

جدول رقم (16) يوضح أسباب عدم نشر الرسائل علي مواقع التواصل الاجتماعي

الأسباب		ذكور		إناث		الإجمالي	
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
37	58.7	30	61.2	67	59.8		
24	38.1	19	38.3	43	38.4		
21	33.3	10	20.4	31	27.7		
4	6.3	2	4.1	6	5.4		
الإجمالي (ن)		63		49		112	

يتضح من الجدول رقم (16) أن أهم أسباب عدم نشر الرسائل (لأنني غير متأكد من صحة هذه الأخبار) بنسبة بلغت 59.8%، وكانت نسبة الذكور 58.7% والإناث 61.2%، ثم جاء سبب (ليس من عاداتي نشر الأخبار لخطورتها علي المجتمع) بنسبة 38.4%، وبلغت نسبة الذكور 38.1% والإناث 38.8%، تلاه سبب (لأنها غالباً ما تتضمن مبالغت) بنسبة بلغت 27.7%، وكانت نسبة الذكور 33.3% والإناث 20.4%، وأخيراً جاءت فئة أخرى بنسبة بلغت 5.4%.

جدول رقم (17) يوضح أهم الموضوعات أو القضايا التي تحرص العينة البحثية على متابعتها

أهم الموضوعات أو القضايا		ذكور		إناث		الإجمالي	
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
139	69.5	162	81.0	301	75.3		
111	55.5	107	53.5	218	54.5		
57	28.5	87	43.5	144	36.0		
71	35.5	55	27.5	126	31.5		
64	32.0	50	25.0	114	28.5		
36	18.0	23	11.5	59	14.8		
6	3.0	3	1.5	9	2.3		
الإجمالي (ن)		200		200		400	

يتضح من الجدول (17) أنه فيما يتعلق بأهم القضايا التي تحرص العينة البحثية على متابعتها جاءت في المرتبة الأولى (القضايا الاجتماعية) بنسبة بلغت 75.3%، وجاءت نسبة الذكور 69.5% والإناث 81%، وكانت كلاً (0.01) وهو ما يمكن معه القول بأن الإناث أكثر حرصاً واهتماماً بالموضوعات والقضايا الاجتماعية بنسبة تفوق الذكور، وقد اختلفت هذه النتيجة مع دراسة (ممدوح شتلة، 2017) والتي جاءت فيها الصفحات السياسية في الصدارة يليها الصفحات الاقتصادية.

ثم جاءت في المرتبة الثانية (الموضوعات الفنية والرياضية) بنسبة بلغت 54.5%، وكانت نسبة الذكور 55.5% والإناث 53.5%، تلتها (الموضوعات الثقافية) بنسبة 36%، وبلغت نسبة الذكور فيها 28.5% والإناث 43.5%، وكانت قيمة كلاً دالة عند أقل من (0.01) وهو ما يعكس تفوق الإناث عن الذكور في الاهتمام بالموضوعات الثقافية، ثم جاءت (القضايا السياسية) بنسبة 31.5%، وبلغت نسبة الذكور 35.5% والإناث 27.5%، ويشير هذا إلى تأثير القضايا السياسية على حياة الشباب واهتمامهم بها في ظل التطورات السياسية المتسارعة في مصر وسعي الشباب للمشاركة السياسية وإيصال وجهات نظرهم وآرائهم للمجتمع عبر هذا الواقع، وتختلف هذه الدراسة مع دراسة (أسماء سعيد غضبان، 2015) (60)، ثم جاءت (الموضوعات الاقتصادية) بنسبة بلغت 28.5%، ومثلت نسبة الذكور 32% والإناث 25%، وتعد أهمية الموضوعات الاقتصادية لما لها من أهمية مجتمعية وتأثير كبير على معيشة الأفراد داخل المجتمع، وهذا ما يجعل متابعتها أمراً ضرورياً بالنسبة للشباب عينة الدراسة، ثم جاءت (الموضوعات العسكرية) بنسبة 14.8%، ومثل الذكور 18% والإناث 11.5%، ثم جاءت فئة (أخرى) والتي تشمل (الموضوعات الطبية والعلمية) بنسبة 2.3%.

جدول رقم (18) يوضح مدى اهتمام أفراد العينة البحثية بمتابعة أخبار الصحة والجريمة والتعليم

الإجمالي	النوع		مدى الاهتمام				
	ك %	إناث	ذكور				
27.3	109	23	46	31.5	63	دائماً	الصحة
57.5	230	64.5	129	50.5	101	أحياناً	
12.3	49	10.5	21	14	28	نادر	
3	12	2	4	4	8	لا	
25.5	102	20.5	41	30.5	61	دائماً	الجريمة والحوادث
47.8	191	51.5	103	44	88	أحياناً	
19	76	22	44	16	32	نادر	
7.8	31	6	12	9.5	19	لا	
29.5	118	23.5	47	35.5	71	دائماً	التعليم
47.5	190	52.5	105	42.5	85	أحياناً	
18	72	21	42	15	30	نادر	

5	20	3	6	7	14	لا
100	400	100	200	100	200	المجموع

توضح الأرقام الواردة بالجدول (18) أن 57.5% من أفراد العينة أجابوا بأنهم "أحياناً" ما يتابعون أخبار تتعلق بالصحة، وكانت نسبة الذكور 50.5% والإناث 64.5%، ثم جاءت الإجابة "دائماً" بنسبة 27.3%، وكانت نسبة الذكور 31.5% والإناث 23%، ثم جاءت "نادراً" بنسبة 12.3%، وكانت نسبة الذكور 14% والإناث 10.5%، ثم جاءت في المرتبة الأخيرة "لا" بنسبة 3%، وكانت نسبة الذكور 4% والإناث 2%، وهو ما يعكس أن الإناث أبدین اهتماماً أكبر بمتابعة هذه القضايا الخاصة بالصحة أحياناً. أما فيما يتعلق بأخبار الجريمة والحوادث فأجاب 47.8% أنهم (أحياناً) ما يتابعون أخبار الجريمة والحوادث وكانت نسبة الذكور 44% والإناث 51.5%، وأجاب 25.5% من أفراد العينة بأنهم "دائماً" ما يتابعون أخبار الجريمة والحوادث، وكانت نسبة الذكور 30.5% والإناث 20.5%، بينما أجاب 19% من أفراد العينة أنهم "نادراً" ما يتابعون أخبار الجريمة، وكان الذكور نسبتهم 16% والإناث 22% من إجمالي العينة، وتعكس النتائج وجود فروق بين عينة الدراسة في درجة الاهتمام بمتابعة ما يتعلق بقضايا وأخبار الحوادث والجرائم، حيث أبدى الذكور اهتماماً أكبر بمتابعة هذه القضايا دائماً، وكان اهتمام الإناث بأنهم أحياناً ما يتابعون أخبار الجريمة والحوادث. أما فيما يتعلق بمتابعة قضايا التعليم، فأجاب 47.5% أنهم (أحياناً) ما يتابعون أخبار التعليم، ومثل الذكور 42.5% والإناث 52.5%، وأجاب 29.5% أنهم (دائماً) ما يتابعون أخبار التعليم وكانت نسبة الذكور 35.5% والإناث 23.5%، وأجاب 18% من أفراد العينة أنهم (نادراً) ما يتابعون أخبار قضايا التعليم وكانت نسبة الذكور 15% والإناث 21%، وجاءت أخيراً الإجابة "لا" بنسبة 5%، ومثل الذكور 7% والإناث 3%، وهو ما يعكس وجود فروق بين عينة الدراسة في درجة الاهتمام بمتابعة ما يتعلق بقضايا التعليم حيث تفوق الذكور في الاهتمام دائماً بأخبار التعليم، بينما كان تفوق الإناث في أنهن أحياناً ما يتابعن قضايا التعليم.

جدول رقم (19) يوضح رد فعل المبحوثين تجاه الشائعات

رد الفعل		ذكور		إناث		الإجمالي	
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%

تعامل الشباب مع الشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على إدراكهم للأمن الاجتماعي

49.0	196	53.5	107	44.5	89	اكتفيت بقراءة الخبر فقط
30.0	120	33.5	67	26.5	53	بحثت في مواقع المصدر الرسمية عن معلومات توضح الحقائق
23.0	92	23.5	47	22.5	45	قمت بعمل مناقشات مع الآخرين لمعرفة رأيهم
16.0	64	17.5	35	14.5	29	ارسلت الخبر لزملائي وأصدقائي
14.3	57	13.5	27	15.0	30	نشرت تكذيب وتشكيك فيها
14.0	56	14.0	28	14.0	28	نشرت رسائل تعبر عن رفض لهذه المعلومات
8.3	33	8.5	17	8.0	16	قمت بنشر تكذيب المصادر الرسمية لهذه المعلومات
0.8	3	0.5	1	1.0	2	أخرى
400		200		200		الإجمالي

يتضح من الجدول (19) أن 49% من أفراد العينة اكتفوا بقراءة الخبر فقط، وكانت إجابات الذكور 44.5% والإناث 53.5%، وأجاب 30% من أفراد العينة أنهم (بحثوا في مواقع المصادر الرسمية عن معلومات توضح الحقائق) وكانت نسبة الذكور 26.5% والإناث 33.5%، وهذا يؤكد وعي العينة البحثية، حيث إن هناك ضرورة التأكد من مصدر المعلومة، وهذا واجب على الفرد إن أراد نقل أي معلومة أو خبر، فنقل المعلومات المغلوطة ينتج أضراراً جسيمة، ومنها تضليل أفراد المجتمع، ونشر مفاهيم واعتقادات وتأويلات خاطئة حول المعلومة. كما توضح الأرقام أن 23% من أفراد العينة أجابوا بأنهم (قاموا بعمل مناقشات مع الآخرين لمعرفة رأيهم) وكانت نسبة الذكور 22.5% والإناث 23.5%، تلتها إجابة المبحوثين (أرسلت الخبر لزملائي وأصدقائي) بنسبة 16%، ومثل الذكور 14.5% والإناث 17.5%، ثم جاءت إجابة 14.3% من أفراد العينة بأنهم (نشروا تكذيب وتشكيك فيها)، وكانت نسبة الذكور 15% والإناث 13.5%، بينما أجاب 14% من أفراد العينة أنهم (نشروا رسائل تعبر عن رفض لهذه المعلومات)، وتساوت في ذلك نسبة الذكور والإناث بـ 14%، تلتها إجابة (قمت بنشر تكذيب المصادر الرسمية لهذه المعلومات) بنسبة 8.3%، وكانت نسبة الذكور 8% والإناث 8.5%، وأخيراً جاءت فئة "أخرى" بنسبة 0.8%، والتي تمثلت في قراءة التعليقات على الشائعات.

جدول رقم (20) يوضح أسباب قبول أو عدم قبول الشائعات

الإجمالي		إناث		ذكور		الإجابة
%	ك	%	ك	%	ك	
16.8	67	11.5	23	22.0	44	موافق جداً
19.3	77	22.0	44	16.5	33	موافق
23.5	94	26.5	53	20.5	41	محايد
29.5	118	31.5	62	28.0	56	معارض
11.0	44	9.0	18	13.0	26	معارض جداً
24.0	96	12.0	24	36.0	72	موافق جداً
37.0	148	44.5	89	29.5	59	موافق
27.5	110	31.5	63	23.5	47	محايد
7.0	28	6.0	12	8.0	16	معارض
4.5	18	6.0	12	3.0	6	معارض جداً
19.0	76	13.0	26	25.0	50	موافق جداً
22.3	89	25.0	50	19.5	39	موافق
16.3	65	17.5	35	15.0	30	محايد
31.3	125	34.0	68	28.5	57	معارض
11.3	45	10.5	21	12.0	24	معارض جداً
17.3	69	11.5	23	23.0	46	موافق جداً
12.8	51	11.0	22	14.5	29	موافق
18.5	74	20.0	40	17.0	34	محايد
33.8	135	38.5	77	29.0	58	معارض
17.8	71	19.0	38	16.5	33	معارض جداً
14.5	58	5.5	11	23.5	47	موافق جداً
8.3	33	9.5	19	7.0	14	موافق
15.3	61	19.0	38	11.5	23	محايد
36.5	146	39.0	78	34.0	68	معارض
25.5	102	27.0	54	24.0	48	معارض جداً
28.0	112	19.5	39	36.5	73	موافق جداً
34.5	138	34.5	69	34.0	69	موافق
24.8	99	31.5	63	18.0	36	محايد
8.0	35	9.5	19	8.0	16	معارض
4.0	16	5.0	10	3.0	6	معارض جداً
21.0	84	12.0	24	30.0	60	موافق جداً
18.3	73	18.0	36	18.5	37	موافق
26.5	106	28.0	56	25.0	50	محايد
23.0	92	29.5	59	16.5	33	معارض
11.3	45	12.5	25	10.0	20	معارض جداً

يوضح الجدول رقم (20) أسباب قبول أو عدم قبول الشائعات، حيث ذكر 40.5% رفضهم أن إجماع غالبية آراء مستخدمي الفيسبوك على صحة الشائعات يؤكد مصداقيتها، وكذلك رفض 41% من الذكور والإناث بنسبة بلغت 40%، وأبدى

61% من أفراد العينة موافقتهم على أن (احتواء مضمون الشائعات على أدلة وبراهين) يؤكد مصداقيتها بالنسبة لهم، وكانت نسبة موافقة الذكور 65.5% و56% من الإناث، وهو ما يعكس تفوق الذكور على الإناث في تصديقهم لمضمون الشائعات التي تحتوي على أدلة وبراهين، وأبدى 50.3% من العينة موافقتهم أن (تكرار الخبر يؤكد مصداقيته وجواز نشره) وكانت نسبة الذكور 53.5% والإناث 47%.

وقال 51.6% من أفراد العينة بعدم الموافقة على أن (حجم المشاركات (Sharing) للشائعات على مواقع التواصل يؤكد مصداقيتها)، وعارض الذكور نسبة 45.5% والإناث نسبة بلغت 57.5%، بينما رفض 62% من أفراد العينة أن (غموض مصدر الخبر يؤكد مصداقيته)، وكانت نسبة الذكور 58% والإناث 66%، والحقيقة أن انتشار الشائعات يساوي أهمية الموضوع المتصل بالشائعات مضموناً في مدى الغموض حوله، وبناءً على هذه المعادلة تصبح الشائعات أكثر انتشاراً كلما كان الموضوع مهماً وغموضه كبيراً، وأفاد 62.5% من العينة موافقتهم على أن (احتواء الخبر أو الشائعات على فيديوهات ووثائق وصور تجعلني أتأكد من مصداقية الخبر)، وكانت نسبة الذكور 71% والإناث 54%، وهو ما يؤكد تفوق الذكور على الإناث في تصديقهم للخبر لاحتوائه على فيديوهات ووثائق، فغالباً ما تحتوي الأخبار الكاذبة على صور أو مقاطع فيديو مُتلاعب بها بغرض التضليل، وفي بعض الأحيان، تكون الصورة حقيقية، ولكنها موضوعة في سياق مختلف، أو يكون الفيديو قد سُجِّل في بلد ما، بينما يدعي الناشر أن الحادث وقع في بلد آخر، وأبدى 39.3% من أفراد العينة وموافقتهم على أن (وجود أكثر من رابط للشائعات يجعلني أتأكد من صحتها)، وكانت نسبة الذكور 48.5% والإناث 30%، وهو ما يعكس تفوق الذكور على الإناث في قبولهم للشائعات لوجود أكثر من رابط بها.

جدول رقم (21) يوضح أسباب انتشار الشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي

الإجمالي		إناث		ذكور		أسباب انتشار الشائعات
%	ك	%	ك	%	ك	
65.3	261	72.5	145	58.0	116	سرعة انتشار المعلومة
63.3	253	66.5	133	60.0	120	عدم وجود رقابة فعالة
50.5	202	53.5	107	47.5	95	قلة الوعي لدى المتعاملين مع هذه المواقع
46.5	186	47.0	94	46.0	92	ضعف دور الإعلام الرسمي في توضيح الحقائق كاملة
46.3	185	45.0	90	47.5	95	غياب المصادر الرسمية لتأييد أو نفي الأخبار والمعلومات
41.8	167	46.0	92	37.5	75	صعوبة تحديد مصدر الشائعات
35.5	142	40.0	80	31.0	62	لأنه ملتبس بالحسابات الوهمية
34.3	137	31.0	62	37.5	75	سهولة التعامل معها
26.8	107	24.5	49	29.0	58	اختفاء الشفافية في تناول القضايا المجتمعية
25.3	101	25.0	50	25.5	51	عدم القدرة على التفكير الناقد
0.8	3	0.3	1	1.0	2	أخرى
400		200		200		الإجمالي (ن)

يوضح الجدول رقم (21) إجابات عينة الدراسة على أسباب انتشار الشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي، فقد ذكر 65.3% من أفراد العينة (سرعة انتشار المعلومة) ومثل الذكور 58% والإناث 72.5%، وهو ما يعكس تفوق الإناث عن الذكور، ولعل اختيار الشباب أفراد العينة البحثية هذا البديل ليتصدر البدائل يتمشى تمامًا مع ما وضحه الباحثون من خصائص ومميزات لمواقع التواصل الاجتماعي في أنها سريعة وسهلة الانتشار بين الأفراد، وذلك لانتشارها ما يعرف بصحافة المواطن التي تمكن كل فرد من وضع المحتوى الذي يناسبه وفي الوقت الذي يناسبه.

تلاه سبب (عدم وجود رقابة فعالة) بنسبة بلغت 63.3%، وكانت نسبة الذكور 60% والإناث 66.3%، ثم سبب (قلة الوعي لدى المتعاملين مع هذه المواقع) بنسبة 50.5%، وكانت نسبة الذكور 47.5% والإناث 53.5%، ثم جاء (ضعف دور الإعلام الرسمي في توضيح الحقائق كاملة) بنسبة 46.5%، وكانت نسبة الذكور 46% والإناث 47%، والواقع أن بعض المنافذ الإعلامية تحولت في الآونة الأخيرة من دون قصد إلى مروج للشائعات، بتداولها معلومات غير موثقة، وهذا يتطلب ضرورة تدقيق وسائل الإعلام من صحة المعلومات التي تنشرها وذلك من الجهات الرسمية، ووضع استراتيجية إعلامية وقائية تستخدم وسائل الإعلام كافة من أجل توعية أفراد المجتمع بمفهوم الشائعات والظروف المرتبطة بنشأتها وتطورها والمخاطر والآثار الناجمة عنها، تلاه سبب (غياب المصادر الرسمية لتأييد أو نفي الأخبار والمعلومات) بنسبة 46.3%، ومثل الذكور 47.5% والإناث 45%، وهو ما يعكس أهمية المعلومات في العصر الحالي كقوة داعمة تؤثر على فاعلية إدارة الدولة لاستراتيجيتها الاتصالية في التعامل مع الرأي العام، ثم جاء سبب (صعوبة تحديد مصدر الشائعة) بنسبة بلغت 41.8%، وكانت نسبة الذكور 37.5% والإناث 46%، تلاه سبب (لأنه مليئ بالحسابات الوهمية) بنسبة بلغت 35.5%، وبلغت نسبة الذكور 31% والإناث 40%، ثم سبب (سهولة التعامل معها) بنسبة 34.3%، ومثل الذكور 37.5% والإناث 31%، وذلك بسبب الفضاء الافتراضي المفتوح وعدم وجود رقابة عليها وسهولة الاستخدام والقدرة على التخفي والتمويه والتشابك، ثم جاء (اختفاء الشفافية في تناول القضايا المجتمعية) بنسبة بلغت 26.8%، ومثل الذكور 29% والإناث 24.5%، وهذا يؤكد على أن الشائعات تنطلق وتزيد عندما يكون الجو العام غير واضح ويكتنفه الغموض، وهو ما يزيد من حده التوتر والقلق، وهنا تقوم الإشاعة بوظيفتها وفتح نافذه أمام الأفراد لفهم الواقع المعاش والأحداث التي تدور في المجتمع، وجاء سبب (عدم القدرة على التفكير الناقد) بنسبة بلغت 25,3%، وكانت نسبة الذكور 25,5% والإناث 25%، ولعل هذا يدفعنا إلى ضرورة تربية النشء والشباب على التفكير النقدي الذي يحلل الأمور قبل تصديقها، وبالتالي تستطيع أن تكشف الحقائق والشائعات ولا يساهموا في نشرها.

جدول رقم (22) يوضح ردود فعل المبحوثين حول الشائعة

الإجمالي		إناث		ذكور		رد الفعل
%	ك	%	ك	%	ك	
8.5	34	8.0	16	9.0	18	موافق جداً
12.3	49	11.0	22	13.5	27	موافق
11.5	46	12.0	24	11.0	22	محايد
38.0	152	46.0	92	30.0	60	معارض
29.8	119	23.0	46	36.5	73	معارض جداً
5.0	20	2.0	4	8.0	16	موافق جداً
9.5	38	7.5	15	11.5	23	موافق
9.0	36	12.0	24	6.0	12	محايد
32.5	130	37.5	75	27.5	55	معارض
44.0	176	41.0	82	47.0	94	معارض جداً
16.0	64	13.0	26	19.0	38	موافق جداً
33.3	133	33.5	67	33.0	66	موافق
29.8	119	35.5	71	24.0	48	محايد
13.3	53	12.5	25	14.0	28	معارض
7.8	31	5.5	11	10.0	20	معارض جداً
31.0	124	28.0	56	34.0	68	موافق جداً
39.5	158	48.5	97	30.5	61	موافق
16.8	67	16.0	32	17.5	35	محايد
6.5	26	4.0	8	9.0	18	معارض
6.3	25	3.5	7	9.0	18	معارض جداً
22.5	90	22.0	44	23.0	46	موافق جداً
38.3	153	38.0	76	38.5	77	موافق
21.0	84	29.0	58	13.0	26	محايد
11.0	44	9.0	18	13.0	26	معارض
7.3	29	2.0	4	12.5	25	معارض جداً
17.0	68	9.5	19	24.5	49	موافق جداً
38.3	153	41.0	82	35.5	71	موافق
30.3	121	34.5	69	26.0	52	محايد
8.8	35	10.0	20	7.5	15	معارض
5.8	23	5.0	10	6.5	13	معارض جداً
17.8	71	17.0	34	18.5	37	موافق جداً
48.3	193	52.0	104	44.5	89	موافق
20.8	83	22.0	44	19.5	39	محايد
8.0	32	6.0	12	10.0	20	معارض
5.3	21	3.0	6	7.5	15	معارض جداً
21.5	86	19.0	38	24.0	48	موافق جداً
37.5	150	38.0	76	37.0	74	موافق
24.5	98	31.0	62	18.0	36	محايد
8.3	33	7.5	15	9.0	18	معارض
8.3	33	4.5	9	12.0	24	معارض جداً

يوضح الجدول رقم (22) ردود فعل المبحوثين حول الشائعة، فقد أبدى 67.8% من أفراد العينة رفضهم (لإعادة نشر الأخبار المثيرة كي يكون لي السبق في نشرها)، وكانت نسبة الذكور 66.5% والإناث 69%، وأكد 76.5% (رفضهم لإعادة نشر الأخبار دون التحقق من مصداقيتها)، وكانت نسبة الذكور 74.5% والإناث 78.5%، وهذا يعكس مدى وعي أفراد العينة البحثية بخطورة تناقل الأخبار دون التأكد من صحتها، وذكر 49.3% أنهم يكتبون تعليقا أو رأيا يشير إلى عدم صحة الشائعة عندما يتأكدوا من ذلك، وكانت نسبة الذكور 52% والإناث 46.5%، وأفاد 70.5% من أفراد العينة أنهم لا يعيدوا نشر الخبر إلا بعد التأكد من صحته، ومثل الذكور 64.5% والإناث 76.5%، بينما أكد 60.8% من أفراد العينة أنهم يقومون بفحص الوقائع والبيانات المرتبطة بموضوع الشائعة قبل الحكم عليها، ومثل الذكور 61.5% والإناث 60%، وأبدى 55.3% من أفراد العينة أن حكمهم على الشائعة يتأثر أحيانا برأيهم الشخصي، وكانت نسبة الذكور 60% والإناث 50.5%، وهو ما يؤكد أن الذكور أكثر تأثرا من الإناث بالشائعة إذا كانت تتفق مع رأيهم الشخصي، وأفاد 59% من أفراد العينة أنهم (يحرصون على تحليل مناقشات ومحاولات الآخرين حول موضوع الشائعة قبل الحكم عليه)، ومثل الذكور 61% والإناث 57%.

جدول رقم (23) يوضح مدى إدراك المبحوثين للدور

الذي تقوم به شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات

الجملة		إناث		ذكور		الإجابة	
%	ك	%	ك	%	ك		
18.3	73	17.0	34	19.5	39	موافق جداً	مواقع التواصل تروج لأفكار هادمة للمجتمع.
31.3	125	26.5	53	36.0	72	موافق	
32.3	129	40.0	80	24.5	49	محايد	
14.8	59	12.5	25	17.0	34	معارض	
3.5	14	4.0	8	3.0	6	معارض جداً	
20.8	83	21.0	42	20.5	41	موافق جداً	مواقع التواصل تبث سموم وأفكار تمس معتقدات المجتمع وتؤثر في أفكاره وتزعزع استقراره.
34.5	137	31.0	62	37.5	75	موافق	
23.5	94	31.5	63	15.5	31	محايد	
18.5	74	13.0	26	24.0	48	معارض	
3.0	12	3.5	7	2.5	5	معارض جداً	
17.0	68	14.0	28	20.0	40	موافق جداً	موقع التواصل تنشر الفتنة الطائفية والفئوية والتعصب القبلي.
30.8	123	28.5	57	33.0	66	موافق	
27.5	110	34.0	68	21.0	42	محايد	
20.0	80	20.0	40	20.0	40	معارض	
4.8	19	3.5	7	6.0	12	معارض جداً	

تعامل الشباب مع الشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على إدراكهم للأمن الاجتماعي

19.5	78	17.5	35	21.5	43	موافق جداً	مواقع التواصل تنشر السلوك الانحرافي والجريمة والأفكار الهدامة في المجتمع.
25.8	103	28.5	57	23.0	46	موافق	
28.8	115	33.5	67	24.0	48	محايد	
20.3	81	16.5	33	24.0	48	معارض	
5.8	23	4.0	8	7.5	15	معارض جداً	
10.0	40	7.0	14	13.0	26	موافق جداً	مواقع التواصل تنشر أخبار تساعد على تكدير السلم العام.
29.0	116	29.0	58	29.0	58	موافق	
36.0	144	41.5	83	30.5	61	محايد	
20.0	80	19.0	38	21.0	42	معارض	
5.0	20	3.5	7	6.5	13	معارض جداً	
10.0	40	9.5	19	10.5	21	موافق جداً	مواقع التواصل تهتم بالتوازن في عرض وجهتي النظر.
27.8	111	25.0	50	30.5	61	موافق	
36.0	144	42.5	85	29.5	59	محايد	
20.0	80	17.5	35	22.5	45	معارض	
6.3	25	5.5	11	7.0	14	معارض جداً	
9.8	39	13.0	26	6.5	13	موافق جداً	تسعي لنشر الحقائق لتحقيق الصالح العام.
27.0	108	26.0	52	28.0	56	موافق	
33.5	134	32.0	64	35.0	70	محايد	
24.3	97	23.5	47	25.0	50	معارض	
5.5	22	5.5	11	5.5	11	معارض جداً	
12.8	51	15.0	30	10.5	21	موافق جداً	تنمي المسؤولية الاجتماعية لدى الافراد.
32.0	128	27.5	55	36.5	73	موافق	
27.3	109	27.5	55	27.0	54	محايد	
20.3	81	23.5	47	17.0	34	معارض	
7.3	31	6.5	13	9.0	18	معارض جداً	
10.3	41	10.5	21	10.0	20	موافق جداً	تنمي قيم المواطنة وتعزيز الوحدة والتماسك داخل المجتمع.
25.5	102	21.0	42	30.0	60	موافق	
35.3	141	39.0	78	31.5	63	محايد	
21.0	84	19.5	39	22.5	45	معارض	
8.0	32	10.0	20	6.0	12	معارض جداً	
13.3	53	13.5	27	13.0	26	موافق جداً	تعزز التقارب بين المواطنين والجهات الأمنية للحفاظ على الأمن الاجتماعي.
25.0	100	23.0	46	27.0	54	موافق	
32.8	131	36.0	72	29.5	59	محايد	
19.8	79	16.0	32	23.5	47	معارض	
9.3	37	11.5	23	7.0	14	معارض جداً	

توضح نتائج الجدول رقم (23) والذي يتناول مدى إدراك المبحوثين لدور مواقع التواصل في نشر الشائعات، وقد أكدت العينة موافقتها بنسبة بلغت 49.6% من إجمالي العينة، ووافق الذكور نسبة بلغت 55.5% والإناث 43.5% على عبارة (أن مواقع التواصل تروج الأفكار هادمة للمجتمع)، وهو ما يعكس إدراك أكبر من الذكور أن مواقع التواصل لها دور في ترويج أفكار هادمة للمجتمع، حيث إن هذه المواقع متاحة لكل الأفراد، وهذا ما يؤكد اعتماد المستخدمين اعتماداً كلياً في الحصول على

الأخبار والمعلومات، وحيث إن أضرار الشائعات أكثر من فوائدها، فإن دورها كبيرٌ في صناعة الفُرقة والتشتت والعنف بين المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي وبخاصة الشباب، حيث إنهم فئة يسهل إقناعها بهذه الأخبار وصحتها ويسهل تجنيدهم وتبنيهم لأفكار معينة، وما يؤكد ذلك هو أن عملية تجنيد الجماعات الإرهابية للشباب أصبحت أسهل عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي لسريتها ولسرعتها ومقدرة هذه الجماعات في الوصول لقطاعات كبيرة من الشباب.

كما وافقت عينة الدراسة على أن (مواقع التواصل تثبت سموماً وأفكاراً تمسّ معتقدات المجتمع وتؤثر في أفكاره وتزرع استقراره) بنسبة بلغت 55.1%، وكانت نسبة الذكور 58% والإناث 52%، وهذا نتيجة حتمية لانتشار الشائعات في أي مجتمع بما يحمله من أخبار كاذبة وأفكار مضللة وتحريض ضد أطراف معينة في المجتمع، وأبدى 47.8% من العينة موافقتهم أن (مواقع التواصل تنشر الفتنة الطائفية والفئوية والتعصب القبلي)، وكانت نسبة الذكور 53% والإناث 42.5%، وتساعد الشائعات على نشر العداة والخصومة بين الشباب، ومن ثم تدمير استقراره من خلال نشر أفكار تسعى إلى إحداث تفكك المجتمع، وتؤثر بالسلب على العلاقات الاجتماعية بين الشباب، وأيضاً تؤدي إلى خلق الفوضى وتقسيم الجماعات، كما تعمق الفجوة بين أفراد المجتمع ونشر القلق والخوف في نفوس الشباب، كما أكد 45.3% من العينة موافقتهم على أن (مواقع التواصل تنشر السلوك الانحرافي والجريمة والأفكار الهدامة في المجتمع)، وكانت نسبة الذكور 44.5% والإناث 46%.

وأبدى 39% من العينة موافقتهم على أن (مواقع التواصل تنشر أخبار تساعد على تكدير السلم العام)، وكانت نسبة الذكور 42% والإناث 36%، وهذه الأخبار التي تحمل الشائعات تسعى لزعة الاستقرار الداخلي للدول والمجتمعات، خاصة إذا استهدفت هذه الشائعات رموز أو قيادات دولة ما، أو تطرقت إلى قضايا ترتبط بالأمن الاجتماعي للمواطنين، هنا يظل تأثير الشائعات قائماً ومستمرّاً لفترة ما، خصوصاً في زمن الاتصال السريع والتواصل عبر الشبكات الاجتماعية والمعلومة الأنية التي تنتشر انتشار النار في الهشيم، كذلك وافق المبحوثون بنسبة بلغت 37.8% على أن (مواقع التواصل تهتم بالتوازن في عرض وجهتي النظر)، وكانت نسبة الذكور 51% والإناث 34.5%، وهو ما يعكس تفوق للذكور عن الإناث في أنهم يرون أن مواقع التواصل تسهم بالتوازن في عرض وجهتي النظر الخاصة بالقضايا التي تعرضها.

ووافق 36.8% من العينة أن مواقع التواصل تسعى (لنشر الحقائق لتحقيق الصالح العام)، وكانت نسبة الذكور 34.5% والإناث 39%، وأبدى 42.5% من العينة موافقتهم على أن (مواقع التواصل تنمي المسؤولية الاجتماعية لدى الأفراد)، وكانت نسبة الذكور 47% والإناث 42.5%، وأكد 35.8% من العينة موافقتهم على

أن (مواقع التواصل تنمي قيم المواطنة وتعزيز الوحدة والتماسك داخل المجتمع)، وكانت نسبة الذكور 40% والإناث 31.5%، وكذلك وافقت العينة بنسبة بلغت 38.3% على أن (مواقع التواصل تعزز التقارب بين المواطنين والجهات الأمنية للحفاظ على الأمن الاجتماعي) وكانت نسبة الذكور 40% والإناث 36.5%.

وقد عكست النتائج الواردة في هذا الجدول أن الاتجاه المتكون لدى أفراد عينة الدراسة هو الاتجاه بالموافقة سواء على العبارات التي تعكس الاتجاه الإيجابي أو السلبي نحو الدور الذي تقوم به شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات، ويرجع ذلك إلى أن مواقع التواصل أصبحت سلاحاً ذا حدين، ولعل هذا يدفعنا إلى إدراك مدى خطورتها، حيث أصبحت تحظى بقبول الشباب لذلك علينا الحرص على توجيهها الوجهة الصحيحة التي تخدم الوطن وتحقق أمنه الاجتماعي.

جدول رقم (24) يوضح مدى إدراك المبحوثين لخطورة الشائعات المرتبطة بالأمن الاجتماعي

الجملة		إناث		ذكور		الإجابة
%	ك	%	ك	%	ك	
31.5	126	27.5	55	35.5	71	موافق جداً
47.0	188	49.5	98	45.0	90	موافق
15.8	63	19.0	38	12.5	25	محايد
4.3	17	3.5	7	5.0	10	معارض
1.5	6	1.0	2	2.0	4	معارض جداً
22.5	90	17.0	34	28.0	56	موافق جداً
49.8	199	49.5	99	50.0	100	موافق
21.5	86	27.5	55	15.5	31	محايد
6.0	24	6.0	12	6.0	12	معارض
0.3	1	0	0	0.5	1	معارض جداً
23.0	92	21.0	42	25.0	50	موافق جداً
51.3	205	48.5	97	54.0	108	موافق
19.8	79	25.0	50	14.5	29	محايد
4.8	19	5.0	10	4.5	9	معارض
1.3	5	0.5	1	2.0	4	معارض جداً
24.5	98	20.0	40	29.0	58	موافق جداً
45.8	183	48.0	96	43.5	87	موافق
21.5	86	21.5	43	21.5	43	محايد
6.3	25	8.0	16	4.5	9	معارض
2.0	8	2.5	5	1.5	3	معارض جداً
23.3	93	18.0	36	28.5	57	موافق جداً
39.8	159	40.5	81	39.0	78	موافق
25.8	103	30.5	61	21.0	42	محايد
9.3	37	9.5	19	9.0	19	معارض

تفاعل الشباب مع الشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على إدراكهم للأمن الاجتماعي

2.0	8	1.5	3	2.5	5	معارض جداً	الشائعات المرتبطة بالأمن الاجتماعي لا تؤثر على الروح المعنوية للمصريين.
11.0	44	6.5	13	15.5	31	موافق جداً	
13.8	55	15.5	31	12.0	24	موافق	
2.05	82	24.5	49	16.5	33	محايد	
39.5	158	43.0	86	36.0	72	معارض	
15.3	61	10.5	21	20.0	40	معارض جداً	تداول الشائعات المرتبطة بالأمن الاجتماعي يتيح الفرصة لكشف الحقائق.
18.3	73	15.5	31	21.0	42	موافق جداً	
27.5	110	28.0	56	27.0	54	موافق	
30.0	121	36.0	72	24.5	49	محايد	
16.3	65	16.5	33	16.0	32	معارض	
7.8	31	4.0	8	11.5	23	معارض جداً	

توضح نتائج الجدول رقم (24) ارتفاع وعي الشباب وإدراكهم لخطورة الشائعات، حيث جاءت الموافقة بشكل مرتفع على العبارات المتعلقة بالشائعات وتأثيرها على الأمن الاجتماعي، فقد اتفقت عينة الدراسة على أن الشائعات من شأنها التأثير على الأمن الاجتماعي بكل مجالاته، وترتبط هذه النتيجة بما يعيشه الشعب المصري من حالة انتشار الشائعات بشكل كبير، وتداعيات ذلك على الحياة السياسية والاجتماعية والاقتصادية، والتي تظهر بوضوح في حالة الاستقطاب الفكري بنشر المعلومات المضللة، والتي تعمل على زيادة حالة الانقسام في المجتمع، وكذلك حالة التوتر التي يشهدها المجتمع، نتيجة انتشار المعلومات المضللة، والتي من شأنها إثارة البلبلة والفرع في المجتمع ونقص الثقة في الحكومة وأجهزتها.

وقد أبدى 78.5% من أفراد العينة البحثية موافقتهم على أن (مواقع التواصل وسيلة فعالة لنقل الشائعات حول موضوعات الأمن الاجتماعي)، وكانت نسبة الذكور 80.5% والإناث 76.5%، وهذا مؤشر على أن مواقع التواصل تؤثر سلبيًا على الأمن الاجتماعي من خلال نشرها للجرائم والفتن الطائفية والفئوية والسلوك الانحرافي داخل المجتمع وبيت الشائعات ونشر الفوضى وتفتيت المجتمع بما يهدد قيم وعادات المجتمع الأمر الذي يؤثر على الأمن الاجتماعي للمواطنين.

وأكد 72.3% من أفراد العينة أن (الشائعات المرتبطة بالأمن الاجتماعي تدفع إلى إثارة الشك لدى الجمهور وعدم تصديق المعلومات الحقيقية)، وكانت نسبة الذكور 78% والإناث 66.5%، وهو ما يعكس تفوق الذكور على الإناث وإدراكهم أن الشائعات المرتبطة بالأمن الاجتماعي تجعل الأفراد لا يصدقون المعلومات الحقيقية. كما وافقت العينة البحثية بنسبة بلغت 74.3% على أن (نتشار الشائعات المرتبطة بالأمن الاجتماعي يؤدي إلى تفاقم مشاعر القلق والخوف في نفوس الشباب)، وكانت نسبة الذكور 79% والإناث 68.5%.

وأوضح 70.3% من أفراد العينة أنهم يوافقون على أن انتشار الشائعات المرتبطة بالأمن الاجتماعي (يضر بالصالح العام للمجتمع المصري)، وذلك من خلال تحريف الحقائق

والتشهير والإساءة وتشجيع التطرف والعنف، وبالتالي كل هذا يؤدي إلى الإضرار بالمجتمع المصري كله، وكانت نسبة الذكور 72.5% والإناث 68%.

كما أبدى 63.1% من أفراد العينة موافقتهم على أن (الشائعات المرتبطة بالأمن الاجتماعي تؤثر في مصداقية المؤسسات الرسمية بالدولة)، وكانت نسبة الذكور 67.5% والإناث 58.5%، وحيث إن كل شخص يستطيع الوصول لدائرة الاتصال وأصبح بإمكانه إرسال واستقبال ما يريد، وهو الذي جعل مواقع التواصل الاجتماعي عرضة لنشر المعلومات والأخبار الخاطئة والمزيفة، والتي من شأنها أن تُحدث تفككاً لوحدة المجتمع، وتدمير النظام القيمي والسلام المجتمعي وتحطيم الثقة في المؤسسات الرسمية للدولة، وهو ما يحدث حالياً عبر شبكات التواصل الاجتماعي عن طريق نشر أية معلومات وأخبار لا يمكن معرفة مصدرها الرئيسي ولا التأكد من صدقيتها.

بينما رفض 54.8% أن الشائعات المرتبطة بالأمن الاجتماعي (لا تؤثر على الروح المعنوية للمصريين)، وكانت نسبة الذكور 56% والإناث 53.5%، ولعل هذا يبين مدى إدراك المبحوثين لخطورة الشائعات وأثارها في تحطيم الروح المعنوية، فقد كانت الشائعات في جميع العصور ولازالت من أساليب الحرب النفسية التي تنطلق لتحطيم المعنويات وإشاعة الخوف والقلق، ووافقت العينة البحثية بنسبة بلغت 45.8% على أن تداول الشائعات المرتبطة بالأمن الاجتماعي يتيح الفرصة لكشف الحقائق، وكانت نسبة الذكور 48% والإناث 43.5%.

جدول رقم (25) يوضح مدى إدراك المبحوثين لأهمية تنفيذ الشائعات المرتبطة بالأمن الاجتماعي

الجملة	إناث		ذكور		الإجابة	
	ك	%	ك	%	ك	%
أرى أن تنفيذ الشائعات المرتبطة بالأمن الاجتماعي عمل جيد.	54	9.0	18	18.0	36	13.5
	71	16.0	32	19.5	39	17.8
	102	33.0	66	18.0	36	25.5
	118	33.0	66	26.0	52	29.5
	55	9.0	18	18.5	37	13.8
محاولة مواجهة الشائعات المرتبطة بالأمن الاجتماعي على مواقع التواصل لاجدوي منها.	63	10.5	21	21.0	42	15.8
	98	22.5	45	26.5	53	24.5
	122	40.5	81	20.5	41	30.5
	89	21.0	42	23.5	47	22.3
	28	5.5	11	8.5	17	7.0
أرى أن تفسير الشائعات المرتبطة بالأمن الاجتماعي على مواقع التواصل لحماية للأمن الاجتماعي.	46	7.0	14	16.0	32	11.5
	140	38.0	76	32.0	64	35.0
	124	37.5	75	24.5	49	31.0
	69	13.5	27	21.0	42	17.3
	21	4.0	8	6.5	13	5.3
أعتقد أنه من الضروري مواجهة الشائعات المرتبطة بالأمن الاجتماعي	117	24.0	48	34.5	69	29.3
	172	49.0	98	37.0	74	43.0

تعامل الشباب مع الشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على إدراكهم للأمن الاجتماعي

21.0	84	21.5	43	20.5	41	محايد	الاجتماعي بشكل مستمر.
5.8	23	5.0	10	6.5	13	معارض	
1.0	4	0.5	1	1.5	3	معارض جداً	
35.8	143	27.5	55	44.0	88	موافق جداً	أرى أنه من الضروري عرض الحقائق الموثقة المرتبطة بالأمن الاجتماعي بكل شفافية.
45.0	180	51.5	103	38.5	77	موافق	
15.8	63	18.5	37	13.0	26	محايد	
2.5	10	2.0	4	3.0	6	معارض	
1.0	4	0.4	1	1.5	3	معارض جداً	
20.3	81	14.0	28	26.5	53	موافق جداً	أشعر بالتزام أخلاقي نحو مواجهة الشائعات بالأمن الاجتماعي.
37.5	150	43.0	86	32.0	64	موافق	
26.5	106	30.0	60	23.0	46	محايد	
11.3	45	10.0	20	12.5	25	معارض	
4.5	18	3.0	6	6.0	12	معارض جداً	
22.8	91	20.0	40	25.5	51	موافق جداً	مواجهة الشائعات المرتبطة بالأمن الاجتماعي على مواقع التواصل الاجتماعي واجب وطني.
38.3	153	40.5	81	36.0	72	موافق	
25.0	100	27.5	55	22.5	45	محايد	
10.3	41	9.5	19	11.0	22	معارض	
3.8	15	2.5	5	5.0	10	معارض جداً	

تشير الأرقام والواردة بالجدول رقم (25) إلى أن 43.3% من أفراد العينة البحثية أبدوا موافقتهم على أن (تفنييد الشائعات المرتبطة بالأمن الاجتماعي عمل جيد)، وكانت نسبة الذكور 44.5% ونسبة الإناث 42%، حيث إن من أهم مخاطر الشائعات التي تنتشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي على المجتمع التحريف للحقائق والتزييف وهدم الرموز، ومن ثم زعزعة الاستقرار للأفراد في المجتمع وإثارة الفتن، وهو ما نلمسه في واقعنا من تصديق المستخدمين لأي خبر يُنشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي، لذا لا بد من مواجهة هذه الشائعات لخطورتها على الأمن الاجتماعي لهم، كما وافقت نسبة بلغت 40.3% على أن (محاولة مواجهة الشائعات المرتبطة بالأمن الاجتماعي على مواقع التواصل لا جدوى منها)، وكانت نسبة الإناث 47.5% بينما كانت إجابات الإناث بالمحايد بنسبة بلغت 40.5%، وهو ما يعكس اختلاف بين أفراد العينة البحثية في رؤيتهم لجدوى مواجهة الشائعات على مواقع التواصل المرتبطة بالأمن الاجتماعي.

كما وافق 46.5% من أفراد العينة على أن تفسير الشائعات المرتبطة بالأمن الاجتماعي على مواقع التواصل (حماية للأمن الاجتماعي)، وذلك لأن المجتمع الذي تنتشر فيه الشائعات تستشري فيه الأمراض الاجتماعية ويسوده الفساد والفوضى وتنتشر الجريمة، مما ينعكس سلباً على المجتمع برمته ويشكل خطورة على مرتكزاته الاقتصادية والأمنية والاجتماعية وحتى حراكه السياسي، فهي الوسيلة الرئيسية لخلخلة العلاقات الاجتماعية وهدم الأسر وبذر سموم الفتن، وبالتالي فلا بد من تفسير

الشائعات الاجتماعية ودحضها حماية للمجتمع ولأمنه الاجتماعي، وكانت نسبة الذكور 48% والإناث 45%.

كذلك أكد 72.3% من أفراد العينة موافقتهم على أنهم يعتقدون أنه (من الضروري مواجهة الشائعات المرتبطة بالأمن الاجتماعي بشكل مستمر)، وكانت نسبة الذكور 71.5% والإناث 73%.

والخطر في الأمر أن الشائعات تنتشر هذه الأيام بسهولة، ليس لتنامي مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي فقط، وإنما لأن الأحداث والتطورات المتصاعدة التي تشهدها مصر تجعل من الأكاذيب بيئة خصبة للنمو والتكاثر أيضاً، خاصة إذا كانت هذه النوعية من الشائعات تستهدف رجال السياسة والإعلام، والشائعات حول الأمراض والأوبئة، والتعليم والجريمة وغيرها من القضايا التي لا تنفصل عن الأمور الحياتية لأفراد المجتمع لذلك لا بد من التصدي لهذه الشائعات بشكل مستمر ضماناً لحماية المجتمع والحفاظ على أمنه الاجتماعي.

وأوضح 80.8% من أفراد العينة البحثية موافقتهم على أنه (من الضروري عرض الحقائق الموثقة المرتبطة بالأمن الاجتماعي بكل شفافية)، وكانت نسبة الذكور 82.5% والإناث 79%. وأبدى 57.8% من أفراد العينة موافقتهم على أنهم (يشعرون بالالتزام أخلاقياً نحو مواجهة الشائعات المرتبطة بالأمن الاجتماعي)، وكانت نسبة الذكور 58.5% والإناث 57%، وهذا يدل على إدراك أفراد العينة البحثية لخطورة الشائعات، وأن عليهم دوراً والتزاماً تجاه مجتمعهم، وبالتالي فلهم دور في مواجهة الشائعات، وأكد 61.1% أنهم يوافقون على أن (مواجهة الشائعات المرتبطة بالأمن الاجتماعي على مواقع التواصل واجب وطني)، وكانت نسبة الذكور 61.5% والإناث بنسبة بلغت 60.5%، وذلك لأن الشائعات هي أحد أهم أدوات حروب الجيل الرابع، والتي تنطوي على متغير حيوي، هو أن التهديد ينبع من الداخل بحيث يتم توظيف عناصر وعوامل داخلية معينة لتوظيفها وتحريكها عن طريق الشائعات من أجل تحقيق أهداف هذه الحروب والقائمين عليها، ومن هنا تنبع أهمية تعميق قيم الولاء والانتماء إلى الوطن لدى الشباب، وتبرز كذلك أهمية الالتفاف والتوحد والالتحام حول راية الوطن وقيادته، لذلك فمواجهة الشائعات واجب وطني للحفاظ على أمن المجتمع وسلامته.

جدول رقم (26) يوضح الحلول التي تحد من ظاهرة انتشار الشائعات

على مواقع التواصل الاجتماعي

الحلول		ذكور		إناث		الإجمالي	
		%	ك	%	ك	%	ك
توعية مستخدمي الشبكات بخطورة الشائعات بصورة عامة	106	53.0	143	71.5	249	62.3	
النفي السريع للشائعات من قبل الجهات الرسمية	114	57.0	128	64.0	242	60.5	
توضيح الحقائق للرأي العام حول قضايا المجتمع والتحديات التي تواجهه	99	49.5	113	56.5	212	53.0	
تطبيق القوانين التي تحكم وتضبط شبكات التواصل الاجتماعي	94	47.0	105	52.5	199	49.8	
التحرى عن مصادر الشائعات	80	40.0	93	46.5	173	43.3	
حجب شبكات التواصل التي تسهم في سرعة انتشار الشائعات	67	33.5	77	38.5	144	36.0	

تعامل الشباب مع الشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على إدراكهم للأمن الاجتماعي

34.8	139	37.5	75	32.0	64	عدم نشر الموضوعات التي تغزى الشائعات
400		200		200		الإجمالي (ن)

توضح الأرقام الواردة بالجدول رقم (26) أن (توعية مستخدمي الشبكات بخطورة الشائعات بصورة عامة) جاء في مقدمة الحلول التي يرى المبحوثون أنها يمكن أن تحد من ظاهرة انتشار الشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي، حيث وافق عليه نسبة بلغت 62.3% من إجمالي العينة، وكانت نسبة الذكور 53% والإناث 71.5%، وهنا ينبغي بذل الكثير من الجهد للتوعية بمخاطر الشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي، حيث يقوم كثيرون بنقل ما يصل إليهم دون التأكد منها وإدراك لحجم انتشار هذا المحتوى وتأثيره السلبي سواء على صعيد إثارة البلبلة أو تحقيق أهداف الجهة التي قامت بنشر هذا المحتوى.

وجاء في المرتبة الثانية (النفى السريع للشائعة من قبل الجهات الرسمية) بنسبة بلغت 60.5%، وبلغت نسبة الذكور 57% والإناث 64%، ونظرًا لما تمثله الشائعات من خطر يهدد الأمن الاجتماعي للشعب المصري، فإن هناك ضرورة ملحة للتعامل الفاعل والسريع مع أي شائعة والعمل على وقف انتشارها، وهذا يقتضي ضرورة التعامل السريع مع الشائعات من خلال نفيها وتقديم الحقائق والرد عليها بسرعة حتى لا تجد من يصدقها.

ثم جاء (توضيح الحقائق للرأي العام حول قضايا المجتمع والتحديات التي تواجهه) في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت 53%، وبلغت نسبة الذكور 49.5% والإناث 56.5%، وهذا يتطلب الحرص من أجهزة الدولة على سرعة توفير المعلومات الصادقة عن أي موضوع أو قضية تمس الأفراد وتبني الصراحة والشفافية معهم وعدم إخفاء الحقيقة حتى لا يقعوا ضحايا للغموض وتصديق الشائعات، وجاء (تشريع القوانين التي تحكم وتضبط شبكات التواصل الاجتماعي) في المرتبة الرابعة بنسبة بلغت 49.8%، وكانت نسبة الذكور 47% والإناث 52.5%، حيث إنه من المهم أن تقوم الدولة بسنّ قوانين وتشريعات من شأنها حماية الأمن الاجتماعي للمواطنين، وهذا يحتاج إلى تطوير الأجهزة الأمنية لكي تستطيع فرض رقابتها وسيطرتها على كل ما يتم تداوله دون إخلال بخصوصية مستخدميها وحرياتهم، ثم جاء (التحرى عن مصادر الشائعات) بنسبة بلغت 43.3%، وكانت نسبة الذكور 40% والإناث 46.5%، ويتعلق هذا الجانب بأفراد المجتمع؛ إذ يقع عليهم قبل الترويج لأي خبر أو نشره ضرورة العودة إلى مصدره الرسمي وتواخي الحيطة والحذر والتثبت في نقل المعلومات والأنباء خاصة إذا كانت تتعلق بما يمس حياتهم وأمنهم الاجتماعي، ثم جاء (حجب شبكات التواصل التي تسهم في سرعة انتشار الشائعات) بنسبة بلغت 36%، وكانت نسبة الذكور 33.5% والإناث 38.5%، تلاه (عدم نشر الموضوعات التي تغذى الشائعات) بنسبة 34.8%، وكانت نسبة الذكور 32% والإناث 37.5%.

جدول رقم (27) يوضح التأثيرات الوجدانية والسلوكية لمواقع التواصل في نشرها للشائعات على الشباب عينة الدراسة الميدانية

الجملة	إناث		ذكور		الإجابة	
	ك	%	ك	%	ك	%
إزالة الغموض عن الأحداث.	81	20.3	27	13.5	54	27.0
	108	27.0	63	31.5	45	22.5
	70	17.5	40	20.0	30	15.0
	108	27.0	56	28.0	52	26.0
	33	8.3	14	7.0	19	9.5
الإلمام بكافة تفاصيل الشائعة.	67	16.8	19	9.5	48	24.0
	139	34.8	78	39.0	61	30.5
	88	22.0	49	24.0	39	19.5
	83	20.8	44	22.0	39	19.5
	23	5.8	10	5.0	13	6.5
تكوين رأي عام نحو قضية معينة بغض النظر عن صحتها.	68	17.0	21	10.5	47	23.5
	156	39.0	86	43.0	70	35.0
	91	22.8	50	25.0	41	20.5
	61	15.3	31	15.5	30	15.0
	24	6.0	12	6.0	12	6.0
رفع المستوي الثقافي والمعرفي للمستخدمين والتخلي بالتفكير الناقد عند متابعة أي خبر منشور عبر مواقع التواصل الاجتماعي.	69	17.3	22	11.0	47	23.5
	1.9	27.3	59	29.5	50	25.0
	115	28.8	68	34.0	47	23.5
	87	21.8	40	20.0	47	23.5
	20	5.0	11	5.5	9	4.5
يسهل التعرف علي وجهات النظر المختلفة تجاه القضايا والأحداث.	74	18.5	22	11.0	52	26.0
	163	40.8	89	44.5	74	37.0
	100	25.8	60	30.0	40	20.0
	41	10.3	18	9.0	23	11.5
	22	5.5	11	5.5	11	5.5
تصديق الأخبار المنشورة علي مواقع التواصل	36	9.0	14	7.0	22	11.0
	76	19.0	34	17.0	42	21.0
	112	28.0	73	36.5	39	19.5
	121	30.3	55	27.5	66	33.0
	55	13.8	24	12.0	31	15.5
يقلل من مشاعر الخوف والتوتر في المجتمع.	37	9.3	13	6.5	24	12.0
	67	16.8	43	21.5	24	12.0
	108	27.0	56	28.0	52	26.0
	132	33.0	68	34.0	64	32.0
	56	14.0	20	10.0	36	18.0
تعمل علي زيادة الإحساس بعدم الأمان.	105	26.3	44	22.0	61	30.5
	148	37.0	85	42.5	63	31.5
	85	21.3	47	23.5	38	19.0
	40	10.0	17	8.5	23	11.5
	22	5.5	7	3.5	15	7.5
الشعور بالشك وعدم الثقة في محتوى	102	25.5	43	21.5	59	29.5

تعامل الشباب مع الشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على إدراكهم للأمن الاجتماعي

34.8	139	35.0	70	34.5	69	موافق	الرسالة الإعلامية.
25.5	102	29.0	58	22.0	44	محايد	
10.5	42	13.0	26	8.0	16	معارض	
3.8	15	1.5	3	6.0	12	معارض جدا	رفع الروح المعنوية للشباب.
11.0	44	11.5	23	10.5	21	موافق جدا	
17.5	70	17.5	35	17.5	35	موافق	
20.0	80	24.5	49	15.5	31	محايد	تعزير القيم المرتبطة بمفاهيم المواطنة والمسؤولية الاجتماعية.
32.0	128	33.0	66	31.0	62	معارض	
19.5	78	13.5	27	25.5	50	معارض جدا	
11.8	47	8.5	17	15.0	30	موافق جدا	إثارة الفوضى والبلبلة في المجتمع .
24.8	99	26.5	53	23.0	46	موافق	
25.0	100	27.0	54	23.0	46	محايد	
25.0	100	27.0	54	23.0	46	معارض	إثارة الفوضى والبلبلة في المجتمع .
13.5	54	11.0	22	16.0	32	معارض جدا	
30.3	121	24.5	49	36.0	72	موافق جدا	
34.5	138	41.0	82	28.0	56	موافق	إثارة الفوضى والبلبلة في المجتمع .
19.0	76	22.0	44	16.0	32	محايد	
11.3	45	10.5	21	12.0	24	معارض	
5.0	20	2.5	4	8.0	16	معارض جدا	يتيح لي التناقش مع أصدقائي حول موضوع الشائعة.
2.05	82	14.0	28	27.0	54	موافق جدا	
38.3	153	48.0	96	28.5	57	موافق	
25.8	1.3	23.0	46	28.5	57	محايد	يبدعني إلي نشر تكذيب للشائعة لمساعدة الآخرين في معرفة الحقيقة.
9.8	39	11.0	22	8.5	17	معارض	
5.8	23	4.0	8	7.5	15	معارض جدا	
14.3	57	11.0	22	17.5	35	موافق جدا	يبدعني إلي نشر تكذيب للشائعة لمساعدة الآخرين في معرفة الحقيقة.
27.8	11	29.0	58	26.5	53	موافق	
31.8	127	39.0	78	24.5	49	محايد	
14.8	59	13.5	27	16.0	32	معارض	يجعلني أتعامل بحرص مع الأخبار المتعلقة بموضوعات الأمن الاجتماعي.
11.5	46	7.5	15	15.5	31	معارض جدا	
22.0	88	18.5	37	25.5	51	موافق جدا	
44.5	178	50.0	100	39.0	78	موافق	أتجاهل ما يتم نشره من تكذيب.
21.8	87	24.0	48	19.5	39	محايد	
7.5	30	4.5	9	10.5	21	معارض	
4.3	17	3.0	6	5.5	11	معارض جدا	أمتناعي عن نشر أخبار يتم بثها عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي.
16.8	67	15.5	31	18.0	36	موافق جدا	
35.5	142	40.0	80	31.0	62	موافق	
21.8	87	24.5	49	19.0	38	محايد	البحث عن المعلومة في أكثر من مصدر للتأكد من صحتها.
18.5	74	14.0	28	23.0	46	معارض	
7.5	30	6.0	12	9.0	18	معارض جدا	
2.5	82	17.5	35	23.5	47	موافق جدا	البحث عن المعلومة في أكثر من مصدر للتأكد من صحتها.
31.5	126	36.5	73	26.5	53	موافق	
28.5	114	31.5	63	25.5	51	محايد	
15.3	61	12.0	24	18.5	37	معارض	البحث عن المعلومة في أكثر من مصدر للتأكد من صحتها.
4.3	17	2.5	5	6.0	12	معارض جدا	
31.8	127	29.5	59	34.0	68	موافق جدا	
39.8	159	46.5	93	33.0	66	موافق	البحث عن المعلومة في أكثر من مصدر للتأكد من صحتها.
16.0	64	15.5	31	16.5	33	محايد	
6.3	25	4.5	9	8.0	16	معارض	
6.3	25	4.0	8	8.5	17	معارض جدا	

توضح الأرقام الواردة بالجدول رقم (27) النتائج الآتية:

- كان التوجه العام لاستجابات المبحوثين حول التأثيرات المعرفية لتعرضهم للشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي بالموافقة على جميع عباراتها، فقد ساعدت الشباب على إزالة الغموض عن الأحداث بنسبة بلغت 47.3% وكانت النسبة 49.5% للذكور و45% للإناث.

ثم جاءت استجابات المبحوثين على أنها (ساعدت في الإلمام بكافة تفاصيل الشائعة) بنسبة بلغت 51.6% وكانت 54.5% للذكور وتلاههم الإناث بنسبة بلغت 48.5%، أما عن (القدرة على تكوين رأى عام نحو قضية معينة بغض النظر عن صحتها) فكانت النسبة 56%، وجاءت موافقة الذكور بنسبة بلغت 58.5% وتلاههم الإناث بنسبة بلغت 53.5% من إجابات المبحوثين، والواقع أن مواقع التواصل الاجتماعي أصبح لها دور كبير في تشكيل الرأي العام وتعبئة الجماهير والجماعات وحشدها حول أفكار وآراء واتجاهات معينة، وقد وافق أيضاً المبحوثون بنسبة بلغت 48.5% للذكور و40.5% للإناث على أنها (ترفع المستوى الثقافي والمعرفي للمستخدمين والتحلى بالفكر الناقد عند متابعة أى خبر).

وجاءت الموافقة على عبارة (يسهل التعرف على وجهات النظر المختلفة تجاه القضايا والأحداث) بنسبة بلغت 59.3%، وكانت 63% للذكور و55.5% للإناث، أما تصديق الأخبار المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي فجاء الذكور بنسبة بلغت 32% والإناث بنسبة بلغت 24%.

- كان التوجه العام للمبحوثين حول التأثيرات الوجدانية يتراوح بين الموافقة وعدم الموافقة بنسب مختلفة، فقد جاءت عدم موافقة المبحوثين على عبارة (يقلل من مشاعر الخوف والتوتر) بنسبة بلغت 47%، بـ50% للذكور و44% للإناث، ثم جاءت الموافقة على (أنه تعمل على زيادة الإحساس بعدم الأمان) بنسبة بلغت 63.3%، وكانت 62% للذكور و64.5% للإناث، ووافق المبحوثون بنسبة بلغت 60.3%، بواقع 64% للذكور و56.5% للإناث على أنها (تعمل على الشعور بالشك وعدم الثقة في محتوى الرسالة الإعلامية)، بينما عارض 51.5% من أفراد العينة، وكان الذكور بنسبة بلغت 56.5% والإناث بنسبة بلغت 46.5% أنها ترفع الروح المعنوية للشباب، كما عارض المبحوثون أيضاً (أنها تعزز القيم المرتبطة بمفاهيم المواطنة والمسئولية الاجتماعية) بنسبة بلغت 38.5%، وكانت 39% للذكور و38% للإناث، بينما وافق المبحوثون على (أنه تثير الفوضى والبلبلة في المجتمع)، وجاءت نسبة الذكور 64% والإناث 56.5%.

- كانت أيضاً نسبة الموافقة مرتفعة لدى العبارات التي توضح التأثيرات السلوكية؛ فقد جاءت الموافقة لعبارة (يتيح لى التنافس مع أصدقائي حول موضوع الشائعة) بنسبة بلغت 58.8%، وكانت نسبة الذكور 55.5% والإناث 62%، وهو ما يعكس تفوق الإناث على الذكور.

ثم جاءت الموافقة على عبارة (يدفعني إلى نشر تكذيب للشائعة لمساعدة الآخرين في معرفة الحقيقة) بنسبة بلغت 42.1%، وكانت نسبة الذكور 44% والإناث 40%، كما أبدى 66.5% موافقتهم على عبارة (يجعلني أتعامل بحرص مع الأخبار المتعلقة بموضوعات الأمن الاجتماعي)، وكانت نسبة الذكور 64.5% والإناث 68.5%.

وأكد 52.3% موافقتهم على أنهم (يتجاهلون ما يتم نشره من تكذيب)، وكانت نسبة الذكور 49% والإناث 55.5%، وأوضح 62% من العينة موافقتهم على عبارة (امتناعي عن نشر أخبار يتم بثها عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي)، وكانت نسبة الذكور 50% والإناث 44%.

كما أبدى 71.6% من العينة موافقتهم على (البحث عن المعلومة في أكثر من مصدر للتأكد من صحتها)، وكانت نسبة الذكور 67% والإناث 76%، وتعتبر الآثار السلوكية من التأثيرات التي تشغل اهتمام العديد من الناس، فالتغيرات الخاصة بالاتجاهات والمعتقدات نتيجة الاعتماد المكثف على وسائل الإعلام في غاية الأهمية، ويحدث نتيجة التأثيرات المعرفية والوجدانية (عثمان العربي، 2007)⁽⁶¹⁾.

وقد تبين من نتائج الجدول ارتفاع حجم الموافقة على العبارات التي تمثل حجم التغيرات المعرفية والوجدانية، وهو ما يؤدي بدوره إلى حدوث التأثيرات السلوكية نتيجة الاعتماد على وسائل التواصل الاجتماعي.

ثالثاً: نتائج اختبار الفروض:

جدول رقم (28) يوضح معدل استخدام عينة الدراسة

لمواقع التواصل الاجتماعي و قبولهم للشائعات

معدل استخدام عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي			معدل استخدام عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي	
الدلالة	مستوي المعنوية	معامل ارتباط بيرسون	قبولهم للشائعات	قبولهم للشائعات
دال	0.01	*0.179		
400			ن = العينة	

يتضح من الجدول رقم (28) أنه توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدام عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي وبين قبولهم للشائعات،

حيث جاء معامل الارتباط لقبول الشائعات (0.179) ومستوى معنوية (0.01) وهى علاقة ارتباط قوية ودالة إحصائياً عند مستوى دلالة (0.05)

جدول رقم (29) يوضح متابعة الأخبار والاعتماد عليها باستمرار على مواقع التواصل الاجتماعي وإدراك وجود مخاطر لشبكات التواصل الاجتماعي على الأمن الاجتماعي المصري

الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر أساسي في الحصول على الأخبار والمعلومات			إدراك عينة الدراسة لمخاطر هذه المواقع
معامل ارتباط بيرسون	مستوى المعنوية	الدلالة	
0.0376	0.860	غير دال	إدراك عينة الدراسة لمخاطر هذه المواقع.
400			ن = العينة

يتضح من الجدول رقم (29) عدم وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين متابعة الأخبار والاعتماد عليها باستمرار على مواقع التواصل الاجتماعي وإدراك الباحثين لوجود مخاطر لشبكات التواصل الاجتماعي على الأمن الاجتماعي المصري، حيث جاء معامل الارتباط لقبول الشائعات (0.0376) ومستوى معنوية (0.860)، وهى علاقة ارتباط سلبية وضعيفة وغير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (0.05)

جدول رقم (30) يوضح معدل ثقة الباحثين في الفيسبوك كمصدر للأخبار وبين تداولهم للأخبار المنشورة وثقتهم فيها

معدل ثقة الباحثين في الفيسبوك كمصدر للأخبار			معدل ثقة الباحثين في الفيسبوك كمصدر للأخبار
معامل ارتباط بيرسون	مستوى المعنوية	الدلالة	
**0.286	0.000	دال	تداولهم للأخبار المنشورة وثقتهم فيها
400			ن = العينة

يتضح من الجدول رقم (30) أنه توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل ثقة الباحثين في الفيسبوك كمصدر للأخبار وبين تداولهم للأخبار المنشورة وثقتهم فيها، حيث جاء معامل الارتباط لقبول الشائعات (0.286) ومستوى معنوية (0.000)، وهى علاقة ارتباط قوية ودالة إحصائياً عند مستوى دلالة (0.05).

جدول رقم (31) يوضح معدل استخدام عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي ومدى اهتمامهم بما ينشر عبر المواقع من قضايا خاصة بالصحة والتعليم والجريمة والحوادث

معدل استخدام عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي			معدل استخدام عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي
الدلالة	مستوى المعنوية	معامل ارتباط بيرسون	
دال	0.009	**0.130	مدى اهتمامهم بما ينشر عبر هذه المواقع من القضايا التالية
دال	0.000	**0.226	التعليم
داله	0.000	**0.213	الصحة
			الجريمة والحوادث
		400	ن = العينة

يتضح من الجدول رقم (31) أنه توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدام عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي ومدى اهتمامهم بما ينشر عبر المواقع من قضايا خاصة بالتعليم والصحة والجريمة والحوادث، حيث جاء معامل الارتباط فيما يتعلق بالتعليم (0.130) ومستوى معنوية (0.009)، وهى علاقة ارتباط قوية ودالة إحصائياً عند مستوى دلالة (0.05).

وفيما يتعلق بالصحة جاء معامل ارتباط بيرسون (0.226) ومستوى معنوية (0.000) وهى علاقة ارتباط قوية ودالة إحصائياً عند مستوى دلالة (0.05)، أما فيما يتعلق بالجريمة والحوادث جاء معامل ارتباط بيرسون (0.213) ومستوى معنوية (0.000)، وهى علاقة ارتباط قوية ودالة إحصائياً عند مستوى دلالة (0.05)، وهى علاقة ارتباط قوية ودالة إحصائياً عند مستوى دلالة (0.05).

أهم نتائج الدراسة:

في نهاية الدراسة ترتيباً علي ما تقدم تود الباحثة التأكيد علي عدد من النقاط التي أثارها الدراسة وهي:

- 1- بينت الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي تأتي في المرتبة الأولى كأهم المصادر الإعلامية التي تعتمد عليها العينة البحثية في الحصول على المعلومات حول الأحداث أو الموضوعات التي تهتم بها بنسبة بلغت 70,8%.

- 2- المصادر الإعلامية التي تعتمد عليها العينة البحثية في الحصول على المعلومات أوضحت الدراسة أن 49% من أفراد العينة البحثية يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بشكل يومي لمدة (ثلاث ساعات فأكثر) .
- 3- تبين أن أعلى نسبة لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي كان (دائمًا) بنسبة بلغت 75% من إجمالي عينة الدراسة
- 4- احتل (الفيس بوك) المرتبة الأولى كأهم مواقع التواصل الاجتماعي لدى الشباب عينة الدراسة بنسبة بلغت 99.5%.
- 5- بينت الدراسة أن 86.1% من أفراد العينة البحثية يحرصون بدرجة كبيرة علي الاطلاع على صندوق البريد الخاص بهم على مواقع التواصل الاجتماعي.
- 6- أكدت الدراسة أن أهم أسباب حرص عينة الدراسة على متابعة مواقع التواصل الاجتماعي، كان (التتقيف والاطلاع علي كل ما هو جديد) بنسبة بلغت 61%.
- 7- بينت الدراسة أن 75.3% من أفراد العينة البحثية يعتمدون على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر أساسي في الحصول على الأخبار والمعلومات.
- 8- تصدر (لايوجد وقت محدد) في المرتبة الأولى في قائمة أكثر الأوقات التي يزيد فيها استخدام العينة البحثية لمواقع التواصل الاجتماعي بنسبة بلغت 57,5%.
- 9- أكدت الدراسة تعدد أسباب ثقة المبحوثين في الأخبار والمعلومات المنشورة علي مواقع التواصل وجاءت في مقدمتها (سرعة تغطيتها للأخبار وموثقة بالصور والفيديو) بنسبة بلغت 59,3%.
- 10- بينت الدراسة أن أهم أسباب عدم ثقة المبحوثين فيما ينشر من أخبار على مواقع التواصل الاجتماعي جاء في المرتبة الأولى (لأنها مصدر للشائعات وبها الكثير من الأكاذيب) بنسبة بلغت 84,7%.
- 11- أوضحت الدراسة أن نسبة 64% من إجمالي العينة البحثية يقومون بقراءة الموضوع كاملاً أو معظمه قراءة سريعة في حالة الاهتمام بخبر أو حدث أو موضوع عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- 12- بينت الدراسة أن 58.7% من أفراد العينة أكدوا أنهم يقومون بإعادة نشر الأخبار (لأنها تتفق مع رأيهم الخاص).
- 13- أوضحت الدراسة أنه فيما يتعلق بأهم القضايا التي تحرص العينة البحثية على متابعتها جاءت في المرتبة الأولى (القضايا الاجتماعية) بنسبة بلغت 75.3%.
- 14- بينت الدراسة أن أهم ردود المبحوثين تجاه الشائعات كان الاكتفاء بقراءة الخبر فقط بنسبة بلغت 49% .

- 15- تبين من الدراسة أن أهم أسباب انتشار الشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي، كان سرعة انتشار المعلومة بنسبة بلغت 65.3% من أفراد العينة .
- 16- عكست النتائج الواردة في الدراسة أن الاتجاه المتكون لدى أفراد عينة الدراسة هو الاتجاه بالموافقة سواء على العبارات التي تعكس الاتجاه الإيجابي أو السلبي نحو الدور الذي تقوم به شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات، وهو ما يبين خطورة الدور الذي تقوم به كمصدر للشائعات.
- 17- بينت الدراسة ارتفاع وعي الشباب وإدراكهم لخطورة الشائعات، حيث جاءت الموافقة بشكل مرتفع على العبارات المتعلقة بالشائعات وتأثيرها على الأمن الاجتماعي، فقد اتفقت عينة الدراسة على أن الشائعات من شأنها التأثير على الأمن الاجتماعي بكل مجالاته.
- 18- أكدت الدراسة إلى أن 43.3% من أفراد العينة البحثية أبدوا موافقتهم على أن (تفنيذ الشائعات المرتبطة بالأمن الاجتماعي عمل جيد).
- 19- بينت الدراسة أن (توعية مستخدمي الشبكات بخطورة الشائعات بصورة عامة) جاء في مقدمة الحلول التي يرى المبحوثون أنها يمكن أن تحد من ظاهرة انتشار الشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي، حيث وافق العينة بنسبة بلغت 62.3% من إجمالي العينة.
- 20- أفصحت نتائج الدراسة عن تحقق الأثار المعرفية والوجدانية والسلوكية، نتيجة اعتماد المبحوثين على وسائل التواصل الاجتماعي كمصدر للشائعات.

نتائج فروض الدراسة:

- 1- أوضحت الدراسة وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدام عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي وبين قبولهم للشائعات.
- 2- بينت الدراسة عدم وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين متابعة الأخبار والاعتماد عليها باستمرار على مواقع التواصل الاجتماعي وإدراك المبحوثين لوجود مخاطر لشبكات التواصل الاجتماعي على الأمن الاجتماعي المصري.
- 3- أوضحت الدراسة وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل ثقة المبحوثين في الفيسبوك كمصدر للأخبار وبين تداولهم للأخبار المنشورة وثقتهم فيها.

4- بينت الدراسة أنه توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدام عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي ومدى اهتمامهم بما ينشر عبر المواقع من قضايا خاصة بالتعليم والصحة والجريمة والحوادث.

توصيات الدراسة:

- 1- العمل على توفير المعلومات بشكل مستمر ،وسرعة التعامل مع الشائعات بكل شفافية .
- 2- محاربة الشائعات من خلال نشر التربية الإعلامية ،والتي يمكن أن يكون لها دور فاعل في بناء العقلية الواعية القادرة على تفنيد الشائعات .
- 3- القيام بحملات توعوية لموضوع الشائعات ،وكيفية التعامل معها ومحاربتها من خلال توضيح الأساليب المتبعة من قبل مروجي الشائعات .
- 4- صياغة ميثاق شرف إعلامي يقدم الموثيق الأخلاقية والقيم الواجب الإلتزام بها لحماية المجتمع من خطر الشائعات .
- 5- فتح المجال أمام الجماهير وخاصة الشباب للتعبير عن آرائهم في القضايا المختلفة من خلال وسائل الإعلام ، وذلك لتدعيم المشاركة الجماهيرية فيما يخص القضايا الاجتماعية ،وهذا من شأنه تقليل الشائعات في المجتمع.

المراجع

- (1) عبد الرحمن بن نامى المطيرى: مدى تأثير الشائعات على برامج العلاقات العامة الاتصالية: دراسة ميدانية على عينة من إدارات العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية بالرياض، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد الرابع عشر، العدد الثانى، إبريل-يونيو 2015، ص.ص: 523-524.
- (2) فاطمة الزهراء صالح: العلاقة بين الإعلام والشائعات والصراع لشغل المجال العام: دراسة كيفية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الثالث والخمسون، أكتوبر-ديسمبر 2015، ص: 572.
- (3) Lucas Braun: Social, Media and Public Opinion, Master Thesis Understate, Valencia, 2012, p: 54.
- (4) نبيل رمزى: الأمن الاجتماعي والدعاية الاجتماعية من وجهة نظر سسيولوجية (الإسكندرية: دار الفكر الجامعى، 2000) ص: 4.
- (5) J. E. Roekelein: Elsevier's Dictionary of Psychological Theories, Amsterdam: Boston Elsevier Science, 2006, p: 532.
- (6) Nachman Ben & Yehuda Moral Panics: The Social Construction of Devlande John Wiley & Sons, 2009, p: 132.
- (7) Ralph L. Rosnow and Erick Foster: Rusmar and Gossip Research, Psychological Science Agenda, Vol.19, No.4, 2005, p:11.
- (8) Nicole. M. Robinson: Cancer Rumor Effects on sense, Paper Submitted in partial Fulfillment of the master of Science degree in Communication & media technologies Rechester In statute of technology, U.S.A, 2008, p:8.
- (9) Mark Schandler: Rumors in financial Markets: In Sights into Behavioral Finance, John Wiley & Sons, 2007, p:31.

- (10) محمد عبد الحميد: الاتصال والإعلام على شبكات الإنترنت (القاهرة: عالم الكتب، 2009) ص: 257.
- (11) محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط3 (القاهرة: عالم الكتب، 2010) ص: 307.
- (12) حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2003) ص.ص: 237-239.
- (13) Shibutani, T, : *Improvised News: A Sociological Study of Rumor*, Indianapolis, In: Bobbs – Merrill, 1996, p:31.
- (14) محمد عبد الوهاب الفقيه: العلاقة بين الاعتماد على القنوات الفضائية ومستويات المعرفة بالموضوعات الإخبارية في المجتمع اليمني، *رسالة بكتواره غير منشورة*، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2002، ص: 55.
- (15) Melvin Defleur and Sandra Ball Rokeach: *The Ultimate basis influence lies in the Interdependency between the media and Other Social Systems and how these interdependencies shape audience relationships with the media*, **Online at:** <http://www.colostate.edu>.
- (16) لوجين محمد متولى عفيفي: الشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالاتجاهات السياسية لدى الشباب المصري، *رسالة ماجستير غير منشورة*، القاهرة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2017.
- (17) المجلة العسكرية الاستراتيجية بدولة الإمارات العربية المتحدة: الشائعات في وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيراتها السلبية، بتاريخ 3 يونيو 2017، متاح على الرابط التالي: www.nationshield.ae/home/details
- (18) ممدوح السيد عبد الهادي شتله: الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في إحداث العنف والصراع السياسي بين الشباب الجامعي: دراسة ميدانية، *مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط*، الجمعية المصرية للعلاقات العامة، مصر، العدد 16، 2017، ص.ص: 119-192.
- (19) يسرا حسنى عبد الخالق: شائعات مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على الأمن العربي، كلية الآداب، جامعة أسيوط، 2017. <http://www.albawabhnews.com/2488603>.
- (20) Kelly Shanahan Ahmer Arif Fang-Ju Chou. Yoanna Dasouts Kate Star bird Emma S Spiro: *How Information Snow balls Exploring the Role of Exposure in online Rumor Propagation*, Proceedings of the Acm 2016

Conference on Computer supported cooperative San Francisco USA, 2016, p. 466-477.

(21) وديع محمد العزيمي: الإشاعات وشبكات التواصل الاجتماعي: المخاطر وسبل المواجهة، كلية الإعلام والعلوم الاجتماعية للأبحاث التخصصية، جامعة أم القرى، المملكة العربية السعودية، المجلد 1، العدد 23 أكتوبر 2016.

(22) سهير صفوت عبد الجيد: دور شبكات التواصل الاجتماعي في ترويج الشائعات وسبل مواجهتها: دراسة ميدانية على عينة من جمهور مواقع التواصل الاجتماعي في مصر، مجلة كلية التربية، جامعة عين شمس، مجلد 21، العدد الثالث، 2015، ص 647-577.

(23) مجدى الداغر: دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الوعي بخطورة الشائعات لدى الجمهور وانعكاساتها على الأزمات الاقتصادية في مصر بعد ثورة يونيو 2013، مؤتمر الأزمات في الوطن العربي: الواقع والتحديات، الجزائر، جامعة أحمد دراية أورار، كلية العلوم الاقتصادية، ديسمبر 2015.

(24) Adrien Friggeri. M. Lada A. Adamic Deanfekles and Just in Cheng. Rumor Cascades (USA: Association for the Advancement of Artificial intelligence, 2014.

(25) أمين منصور وافي: اتجاهات الشباب الفلسطيني نحو الشائعات أثناء العدوان الصهيوني على قطاع غزة 2014: دراسة ميدانية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد 55، أبريل- يونيو 2016، ص.ص: 531-593.

(26) Fang Liu, Andrew Burton, and Jones Dongming: Rumors Social Media in disasters extending: Rasmission to Retransmission, 18th Pacific Asia Conference on information Systems, National Sun yet-Sen university, Chengdu, China, 2014.

(27) تركى عبد العزيز السريدي: توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية الأمنية ضد خطر الشائعات: دراسة مسحية على العاملين في إدارات العلاقات العامة بقطاعات وزارة الداخلية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، السعودية، 2014.

(28) عزة عبد العزيز عبد اللاه عثمان: العوامل المؤثرة على نمو الشائعات على شبكات التواصل الاجتماعي وقت الأزمات: دراسة حالة على شائعات المرحلة الانتقالية الثانية بعد ثورة 25 يناير، المؤتمر العلمي الدولي الأول "مستقبل الإعلام في ظل التحولات المجتمعية الراهنة"، جامعة فاروس، كلية الإعلام، الإسكندرية، 1-3 نوفمبر 2014، متاحة على: (www.paa.edu.eg)

- (29) Hyosun Kim: The Sandy Hook Conspiracy Theory on Youtube: Applying the Side Model in the context of online user generated rumo, paper presented at the annual meeting of the association for education in Journalism and mass Communication mass communication & society Division, Montreal, Canda, 2014.
- (30) BenJamin doser, Mahmoud T., Fredric: Why Rumors Spread Fast in Social Networks, Saarland University, Germany, 2012.
- (31) محمد عبدالعزيز القرني: التتمر الإلكتروني وانعكاساته على الأمن الاجتماعي في المجتمع السعودي، رسالة ماجستير غير منشورة، الرياض، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، كلية العلوم الاستراتيجية، قسم الدراسات الاستراتيجية، 2018.
- (32) محمد بن شقير الظاهري: أثر شبكات التواصل الاجتماعي على الأمن الإنساني، رسالة ماجستير غير منشورة، الرياض، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، كلية العلوم الاستراتيجية، قسم الدراسات الاستراتيجية، 2017.
- (33) حنونه جميل جمال: تأثير الفقر على الأمن الاجتماعي للأسر للفلسطينية في قطاع غزة: دراسة حالة على محافظة شمال قطاع غزة، رسالة ماجستير غير منشورة، الخرطوم، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، معهد تنمية الأسرة والمجتمع.
- (34) فهد بن عبد الله بن محمد العنزي: تصور استراتيجي لمنظمات المجتمع المدني لتعزيز الأمن الاجتماعي في دولة الكويت، رسالة ماجستير منشورة، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، كلية العلوم الاستراتيجية، قسم الأمن الإنساني، 2015.
- (35) فاطمة الزهراء أمين: الأمن الاجتماعي والتحويلات الاجتماعية في المجتمع المصري: دراسة سوسيولوجية على شرائح اجتماعية متباينة من الشباب بمحافظة القاهرة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب، جامعة القاهرة، 2014.
- (36) سحر عبد الله خليل الرشيدة: تأثير اللاجئين السوريين على الأمن الاجتماعي في مدينة الرمثا، رسالة ماجستير غير منشورة، الأردن، كلية الآداب، جامعة اليرموك، 2014.
- (37) هابل عبد المولى طشطوش: الأمن الاجتماعي من منظور اقتصادي إسلامي، رسالة دكتوراه منشورة، الأردن، جامعة اليرموك، كلية الشريعة والدراسات الإسلامية، 2013.
- (38) خالد جريري: دور برامج الرعاية الاجتماعية في اليمن في تحقيق الأمن الاجتماعي والاقتصاد للمرأة الفقيرة المعيلة، رسالة ماجستير غير منشورة، اليمن، كلية التربية، جامعة صنعاء، 2012.

- (39) زيزيت نوفل: فاعلية برامج الرعاية الاجتماعية في تحقيق الأمن الاجتماعي للأطفال: دراسة تجريبية مطبقة على مركز الطفل بإمارة الشارقة بدولة الإمارات العربية المتحدة، 2012.
- (40) محمد سليمان سليم: تأثير القيم الاجتماعية للعمالة الوافدة على الأمن الاجتماعي بالمجتمع السعودي: دراسة ميدانية في مدينة حائل، *رسالة ماجستير غير منشورة*، كلية الآداب، قسم الاجتماع، جامعة القاهرة، 2012.
- (41) سمير محمد حسين: دراسات في مناهج البحث العلمي بحوث الإعلام، ط1 (القاهرة: عالم الكتب، 2006) ص: 123.
- (42) شيماء ذو الفقار زغيب: مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية، ط1 (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2009) ص.ص: 89-90.
- (43) ممدوح السيد عبد الهادي شتله: مرجع سابق، ص: 125.
- (44) فاطمة الزهراء أمين: مرجع سابق، ص: 124.
- (45) علي ليلة: تقاطعات العنف والإرهاب في زمن العولمة (القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية، د.ت) ص: 47.
- (46) **الأساتذة محكمو الاستمارة:**
1. أ.د. محمد سعد إبراهيم أستاذ الصحافة وعميد المعهد الدولي العالي للإعلام بالشروق.
 2. أ.د. سهير صالح أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة القاهرة.
 3. أ.د. عادل سلطان أستاذ علم الاجتماع بالمركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية.
 4. أ.م.د. رامي عطا أستاذ مساعد الصحافة بالمعهد الدولي العالي للإعلام بالشروق.
- (47) Nicholas Difonzo & Prashant Bordia: How Top PR professional Handle hearsay: corporate Rumors Their Effects and Starteyies to manage Them Public Relation Review, 2000, p: 46.
- (48) Massimo Crescimbene: The Science of Rumors, annals of Geophysics, 2012, p: 44.
- (49) Przemyslaw Kazienko, Nitesh Chawla: Application of Social networks and Social Networks analysis (USA: Spinger International Publishing 2015) p: 58.
- (50) رائد حزام الكرناف: تصور استراتيجي لمكافحة الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي بالمملكة العربية السعودية: تويتر نموذجاً، *رسالة ماجستير غير منشورة*، الرياض، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، كلية العلوم الاستراتيجية، قسم الدراسات الاستراتيجية، ص: 52.

- (51) وليد رشاد زكي: الشبكات الاجتماعية... محاولة فهم، مجلة السياسة الدولية، القاهرة، مركز الأهرام للدراسات السياسية والاستراتيجية، العدد 180، أبريل 2010، ص: 96.
- (52) خديجة عرفة: الأمن الإنساني الآن، مجلة النهضة، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، جامعة القاهرة، العدد 20، يوليو 2004، ص: 203.
- (53) محمد الصباري: دور التنمية البشرية في تحقيق الأمن الاجتماعي: اليمن نموذجاً، رسالة دكتوراه غير منشورة، المغرب، كلية العلوم القانونية والاقتصادية والاجتماعية، جامعة عبد المالك السعدي، 2011، ص: 47.
- (54) محمد سيد فهمي: الرعاية الاجتماعية بين حقوق الإنسان وخصخصة الخدمات، ط1 (الإسكندرية: دار الوفاء للطباعة والنشر، د.ت) ص: 247.
- (55) مصطفى علوي: ملاحظات حول مفهوم الأمن، مجلة النهضة، دورية تصدر عن كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، جامعة القاهرة، العدد 5، 2000، ص: 123.
- (56) رشاد صالح رشاد الكيلاني: الأمن الاجتماعي مفهومه، تأصيله الشرعي وصلته بالمقاصد الشرعية، المؤتمر الدولي: الأمن الاجتماعي في التصوير الإسلامي، جامعة آل البيت، كلية الشريعة، 2012، ص.ص: 11-12.
- (57) أميرة محمد محمد سيد أحمد: اتجاهات النخبة نحو تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الأمن القومي المصري: دراسة ميدانية، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد 14، العدد الأول، يناير - مارس 2015.
- (58) زينب أبو طالب: شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات الصحية لدى الجمهور السعودي، المجلة العربية للإعلام والاتصال، المملكة العربية السعودية، جمادى الآخر 1434هـ/ مايو 2013.
- (59) حمزة خليل: استخدام الشباب مواقع الشبكات الاجتماعية لإطلاق ثورة 25 يناير 2011 المصرية: دراسة ميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة طنطا، كلية التربية النوعية، 2012، ص: 414.
- (60) أسماء سعيد غضبان: استخدام الشباب السوري لمواقع التواصل الاجتماعي في متابعة الأحداث السياسية في سوريا، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الدول العربية، معهد البحوث والدراسات العربية، قسم الدراسات الإعلامية، 2015، ص: 93.

⁽⁶¹⁾ عثمان محمد العربي: استخدام الشباب السعودي لوسائل الإعلام والوعي الصحي عن البدانة والتغذية: دراسة مسحية، المؤتمر العلمي السنوي الثالث عشر "الإعلام والبناء الثقافي والاجتماعي للمواطن العربي"، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2003) ص: 45.