

# مجلة البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر/كلية الإعلام



رئيس مجلس الإدارة: أ.د/ سلامة داود - رئيس جامعة الأزهر.

رئيس التحرير: أ.د/ رضا عبدالواجد أمين - أستاذ الصحافة والنشر وعميد كلية الإعلام.

نائب رئيس التحرير: أ.م.د/ سامح عبدالغني - وكيل كلية الإعلام للدراسات العليا والبحوث.

مساعدو رئيس التحرير:

أ.د/ محمود عبدالعاطي - الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بالكلية

أ.د/ فهد العسكر - أستاذ الإعلام بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية (المملكة العربية السعودية)

أ.د/ عبد الله الكندي - أستاذ الصحافة بجامعة السلطان قابوس (سلطنة عمان)

أ.د/ جلال الدين الشيخ زيادة - أستاذ الإعلام بالجامعة الإسلامية بأم درمان (جمهورية السودان)

مدير التحرير: أ.د/ عرفه عامر - الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بالكلية

د/ إبراهيم بسيوني - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

د/ مصطفى عبد الحى - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

د/ أحمد عبده - مدرس بقسم العلاقات العامة والإعلان بالكلية.

د/ محمد كامل - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

د/ جمال أبو جبل - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

أ/ عمر غنيم - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

القاهرة- مدينة نصر- جامعة الأزهر- كلية الإعلام- ت: ٠٢٢٥١٠٨٢٥٦

الموقع الإلكتروني للمجلة: <http://jsb.journals.ekb.eg>

البريد الإلكتروني: [mediajournal2020@azhar.edu.eg](mailto:mediajournal2020@azhar.edu.eg)

المراسلات:

العدد الثالث والسبعون- الجزء الرابع - رجب ١٤٤٦هـ - يناير ٢٠٢٥م

رقم الإيداع بدار الكتب المصرية: ٦٥٥٥

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية: ٢٦٨٢ - ٢٩٢ x

الترقيم الدولي للنسخة الورقية: ٩٢٩٧ - ١١١٠

## قواعد النشر

تقوم المجلة بنشر البحوث والدراسات ومراجعات الكتب والتقارير والترجمات وفقاً للقواعد الآتية:

- يعتمد النشر على رأي اثنين من المحكمين المتخصصين في تحديد صلاحية المادة للنشر.
- ألا يكون البحث قد سبق نشره في أي مجلة علمية محكمة أو مؤتمراً علمياً.
- لا يقل البحث عن خمسة آلاف كلمة ولا يزيد عن عشرة آلاف كلمة... وفي حالة الزيادة يتحمل الباحث فروق تكلفة النشر.
- يجب ألا يزيد عنوان البحث (الرئيسي والفرعي) عن ٢٠ كلمة.
- يرسل مع كل بحث ملخص باللغة العربية وآخر باللغة الانجليزية لا يزيد عن ٢٥٠ كلمة.
- يزود الباحث المجلة بثلاث نسخ من البحث مطبوعة بالكمبيوتر.. ونسخة على CD، على أن يكتب اسم الباحث وعنوان بحثه على غلاف مستقل ويشار إلى المراجع والهوامش في المتن بأرقام وترد قائمتها في نهاية البحث لا في أسفل الصفحة.
- لا ترد الأبحاث المنشورة إلى أصحابها.... وتحفظ المجلة بكافة حقوق النشر، ويلزم الحصول على موافقة كتابية قبل إعادة نشر مادة نشرت فيها.
- تنشر الأبحاث بأسبقية قبولها للنشر.
- ترد الأبحاث التي لا تقبل النشر لأصحابها.

## الهيئة الاستشارية للمجلة

١. أ.د./ على عجوة (مصر)  
أستاذ العلاقات العامة وعميد كلية الإعلام الأسبق  
بجامعة القاهرة.
٢. أ.د./ محمد معوض. (مصر)  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة عين شمس.
٣. أ.د./ حسين أمين (مصر)  
أستاذ الصحافة والإعلام بالجامعة الأمريكية بالقاهرة.
٤. أ.د./ جمال النجار (مصر)  
أستاذ الصحافة بجامعة الأزهر.
٥. أ.د./ مي العبدالله (لبنان)  
أستاذ الإعلام بالجامعة اللبنانية، بيروت.
٦. أ.د./ وديع العززي (اليمن)  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة أم القرى، مكة المكرمة.
٧. أ.د./ العربي بوعمامة (الجزائر)  
أستاذ الإعلام بجامعة عبد الحميد بن باديس بمستغانم، الجزائر.
٨. أ.د./ سامي الشريف (مصر)  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون وعميد كلية الإعلام، الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات.
٩. أ.د./ خالد صلاح الدين (مصر)  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام - جامعة القاهرة.
١٠. أ.د./ رزق سعد (مصر)  
أستاذ العلاقات العامة - جامعة مصر الدولية.

## محتويات العدد

- سمات الخطاب الرقمي لجماعات الحبة الحمراء العربية المناهضة للمرأة: دراسة تحليلية بالتطبيق على موقع فيس بوك  
أ.م.د/ شيرين سلامة السعيد الدسوقي  
٢١٢٧
- 
- الأطر البصرية لفيدويوهات التنشيط السوسيوثقافي عبر قناة اليوتيوب للمفوضية السامية للأمم المتحدة لشؤون اللاجئين: دراسة سيمائية  
أ.م.د/ ولاء محمد الطاهر  
٢٢٣٩
- 
- فعالية تطبيق معايير الحوكمة للارتقاء بأداء إدارة العلاقات العامة في المنظمات غير الربحية رؤية استشرافية: جمعية البركة أنموذجاً  
أ.م.د/ زكية النور يوسف مكي، منيرة الأمعط طراد العنزي، رزان مبارك،  
عبدالله الهاجري، شريفة عيد حسن المالكي  
٢٢٨٩
- 
- واقع معمارية المعلومات في موقع وكالة أنباء الشرق الأوسط - دراسة تقييمية  
د/ صفاء عادل السيد عبد الجواد  
٢٣٤١
- 
- تحليل قصص الحروب والنزاعات المسلحة المدفوعة بالبيانات- دراسة مقارنة بين المواقع العربية والأجنبية  
د/ أسماء حمدي عبد الحميد  
٢٣٧٩
- 
- انعكاسُ البيئةِ التعليميةِ الإعلاميةِ على غرسِ قيمِ المواطنةِ لدى طلبةِ الإعلامِ والاتصالِ بالمملكة العربية السعودية (دراسة مسحية تحليلية على عينة من طلبة ومدرّسي الإعلام والاتصال بجامعة الملك فيصل)  
د/ وفاء محمد العطيّاوي  
٢٤٥٣

■ دوافع مشاركة طلاب الإعلام التربوي بالجامعات المصرية نحو العمل التطوعي في الجمعيات الأهلية ومنظمات المجتمع المدني عبر مواقع التواصل الاجتماعي (دراسة ميدانية)  
٢٥٠٧ د / أحمد علي سعد علي جاب الله

---

■ تأثير استخدام الكروس ميديا على مستوى تفاعل القراء مع المحتوى الإخباري-دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي المواقع الإخبارية المصرية  
٢٥٧٥ د / سامح فوزي السيد الشحري

---

■ اتجاهات النخبة الأكاديمية نحو ظاهرة الغوغاء الرقمية في شبكات التواصل الاجتماعي  
٢٦٣٣ فائزة محسن صالح الحربي

---

■ The Role of Generative AI ChatGPT Technology in Renewing Journalism: A Systematic Review  
٢٦٧١ Dr. Waleed El-Ashry

---

م	القطاع	اسم المجلة	اسم الجهة / الجامعة	ISSN-P	ISSN-O	السنة	نقاط المجلة
1	الدراسات الإعلامية	المجلة العربية لبحوث الإعلام و الإتصال	جامعة الأهرام الكنيية، كلية الإعلام	2536- 9393	2735- 4008	2023	7
2	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	2356- 914X	2682- 4663	2023	7
3	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	جامعة جنوب الوادي، كلية الإعلام	2536- 9237	2735- 4326	2023	7
4	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الصحافة	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	2356- 9158	2682- 4620	2023	7
5	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	2356- 9131	2682- 4671	2023	7
6	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الإعلام	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	1110- 5836	2682- 4647	2023	7
7	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الرأي العام	جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مركز بحوث الرأي العام	1110- 5844	2682- 4655	2023	7
8	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث الإعلامية	جامعة الأزهر	1110- 9297	2682- 292X	2023	7
9	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث و الدراسات الإعلامية	المعهد الدولي العالي للإعلام بالشروق	2357- 0407	2735- 4016	2023	7
10	الدراسات الإعلامية	مجلة إتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	جامعة القاهرة، جمعية كليات الإعلام العربية	2356- 9891	2682- 4639	2023	7
11	الدراسات الإعلامية	مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط	Egyptian Public Relations Association	2314- 8721	2314- 873X	2023	7
12	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري	جامعة بني سويف، كلية الإعلام	2735- 3796	2735- 377X	2023	7
13	الدراسات الإعلامية	المجلة الدولية لبحوث الإعلام والاتصالات	جمعية تكنولوجيا البحث العلمي والفنون	2812- 4812	2812- 4820	2023	7



# اتجاهات النخبة الأكاديمية نحو ظاهرة الغوغاء الرقمية في شبكات التواصل الاجتماعي

- **Academic Elite's Perspectives  
on the Phenomenon of Digital Mobs  
in Social Media Networks**

● فائزة محسن صالح الحربي

محاضرة متعاونة بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية سابقاً

Email: foouz.h@gmail.com

## ملخص الدراسة

جاء البحث المعنون باتجاهات النخبة الأكاديمية نحو ظاهرة الغوغاء الرقمية في شبكات التواصل الاجتماعي في مساهمة لدراسة الوضع الراهن بحسب وجهة نظر عينة الدراسة من (النخب الأكاديمية) في تحليل طريقة تعامل عامة الناس مع الرسائل الرقمية في العالم الافتراضي من خلال شبكات التواصل الاجتماعي، ودورهم في تمريرها والإسهام في انتشارها افتراضياً، دون الوعي منهم بالأيدولوجيا الفكرية التي تحملها هذه الرسائل الرقمية، مع عدم حرصهم على التأكد من مصداقيتها، أو معرفة مصدرها الأصلي قبل تمريرها على الآخرين؛ ما يسهم في نشر الشائعات التي قد تمس أمن الأوطان، أو القيم الدينية والاجتماعية.. وغيرها.

يأتي البحث مساهمة في إثبات فرضيات للباحثة تدعم انطلاق نظرية علمية من أوائل النظريات العربية الإسلامية في مجال علم الإعلام الأمني الرقمي، وعلم الاجتماع، وعلم شبكات التواصل الاجتماعي الحديث، من أبرز نتائج البحث أن أفراد المجتمع يسهمون في ترويح الشائعات جهل بما قد تترتب عليه من مخاطر، قد تمس أمن البلاد وإثارة الفتن بتكرار «موافق» بلغ 124 شخصاً ونسبة مرتفعة بلغت (83.2%)، وفي المقابل جاءت عبارة يدرك أفراد المجتمع أيديولوجياً الخلفية الفكرية للرسائل الرقمية قبل نشرها عبر وسائل التواصل الاجتماعي بتكرار «غير موافق جداً» 91 شخصاً ونسبة مرتفعة بلغت (61.1%)، لذا جاءت توصيات البحث بالتركيز على أهمية رفع الوعي المجتمعي في حسن التعامل مع الرسائل الرقمية وإيقاف تمريرها عند الشعور بعدم مناسبتها، وبالأخص بالمحتوى الذي يتعارض مع قيم المجتمع وأمن الأوطان. الكلمات المفتاحية: الغوغاء الرقمية-شبكات التواصل الاجتماعي- النخب الأكاديمية.

## Abstract

The research, titled "Academic Elite's Perspectives on the Phenomenon of Digital Mobs in Social Media Networks," aims to contribute to studying the current situation as perceived by a sample of academic elites. It analyzes how the general public interacts with digital messages in the virtual world through social media networks, including their role in spreading these messages without being aware of the ideological agendas they carry. This lack of critical evaluation often leads to sharing messages without verifying their credibility or knowing their sources. Such behavior contributes to disseminating rumors that may compromise national security, religious values, social principles, etc.

The research seeks to validate the researcher's hypotheses, supporting the establishment of one of the first Arab-Islamic theories in digital security media, sociology, and modern social media studies. Among the significant findings is that members of society contribute to spreading rumors unknowingly, which can result in significant risks to national security and social harmony.

This was reflected in a high response rate, with 124 individuals (83.2%) strongly agreeing that such risks exist. Conversely, the statement "community members are ideologically aware of the intellectual backgrounds of digital messages before sharing them via social media" received a strong disagreement rate from 91 individuals (61.1%). Based on these findings, the study recommends emphasizing the importance of raising community awareness regarding the responsible handling of digital messages. It advocates for stopping the spread of questionable content, especially when it contradicts societal values or threatens national security.

Keywords: Digital mob, social media, academic elites.



مع تزايد استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، وسرعة انتشارها في المجتمعات، أصبحت مكاناً خصباً لانتشار الشائعات؛ ما يجعلها وسيلة من وسائل زرع الفتن، في ظل قلة وعي بعض أفراد المجتمع بمدى خطورة انتشار هذه الشائعات، التي يتناقلها الناس من باب التسلية والترفيه، وعدم السعي للتأكد من مصداقيتها، ومصدرها الحقيقي، وتبنت كثير من الجامعات دراسات علمية حول الشائعات، والتصدي لها، وحول الإعلام التفاعلي، وآثاره الإيجابية والسلبية؛ شعرتُ كباحثة - بأهمية طرح الفكر الغوغائي الرقمي كمشكلة بحثية تستحق الدراسة، وتحليل أبعادها، والخوض في تفاصيلها؛ بهدف رفع المقترحات والتوصيات؛ لعلاج الظاهرة من جذورها.

ولله الحمد؛ لاقت الدراسة قبولاً علمياً من قبل المختصين، فخرجت الباحثة بنظرية علمية بعنوان (الغوغاء الرقمية)، وقد نُوقشت النظرية على الساحة الإعلامية؛ منها مؤتمر الإعلام التفاعلي الذي عقد بجامعة الملك سعود عام 2017م، وعدد من الدراسات العلمية والكتب التي ناقشت الشائعات وأسباب انتشارها، وقدمت بعض الحلول التي تسهم في زيادة الوعي عند التعامل مع الرسائل الرقمية، والحد من انتشار ما يثير الشكوك حول المساس بالوطن، أو الدين، أو القيم الثقافية والاجتماعية للدول؛ من خلال إرشاد أفراد المجتمع إلى أهمية طرح التساؤل حول كل ما يؤثر على الأمن والاستقرار، لذا؛ جاءت نظرية "الغوغاء الرقمية" لتحليل ظاهرة الشائعات، للحد من انتشارها، والسيطرة عليها.

## المبحث الأول

### مدخل عام للدراسة

- مدخل إلى موضوع الدراسة

- أهمية الدراسة

- تحديد مشكلة الدراسة

- أهداف الدراسة

- تساؤلات الدراسة

- مصطلحات الدراسة

- تعريف الباحثة الإجرائي للغوغاء الرقمية

مدخل إلى موضوع الدراسة:

أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي إحدى أهم شبكات تناقل وتبادل الأحاديث بين الناس، ومنافسة في الفضاء العام للحوارات المجتمعية المختلفة، بعيداً عن مؤسسات الاتصال العام التقليدية كما في السابق. استُغلت هذه الوسائل من قبل البعض؛ لنشر الأحاديث المفبركة والشائعات، فأضرت هذه الظاهرة كثيراً بالسلم المجتمعي العام، وأصبحت تشكل عبئاً على الأمن، وعلى المرعنين في شتى الأوطان.

إن هذه الفوضى الرقمية شرحتها أو فسرتها بعض النظريات العلمية كـنظرية "الغوغاء الذكية"<sup>(1)</sup> في العصر الحاضر، وفي المقابل هناك غوغاء رقمية مختلفة يمكننا تسميتها "الغوغاء الرقمية- أو غير الذكية"، التي يتبادل فيها أفراد من المجتمعات بعض المعلومات غير الصحيحة عبر وسائل التواصل الاجتماعي، فيساعدون في نشر مواد ونصوص بطريقة عشوائية غير مقصودة وبدون وعي، مع عدم إدراك الهدف من هذه الرسائل الرقمية، إضافة إلى عدم البحث عن المصدر الرئيس الذي نُشرت منه، فيسهمون في نشر تلك الأفكار المضللة، والرسائل غير الهادفة؛ ما يدعم انتشار الشائعات بسرعة دون إدراك للمخاطر والتأثيرات المترتبة على ذلك من زعزعة الأمن، ونشر الفتن في المجتمعات، وتضليل الشعوب، وهؤلاء- أفراد المجتمع- يقومون بنشرها في الغالب؛ إما

(1) من النظريات الإعلامية الحديثة في البيئة الرقمية، للناقد والكاتب السياسي الأمريكي (هوارد رينجولد).

بحسن نية، أو لكسب شهرة السبق على أقرانهم، أو يعتبرونها من ممارسات الترفيه الإلكتروني البريء.

هذه الفوضى الرقمية في وسائل التواصل الاجتماعية، وتأثيرها على المجتمع تجعلنا نتساءل عن "اتجاهات النخبة الأكاديمية نحو هذه الظاهرة المعنونة ب"الغوغاء الرقمية في شبكات التواصل الاجتماعي" وهو موضوع هذه الدراسة الأساسي.

#### أهمية الدراسة:

تتبع أهمية الدراسة من طبيعة الموضوع الذي طرحه، وتناقشه، فالفوضى الرقمية في النشر وإعادة النشر على وسائل التواصل الاجتماعي تمتد آثارها ليس على الأمن فحسب، بل على استقرار حياة أفراد المجتمع وسلامة أوطانهم، فضلاً عن النقاط التالية: أولاً: تطور وسائل الإعلام وتزايد تأثيرها على المجتمع؛ ما يجعل دراستها ومتابعة سلوك المجتمع في تناول القضايا أمراً يستحق الدراسة.

ثانياً: تأتي أهمية الدراسة من أهمية النخب الأكاديمية بحكم علمها ومعرفتها بالمتغيرات المجتمعية والرقمية وأثرها على المجتمع.

ثالثاً: تعد هذه الدراسة محاولة لتحليل أسباب هذه الظاهرة الرقمية الحديثة للسعي في الحد من انتشارها.

#### مشكلة الدراسة:

تسعى هذه الدراسة لتحليل أسباب انتشار وتبادل الرسائل الرقمية عبر شبكات التواصل الاجتماعي دون التحقق من مصداقيتها، أو السعي لمعرفة مصادرها الرئيسية، أو محاولة فهم معانيها الضمنية، وما تحمله من أهداف وأيديولوجيا تعود للمنظمات والأفراد الذين أطلقوها.

وتأتي هذه الدراسة لرصد هذه الظاهرة من خلال وجهة نظر النخب الأكاديمية في الجامعات السعودية.

#### وتهدف الدراسة إلى:

- التعرف على رأي النخب بشأن دور أفراد المجتمع في انتشار الرسائل الرقمية عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

- الكشف عن رأي النخب في مستوى وعي أفراد المجتمع بأهداف الرسائل التي يتناقلونها عبر وسائل التواصل الاجتماعي.
- التعرف على رأي النخب حول مدى حرص أفراد المجتمع على معرفة مصادر الرسائل قبل تداولها.
- رصد آراء النخب نحو مدى تحقق أفراد المجتمع من مصداقية الرسائل، التي يتناقلونها عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

#### تساؤلات الدراسة:

- ما رأي النخب الأكاديمية في الدور الذي يؤديه أفراد المجتمع في زيادة انتشار الرسائل الرقمية عبر شبكات التواصل الاجتماعي؟
- ما رأي النخب الأكاديمية في مستوى وعي أفراد المجتمع بأهداف الرسائل الرقمية التي يتناقلونها عبر شبكات التواصل الاجتماعي؟
- ما مدى حرص أفراد المجتمع على معرفة مصادر الرسائل قبل تداولها، من وجهة رأي النخب الأكاديمية؟
- ما رأي النخب الأكاديمية في مدى تحقق أفراد المجتمع من مصداقية الرسائل الرقمية قبل تداولها عبر وسائل التواصل الاجتماعي؟

#### مصطلحات الدراسة:

الغوغاء: "الصوت والجلبة، والغوغَاءُ السُّفلةُ من الناس؛ لكثرة لَعْطهم وصياحهم<sup>(2)</sup>."

#### التعريف الإجرائي للغوغاء الرقمية:

تمثل الغوغاء الرقمية الطريقة الفوضوية في العالم الافتراضي، التي يسهم فيها بعض أفراد المجتمع في نشر وترويج الرسائل الرقمية عبر شبكات التواصل الاجتماعي، بإعادة تدوير الرسائل دون وعي منهم بأهدافها، أو سعيهم للتحقق من درجة مصداقيتها، إضافة إلى جهلهم بمصادرها الرئيسية.

## المبحث الثاني الإطار النظري والدراسات السابقة

### الإطار النظري:

ظهور أساليب الغوغائيين منذ القدم:

ذكر (إياد، أبو ربيع) الأساليب الغوغائية أنها طريقة التفكير التي تقوم في الدرجة الأولى على أسس ومعايير ذاتية؛ إذ يتخذ الغوغائي من نفسه ومستوى معرفته المحدود (والذي غالباً ما يتسم بالسطحية) معياراً لتحليل المواضيع، والحوادث، والظواهر، والحكم عليها من دون أية معايير موضوعية، وتفترق العقلية الغوغائية للاتساق والتنظيم، والربط السليم بين الظواهر والأحداث والمعرفة، فهي أقرب إلى المعرفة الآنية، أو الوقتية المؤقتة، التي تنظر إلى الأحداث بطريقة معزولة عن بعضها، وتؤثر في هذه العقلية الجوانب العاطفية.

### صفات مروجي الغوغاء الاجتماعية:

ويصف (الحزيمي، الغوغاء والدهماء) الغوغائيين أنهم وصفوا بالدهماء، والسوقة، والرعاع، والهمج، والغثراء، ورجرجة الناس، ويستطرد بأنه لم يجد لهذه الفئة دوراً مشرفاً يستحق الإشادة، أو الثناء، بالرغم من قراءته الطويلة في أحداث التاريخ العربي، بل على العكس، لديهم الاستعداد القيمي لممارسة الفوضى، والتحفّز لها عند كل مناسبة مواتية. ويضيف الحزيمي: هنالك من وعى لأهمية هذه الفئة، فاحتوى مسلكها من خلال خطاب مؤدج... واستعملوا كمطايا لأهداف فئة معينة، أو فئات ما كانت لتصل لأهدافها، فهم الوَقُودُ المحرك للفوضى الاجتماعية، وللنّعة القبلية، والتعصب الإقليمي. قال علي بن أبي طالب- رضي الله عنه-: الناس ثلاثة: "عالم رباني، ومتعلم على سبيل نجاة، ورعاع همج يميلون مع كل ريح". صدق سيدنا عليّ، فما بالنّا بالرعاع ينتشرون في ترويج الرسائل الرقمية المغرضة، مع ما تتميز به شبكات التواصل الاجتماعي من نشر مجاني سهل الاستخدام وسريع الانتشار عالمياً، لا يتقيد بحدود زمان، ولا مكان، ولا نظام؟

كما شبّهت (الخميس، العامة والغوغاء) أنهم دائماً يبدون بصورة جسد هائل يموج بالانفعالات ويحتدم بالعاطفة، ولكنه بلا رأس، أي بلا قدرة على التفكير والاستبصار

وقياس الظروف بحكمة وتروٍّ وقدرةً على وضع الأمور في نصابها وظرفها التاريخي. وطالبت (القنيعير، سيطرة الغوغاء) بتعرية فكر الغوغاء وتجريده من حملاته الكاذبة، والمضلة، فهو وإن تكشّف زيفه لبعض النخب، لكنه لا يزال غير واضح لبقية الناس الذين ينفادون لتحريضه دون وعي. ينبغي أن يعرف هؤلاء أن ما تقوم به الغوغاء لا يخدم الإسلام، وشددت على خطورة الغوغاء، ونتائجها المدمرة.

#### علاقة الغوغاء الرقمية بالشائعات:

كثيراً ما يطلق أعداء الوطن رسائل رقمية عبر شبكات التواصل؛ لتحقيق فوضى نشر الشائعات في محاولة لزعزعة الاستقرار والأمن في المجتمع المستهدف، هذه الشائعات كما قال عنها (بيت المال، المخاطر المجتمعية) أنها تعتمد بشكل أساسي في انتشارها على المشافهة مع محدودية انتشارها في المجتمع على فئات محدودة، أما الآن أصبحت بسبب وسائل التواصل الاجتماعي تنتشر بسرعة، وتتحول موضوعاتها إلى قضية رأي عام.

ويؤكد (البداينة، استخدام التقنيات) أن الشائعة جزء من النشاطات السياسية والاقتصادية والمعلوماتية التي تمارسها الدول ضد بعضها البعض، وتمارسها كذلك المؤسسات والأفراد، وقد يكون الهدف منها إضعاف الروح المعنوية عند الطرف المتلقي لها، وهي- كما وصفها البداينة- "حرب العقل"، والأسلحة الرئيسة فيها الصوت، والسمع، والنظر، وقد تأخذ الشائعة أشكالاً مختلفة تتراوح بين الاتهامات الوحشية للأفراد، أو وضع صور فاضحة عنهم، أو قصص، أو معلومات تسيء إلى سمعتهم، وقد تتناول وعوداً كبيرة لا يمكن تحقيقها، أو تستخدم أساليب تحقيق الآخرين، وقد تستهدف شرائح معينة، مثل الشباب، أو المرأة، وتحاول زعزعة ثقتهم في معتقداتهم، وقيمهم، ومجتمعهم، وقد تكون من الأهداف التي تسعى إليها الأطراف التي ترسل وتبث الشائعات كنوع من الحروب غير المعلنة.

#### الدراسات السابقة:

دراسة (السحيمي، 2015) "شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في تشكيل جماعات الانحراف بين الشباب، التي هدفت إلى التعرف على الجماعات المنحرفة الأكثر انتشاراً في شبكات التواصل الاجتماعي، والترعف على شبكات التواصل الاجتماعي

الأكثر ترويجاً للانحراف، وطرق جذب المشاركين لها على شبكات التواصل الاجتماعي، وجاءت أبرز النتائج أن أكثر الجماعات المنحرفة دينياً تروج للردة عن الإسلام، بينما أكثر الجماعات المنحرفة أخلاقياً تروج للجنس والشذوذ وتدعو لنشره، وأكثر الجماعات المنحرفة سياسياً تروج لتجنيد الشباب لصالح جماعات إرهابية وحثهم على الجهاد. أما لعدد المجموعات الانحرافية على شبكات التواصل الاجتماعي تصدر تويتر سابقاً منصة (X) حالياً جميع الشبكات، وكان الفيس بوك هو الأقل في عدد المجموعات الانحرافية.

دراسة (مختار، 2014) "دور استخدام التنظيمات الإرهابية لمواقع التواصل الاجتماعي في إقناع الأفراد بأفكارها"، والتي هدفت إلى محاولة الكشف عن الدور الذي يمكن أن تقوم به وسائل التواصل الاجتماعي في غرس قيم ومفاهيم التنظيمات الإرهابية لدى الأفراد.

وجاءت أبرز نتائج الدراسة أن التنظيمات الإرهابية تستخدم وسائل التواصل الاجتماعي في بث روح اليأس، والضغط النفسي لدى الحكومات المستهدفة من العمل الإرهابي، وأكدت الدراسة أن استمرار تطور التكنولوجيا والتقني لهذه الشبكات، فإن الإرهابيين سيكونون أكثر اعتماداً عليها في المستقبل، وسيصبح الإرهاب أكثر خطورة وتعقيداً.

دراسة (السديري، 2014) "توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية الأمنية ضد خطر الشائعات"، والتي هدفت إلى التعرف على إيجابيات ومعوقات توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية الأمنية ضد خطر الشائعات، والتعرف على الوسائل والتغلب على هذه المعوقات.

أبرزت نتائج الدراسة أن أهم الإيجابيات التي يتم توظيف التواصل الاجتماعي في التوعية الأمنية ضد خطر الشائعات، هي: الوقوف بحزم ضد تيارات الإفساد الديني والاجتماعي والفكري لأفراد المجتمع السعودي، والمحافظة على الوسطية وتمية الحس الديني للرد على الشائعات ومنع انتشارها.

كما أن أهم المعوقات التي يتم توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية الأمنية

ضد خطر الشائعات، هي: لهفة مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي في معرفة أي خبر مثير، وسهولة تأثر بعض المستخدمين للشبكات بما ينشر من الشائعات، وضعف الأنظمة والعقوبات ضد مروجي الإشاعات.

وبين (الصراف، 2022) أن الثورة الرقمية ومعها الانتشار الكبير لوسائل التواصل الاجتماعي أدت إلى تنامي خطاب الكراهية عالمياً بشكل غير مسبوق، وقد نتج عن هذا الواقع مئات من حالات العنف والاضطهاد والتمييز التي تعرضت لها جماعات وأقليات وأفراد في دول عديدة، لاعتبارات ثقافية، وسياسية، ودينية، واجتماعية، وغيرها. (ص. 2-1)

وذكر (Paul 2022) أن الاستخدام المفرط لوسائل التواصل الاجتماعي كان محفزاً لنشر الشائعات أو الأخبار الكاذبة في وضع كوفيد-19، كما يتضح من نتائج الدراسة. في هذه الحالة، شارك المواطنون المعلومات ونشروها على وسائل التواصل الاجتماعي دون التحقق منها أو تحديدها. في بعض الأحيان يتأثرون وينشرونها على وسائل التواصل الاجتماعي، وفي بعض الأحيان يفعلون ذلك بدافع من الدافع الذاتي أو الشعور بالرفاهية؛ مما خلق حالة من الفوضى بين المواطنين في جميع أنحاء البلاد. (ص. 600)

ويشير (Tugberk 2020) إلى أن المستخدمين يتابعون المعلومات الحديثة عبر وسائل التواصل الاجتماعي للمزيد من المعلومات حول COVID-19؛ مما يدل على التحول نحو الوسيط الرقمي، وتشير النتائج أيضاً إلى أن المستخدمين على دراية بالأخبار الزائفة، ويتبعون المصادر الرسمية. (Para. 1)

وخلص (Aleksandrina 2019) إلى أنه "على الرغم من صعوبة تقييم آثار وسائل التواصل الاجتماعي كأداة للقوة الناعمة على وجه اليقين؛ إلا أن هناك روابط واضحة بين وسائل التواصل الاجتماعي وتغير تصورات الجمهور." (Para. 1)

ويشير (العمرى، 2018) إلى أن "استخدام المراهقين لوسائل التواصل الاجتماعي حققت لهم بعض الإشباعات لاحتياجاتهم المتعددة، مثل إشباعات التعرف على الأحداث المحيطة بهم". (ص. 158)

وبين (Charmaine 2018) أنه عندما تلتزم المنظمات بالحوار الشفاف والتفاعلي



أثناء الأزمات من خلال وسائل التواصل الاجتماعي سينجذب أصحاب المصلحة إلى المحتوى الأصيل؛ لأنهم مهتمون ويبحثون بنشاط عن المعلومات ذات الصلة. (Para. 1) وحدد ذكر (أبورييع، 2017) الأساليب الغوغائية أنها طريقة التفكير التي تقوم في الدرجة الأولى على أسس ومعايير ذاتية؛ إذ يتخذ الغوغائي من نفسه ومستوى معرفته المحدود (والذي غالباً ما يتسم بالسطحية) معياراً لتحليل المواضيع، والحوادث، والظواهر، والحكم عليها من دون أية معايير موضوعية، وتفترق العقلية الغوغائية للاتساق والتنظيم، والربط السليم بين الظواهر والأحداث والمعرفة، فهي أقرب إلى المعرفة الآنية، أو الوقتية المؤقتة، التي تنظر إلى الأحداث بطريقة معزولة عن بعضها، وتؤثر في هذه العقلية الجوانب العاطفية.

وكشفت دراسة (الصمادي، 2016) وجود تأثير لشبكات التواصل الاجتماعي في حدوث الانحراف الفكري لدى الشباب الجامعي، وأن هناك تبايناً في الانحرافات الفكرية لاستجابة أفراد العينة بسبب الفرق في النوع (ذكر وأنثى)، ومدة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وهي طبقت على عينة (730) طالباً وطالبة بجامعة القصيم، باستخدام المنهج الوصفي التحليلي.

وشدد (أبو خطوة والباذ، 2014) في دراسته التي تهدف إلى التعرف على انعكاسات شبكات التواصل الاجتماعي على الأمن الفكري لدى طلبة التعليم الجامعي بمملكة البحرين على ضرورة توعية الطلبة في المراحل التعليمية المختلفة على تنمية التفكير الناقد لديهم لفرز ما يعرض عليهم من أفكار وآراء على شبكات التواصل الاجتماعي، بعيداً عن الأفكار الهدامة التي تضر الفرد والمجتمع.

ركزت دراسة (الدبيسي والطاهات، 2013) على أهمية معرفة دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية، من أبرز النتائج أن شبكات التواصل ذات تأثير إيجابي على الطلبة مثل تعزيز الروح الوطنية، والولاء، والانتماء، وبعضها سلبي مثل التشكيك في مصداقية ما تبثه وسائل الإعلام الرسمية، وشبه الرسمية، والتحريض على الخروج على النظام العام، واكتساب بعض الأفكار المتطرفة.

يقول (كاتب، 2011) لقد بزغت شبكات التواصل الاجتماعي الكبرى، مثل الفيسبوك، وتويتر، والمدونات الشخصية، كقنوات بالغة التأثير متيحة لشعوب المنطقة فرصاً لم يعهدوها أو يألفوها من قبل في التعبير عن آرائهم، وحشد وتنظيم صفوفهم للثورة ليس فقط على الأنظمة المستبدة، ولكن أيضاً على أمور أخرى تمس حياتهم مثل غلاء الأسعار، أو العنف الأسري، وحقوق الإنسان، أو محاربة الفساد.. وغيرها من قضايا أسهمت تلك الشبكات في تحريكها والنجاح في تغييرها في أمثلة كثيرة. (ص.4)

ويصف (الحزيمي، 2011) الغوغائيين أنهم وصفوا بالدهماء، والسوقة، والرعاع، والهمج، والغثراء، ورجرجة الناس، ويستطرد بأنه لم يجد لهذه الفئة دوراً مشرفاً يستحق الإشادة، أو الثناء، بالرغم من قراءته الطويلة في أحداث التاريخ العربي؛ بل على العكس، لديهم الاستعداد القيمي لممارسة الفوضى، والتحفُّز لها عند كل مناسبة مواتية. ويضيف الحزيمي: هنالك من وعى لأهمية هذه الفئة، فاحتوى مسلكها من خلال خطاب مؤدلج... واستعملوا كمطايا لأهداف فئة معينة، أو فئات ما كانت لتصل لأهدافها، فهم الوَقُودُ المحرك للفوضى الاجتماعية، وللنَّعرة القبلية، والتعصب الإقليمي. قال علي بن أبي طالب- رضي الله عنه-: الناس ثلاثة: "عالم رباني، ومتعلم على سبيل نجا، ورعاع همج يميلون مع كل ريح". صدق سيدنا علي، فما بالنا بالرعاع ينتشرون في ترويج الرسائل الرقمية المغرضة، مع ما تتميز به شبكات التواصل الاجتماعي من نشر مجاني سهل الاستخدام وسريع الانتشار عالمياً، لا يتقيد بحدود زمان، ولا مكان، ولا نظام؟

وهدفت دراسة (العتيبي، 2011) لمعرفة استخدام طلاب وطالبات الجامعات السعودية لشبكة الفيسبوك والإشباع المتحققة، طبقت الدراسة على عينة عشوائية قوامها (524) طالباً وطالبة تمثل (5%) من طلاب السنة التحضيرية بثلاث جامعات، هي (جامعة الملك سعود بالرياض، وجامعة الملك عبد العزيز بجدة، وجامعة الملك فيصل بالأحساء)، استخدم الباحث المنهج المسحي، ومن أبرز نتائج الدراسة أن من الآثار السلبية للشبكة "المساعدة في انحلال وتفكك العادات والتقاليد الاجتماعية".

كما شبَّهت (الخميس، 1433هـ) أنهم دائماً يبدون بصورة جسد هائل يموج بالانفعالات ويحتدم بالعاطفة، ولكنه بلا رأس، أي بلا قدرة على التفكير والاستبصار

وقياس الظروف بحكمة وتروٍّ وقدرةً على وضع الأمور في نصابها وظرفها التاريخي. وطالبت (القنيعير، 1427هـ) بتعرية فكر الغوغاء وتجريده من حملاته الكاذبة، والمضلة، فهو وإن تكشّف زيفه لبعض النخب؛ لكنه لا يزال غير واضح لبقية الناس الذين ينفادون لتحريضه دون وعي. ينبغي أن يعرف هؤلاء أن ما تقوم به الغوغاء لا يخدم الإسلام، وشددت على خطورة الغوغاء، ونتائجها المدمرة.

ذكر بيت المال (لا يوجد)، أن الشائعات تعتمد بشكل أساسي في انتشارها على المشافهة مع محدودية انتشارها في المجتمع على فئات محدودة، أما الآن أصبحت بسبب وسائل التواصل الاجتماعي تنتشر بسرعة، وتتحوّل موضوعاتها إلى قضية رأي عام. ويؤكد (البدائية، 1421هـ) أن الشائعة جزء من النشاطات السياسية والاقتصادية والمعلوماتية التي تمارسها الدول ضد بعضها البعض، وتمارسها كذلك المؤسسات والأفراد، وقد يكون الهدف منها إضعاف الروح المعنوية عند الطرف المتلقي لها، وهي- كما وصفها البدائية- "حرب العقل"، والأسلحة الرئيسة فيها الصوت، والسمع، والنظر، وقد تأخذ الشائعة أشكالاً مختلفة تتراوح بين الاتهامات الوحشية للأفراد، أو وضع صور فاضحة عنهم، أو قصص، أو معلومات تسيء إلى سمعتهم، وقد تتناول وعوداً كبيرة لا يمكن تحقيقها، أو تستخدم أساليب تحقيق الآخرين، وقد تستهدف شرائح معينة، مثل الشباب، أو المرأة، وتحاول زعزعة ثقتهم في معتقداتهم، وقيمهم، ومجتمعهم، وقد تكون من الأهداف التي تسعى إليها الأطراف التي ترسل وتبث الشائعات كنوع من الحروب غير المعلنة.

#### التعليق على الدراسات السابقة:

تبرز الدراسات والبحوث السابقة الدور الذي تقوم به وسائل التواصل الاجتماعي، ودوره في نقل وتبادل المعلومات.

أظهرت نتائج الدراسات أن المتلقين أصبح لديهم دراية ومعرفة بالأخبار والمعلومات الزائفة، وخاصة عندما تنشط الجهات ذات العلاقة في تمرير رسائلها المضلّة، كما أكدت الدراسات السابقة وجود منظمات ومراكز تستهدف نشر الشائعات والسعي لزعزعة الأمن والقيم الدينية والاجتماعية.

لاحظت الباحثة أن لوسائل التواصل الاجتماعي دوراً مهماً في تغيير توجهات وقناعات الجمهور والتأثير عليهم، وجاءت أغلب الدراسات السابقة تؤكد على ذلك رغم تنوع العينة والمناهج البحثية لكل دراسة.

### المبحث الثالث

#### مقاربات بحثية للفكر الغوغائي

- مقاربات بحثية للفكر الغوغائي الرقمي على شبكات التواصل الاجتماعي
- نظرية الغوغاء الذكية والغوغاء المفاجئة
- نظرية دوامة الصمت
- أمثلة ومشاهد من الواقع

#### مقاربات بحثية للفكر الغوغائي على شبكات التواصل الاجتماعي

تقترح الباحثة جمع نظريات الغوغاء الرقمية تحت مدخل نظري واحد بعنوان "الغوغاء الرقمية"، وينقسم إلى: (الغوغاء الذكية، والغوغاء المفاجئة، والغوغاء الرقمية؟ الفكرة البحثية لدراستنا الحالية).

#### نظرية الغوغاء الذكية والغوغاء المفاجئة:

وصف (بنكلر، ثروة الشبكات) الغوغاء الذكية أنها إحدى مظاهر التنسيق لتوزيع العمل السياسي هو ما أسماه هوارد رينجولد "Howard Rheingold" الغوغاء الذكية، التي تقوم بها مجموعات كبيرة من الأفراد القادرين على تنسيق العمل في العالم الواقعي من خلال نشر المعلومات الرقمية. ويروي هاورد "قصة ثورة" سلطة الشعب الثانية، التي حصلت في مانيلا عام 2001م، حيث أطاحت المظاهرات بالرئيس استرادا "Estrada"، وذلك بالتنسيق المتزامن عن طريق الرسائل النصية المكثفة.

وناقش جانيت (2012, Janet Montealvo) في بحثه عن العلاقة بين الغوغاء المفاجئة (فلاش) والغوغاء الذكية (سمارت)؛ وهي دراسة في الشبكات الاجتماعية طرحت أبرز الأحداث العملية، التي تثبت واقع الغوغاء المفاجئة، ومدى قوتها، وحضورها الاجتماعي، ونجاحها في إحداث تغييرات في المجتمعات، كما ذكر جانيت في بحثه الدوافع، التي تحفز الغوغائيين لتحقيق مطالبهم من خلال أسلوب التجمع الغوغائي المفاجئ.

من أبرز الأمثلة على الأحداث العالمية للغوغاء الذكية، التي ذكرها جانب في 21 يناير 2001م؛ تجمهر أكثر من مليون مواطن فلبيني، وتنظيم خطة لتجمهرهم في موقع ووقت محدد، من خلال إرسال رسائل نصية، مع تحديد زي موحد للمتجمهرين "ملابس سوداء"، والاحتجاج الصامت على الرئيس الفلبيني، جوزيف استرادا؛ لإسقاطه، وبالفعل نجحت مطالبات المتجمهرين في تحقيق الهدف في إسقاطه.

كما أرجع جانب بداية الانطلاق للغوغاء المفاجئة في يناير 2003م عندما نشر المحرر (Bill Wasik) بيل ويسك من مجلة هاربر عدداً من رسائل الإيميل الإلكترونية إلى 200 شخص ليست لديهم معرفة مسبقة ببعض، طلب منهم بيل: (التجمع عند الدور التاسع، في متجر ميسي في مانهاتن، في وقت محدد، ثم السؤال عن سجادة الحب)، وبالفعل، نفذ هؤلاء الأشخاص ما طُلب منهم، واجتمعوا أمام المتجر؛ ما أربك موظفي المتجر، وأثار دهشتهم، وحاولوا جاهدين السيطرة على الوضع من خلال الإجابة عن استفسارات المتجمهرين، التي ركزت جميعها على سجادة الحب، وبعد 10 دقائق بالضبط تفرق الجميع، وكأن شيئاً لم يكن، ووصف العاملون الحدث بالغريب، خصوصاً أن جميع المتجمهرين كانوا من سكان ضواحي نيويورك، وجميعهم سألوا عن شيء واحد في وقت واحد، كانت هذه أول تجربة ناجحة للغوغاء المفاجئة.

بعد ذلك توالى الأحداث، من أبرزها مشية الزومبي، والمحاربة بالمخدرات؛ كل شخص من المتجمهرين معه مخدة يضرب بها الآخرين. وفي تجمهر آخر بمحطة فكتوريا بلندن عام 2006 تجمهر أكثر من 4000 شخص، وحمل كل شخص منهم جهاز تسجيل، وسماعات خاصة به يسمع أغاني يختارها شخصياً دون رفع الصوت (حفلة صامتة). وأرجع جانب أسباب نجاح الغوغاء المفاجئة إلى:

- 1- شعور المشاركين بالسعادة لانتمائهم للمشاركة في أحداث كبيرة.
- 2- تلبية لشغف المغامرة لدى الشباب من خلال عنصر المفاجأة بلفت انتباه العالم لما يقومون به، حتى لو كانت هذه الأعمال مرفوضة وغير مقبولة في المجتمع بالخروج عن المألوف.
- 3- إحساس الغوغائيين بالتكامل والترابط مع أشخاص آخرين يجمعهم أسلوب

وهدف واحد؛ ما يوئد لديهم قوة تحفيزية تدفعهم لإنجاز المهمة التي يعتزمون القيام بها.

### نظرية دوامة الصمت:

تعد نظرية دوامة الصمت نظرية علوم سياسية، اقترحتها نويل نويمان 1974م، وهي واحدة من النظريات التي تؤكد قوة وسائل الإعلام في تكوين الرأي العام، وتهتم برصد آثار وسائل الإعلام على المجتمع، وتعتمد على افتراض رئيس فحواه: أن وسائل الإعلام حين تتبنى آراءً أو اتجاهات معينة خلال فترة من الزمن؛ فإن معظم الأفراد سوف يتحركون في الاتجاه الذي تدعمه وسائل الإعلام، وبالتالي يتكون الرأي العام بما يتسق مع الأفكار التي تدعمها وسائل الإعلام (المزاهرة، 2012م). ويرى (طه، 2017) "أن الأفراد يميلون للتعبير عن آرائهم في حال شعورهم بأن آرائهم تتوافق مع رأي أغلبية الجماعة" (ص.495)، وهنا تلتقي نظرية الغوغاء الرقمية مع دوامة الصمت، في أن هناك منظمات وجهات- وليس وسائل الإعلام فقط- تسعى لترويج أفكارها، وتحقيق أهدافها، من خلال عامة الناس الذين يجهلون الأهداف الحقيقية لهذه الرسائل الرقمية، ولا يسعون للتحقق من المصدر، أو المصادقية لهذه الرسائل، فيسهمون في نشرها من خلال إعادة تدويرها.

### أمثلة ومشاهد من الواقع (قراءات تحليلية من مختصين):

صورة رقم (1)

وفي نفس الإطار يؤكد (الرفاعي، مناقشة خاصة) <sup>(3)</sup> تأتي رسائل الحوثيين على نفس المنهج الإيراني؛ ففي حرب "عاصفة الحزم" تم خلق أحداث وهمية وانتصارات للمليشيات الحوثية في محاولة للتشكيك في قوات التحالف، ورسم صورة سلبية غير صحيحة عن الجنود على الحد الجنوبي من السعودية، وكذلك منظمة داعش الإرهابية التي تحاول- عبر رسائلها- زعزعة الثقة بين الشعوب الإسلامية، وحكامها.

وفي قراءة تحليلية (الغفيلي، قراءة خاصة) <sup>(4)</sup> لصورة تم تداولها بكثافة عبر وسائل التواصل الاجتماعي عن الرئيس الإيراني؛ تُبرز مدى تواضع الإيراني، وحياته البسيطة، وفي المقابل صورة للحكام العرب وحياة النعيم التي يعيشون فيها، في مقارنات مقصودة تصنع صورة إيجابية عن الإيراني، وسلبية عن السعودي... انظر صورة (2).



صورة رقم (2)

واستشهد الغفيلي على انتشار رسالة غوغائية لإثارة الشعب المصري، وتحريضه على السعودية، من خلال اختلاق شائعة تتحدث عن دعم قدمته الحكومة السعودية لأحد مرشحي الرئاسة المحسوبين على نظام الرئيس المصري الأسبق حسني مبارك، وأشارت

3- اتصال هاتفي ومناقشة خاصة بين الباحثة والبروف الأستاذ الدكتور عبد الله الرفاعي عميد كلية الإعلام بجامعة الامام بالرياض سابقاً، حول موضوع الدراسة الحالية والاستشهاد بحوادث مشابهة من الواقع العربي والمحلي.

4- باحث في الإعلام الرقمي والأمن الفكري، قراءة خاصة للأحداث العربية من خلال اتصال هاتفي مع الباحثة.

الرسالة إلى أن باخرة بضائع محملة بقمصان كتب عليها "انتخبوا فلان"، قُدمت من الصين لميناء جدة، ثم توجهت إلى مصر. ويضيف الغفيلي: إن التمعن في هذه الرسالة سيكشف زيفها، خاصة فيما يتعلق بالمصلحة من وصول الباخرة إلى ميناء جدة الإسلامي، ثم إعادة شحنها إلى مصر، ولمَ لم تُشحن مباشرة إلى الوجهة النهائية؟ وهناك الكثير من الرسائل الرقمية المنتشرة، التي يتم تداولها بكثرة بين الناس، وهي ترسم طابعاً سلبياً، فتشوّه صورة الرجل السعودي، أو المرأة السعودية، مقابل تحسين صورة الآخر العربي، أو الأجنبي في تراكمات معرفية وذهنية لدى أفراد المجتمع، وهي سلبية على المدى البعيد... هنا؛ قد تدعم الغوغاء الرقمية الغرس الثقالي وترسيخ صور مؤذية أو غير صحيحة بدون وعي بمخاطر هذه الرسائل الفوضوية ذات البعد العميق على المدى البعيد.

#### المبحث الرابع الإطار المنهجي للدراسة

- الإجراءات المنهجية
- منهج الدراسة
- مجتمع الدراسة
- عينة الدراسة
- الإجراءات المنهجية:  
منهج الدراسة:

تستخدم الدراسة المنهج الوصفي باستخدام أسلوب المسح، ويهدف هذا النوع من الدراسات إلى جمع المعلومات اللازمة لإعطاء وصف لأبعاد أو متغيرات الظاهرة المدروسة؛ وذلك من خلال تحديد ماهية الأشياء. وتتفاوت درجة الوصف المطلوبة من دراسة لأخرى وفقاً لهدف الدراسة وتساؤلاتها (الحيزان، 2010م). في هذه الدراسة تم إعداد استبانة خاصة لقياس متغيرات الدراسة الأساسية، حيث تم قياسها من خلال أربع محاور رئيسية، هي: (المصدر، الانتشار، الأهداف، المصادقية) للرسائل الرقمية المنشورة عبر شبكات التواصل الاجتماعي باستخدام مقياس ليكرت الخماسي.



## مجتمع الدراسة:

هم النخب الأكاديمية والخبراء في الجامعات.

## عينة الدراسة:

تشكلت العينة من مجموعة من أساتذة الجامعات السعودية والعربية المختصين، والخبراء الذين شاركوا في الاستبانة الرقمية، وتمثل نتائج الدراسة وجهة نظرهم، وقد بلغ عددهم 149 أستاذاً جامعياً في عدد من الجامعات؛ وهي: (جامعة الملك سعود، جامعة الإمام محمد بن سعود، جامعة الملك خالد، جامعة الملك عبدالعزيز، جامعة الأميرة نورة، جامعة المجمعة، جامعة الملك فيصل، جامعة نايف للعلوم الأمنية، جامعة القصيم، جامعة أم القرى، جامعة طيبة، RCDP)، والجامعات الخارجية: (الجامعة الأردنية، جامعة الدفاع الوطني، الجامعة الأمريكية للتعليم، جامعة الجزائر، جامعة البحرين، Leicester university, Electrical collage).

## أدوات الدراسة:

تم إعداد استبانة بحثية تناولت أربعة محاور رئيسة حول: (الانتشار، والمصدر، والمصادقية، والأهداف) للرسائل الرقمية، وقد تم عرض الاستبانة على عدد ستة من الأساتذة المحكّمين من ذوي الخبرة والاختصاصات المتنوعة (الإعلامية، والأمنية، والسياسية، والنفسية)، وتم الأخذ بتوجيهات وآراء واقتراحات الأساتذة المحكّمين.

## المبحث الخامس

### النتائج والتوصيات

#### - النتائج

#### - التوصيات

#### نتائج الدراسة

#### خصائص عينة الدراسة:

بلغ عدد الاستبانات المكتملة، التي تم تحليلها وعرض بياناتها في هذه الدراسة 149 استبانة، وهذه عينة مناسبة لتحقيق أهداف الدراسة عن رأي النخب الأكاديمية في مجموعة الجامعات السعودية والعربية... وسيتم عرض النتائج في جداول تكرارية، ونسب مئوية.

يتضمن الجزء الأول من النتائج المعلومات الأساسية عن أفراد العينة من حيث: الجنس، والجامعة، والتخصص، والدرجة العلمية، وسنوات الخبرة، والعمر. أما الجزء الثاني من النتائج؛ فيعرض المحور الأول من الدراسة: عن الرأي حول دور أفراد المجتمع في سرعة انتشار الرسائل الرقمية عبر وسائل التواصل الاجتماعي، والمحور الثاني: يعرض نتائج الرأي حول مستوى وعي أفراد المجتمع بأهداف الرسائل الرقمية، التي يتناقلونها عبر وسائل التواصل الاجتماعي، والمحور الثالث: عن مدى حرص أفراد المجتمع على معرفة المصادر الرئيسية للرسائل الرقمية قبل تداولها، عبر وسائل التواصل الاجتماعي، أما المحور الرابع- والأخير-: فهو عن مدى حرص أفراد المجتمع على التحقق من مصداقية الرسائل الرقمية، التي يتناقلونها عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

المعلومات الأساسية:

يوضح الجدول (1) نوعية جنس المشاركين في عينة الدراسة، حيث بلغ عدد الذكور نسبة (50.3)، ونسبة الإناث (49.7) بفارق بسيط جداً، حيث تقاربت مشاركات الإناث من الذكور.

جدول (1)  
متغير الجنس

الجنس	التكرار	النسبة
ذكر	75	50.3
أنثى	74	49.7
المجموع	149	100

يوضح جدول (2) الجامعات التي ينتمي إليها أفراد عينة الدراسة، حيث بلغ عدد المشاركين من جامعة الملك سعود أعلى نسبة من المشاركات احتلت المرتبة الأولى، حيث بلغ عددهم (43) شخصاً بنسبة (28.85%) من إجمالي المشاركات، واحتلت جامعة الملك خالد المرتبة الثانية بعدد مشاركات (34) بنسبة (22.81%)، تلتها في المرتبة الثالثة جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية بعدد مشاركات (23) شخصاً ونسبة (15.43%)، وجاءت في المرتبة الرابعة جامعة الملك عبد العزيز بعدد مشاركات 13 شخصاً ونسبة (8.72%).

جدول (2)  
متغير الجامعات

الجامعة	التكرار	النسبة
الملك سعود	43	28.85
الملك خالد	35	23.5
الإمام محمد بن سعود الإسلامية	26	17.43
الملك عبد العزيز	13	8.72
جامعات داخلية أخرى	21	14.1
جامعات خارجية	12	8.1
المجموع	149	99.96

وتنوعت مشاركات من جامعات أخرى بنسب قليلة، فبلغت داخل السعودية (23) جامعة بنسبة (15.43%) مشابهة لنسبة مشاركات جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، وجاءت مشاركة عينة الدراسة من الجامعات خارج السعودية عدد مشاركات بلغ 13 مشاركة بنسبة (8.72%) وهي نتيجة مشابهة لنسبة مشاركات جامعة الملك عبد العزيز.

جدول (3)  
متغير التخصص العام

التخصص	التكرار	النسبة
الإنساني	94	63.1
الصحي	27	18.1
العلمي	28	18.8
المجموع	149	99.99

تناول جدول (3) التخصصات العامة لعينة الدراسة من الأساتذة، حيث تصدرت التخصصات الإنسانية المرتبة الأولى في أعلى نسبة بلغت (61.74%)، بتكرار 92 شخصاً، ثم احتلت التخصصات العلمية المرتبة الثانية بفارق بسيط عن التخصصات الصحية بواقع زيادة شخص واحد لصالح التخصص العلمي، وبلغ عدد المشاركين في الاستبانة من التخصص العلمي (29) شخصاً بنسبة (19.46%)، وفي المرتبة الأخيرة عدد المشاركين من التخصص الصحي بلغ (28) مشاركاً بنسبة (18.79%). وجدت الباحثة صعوبة في مشاركة ذوي التخصص الصحي؛ كونهم كثيرون الانشغال

بأعمالهم الأكاديمية والطبية.

جدول (4)

متغير الدرجة العلمية

النسبة	التكرار	الدرجة العلمية
30.87	46	معيد
20.80	31	محاضر
24.16	36	أستاذ مساعد
12.75	19	أستاذ
11.40	17	أستاذ مشارك
99.98%	149	المجموع

تناول جدول (4) الدرجة العلمية لعينة الدراسة، حيث احتلت درجة معيد المرتبة الأولى بتكرار (46) وبنسبة عالية بلغت (30.87%)، تلتها في المرتبة الثانية درجة أستاذ مساعد بعدد (36) شخصاً بنسبة متوسطة بلغت (24.16%)، ثم تلتها في المرتبة الثالثة درجة محاضر بتكرار (31) وبنسبة بلغت (20.80%)، ثم تلتها درجة أستاذ بتكرار (19) وبنسبة متوسطة (12.75%)، واحتلت المرتبة الأخيرة درجة أستاذ مشارك، بتكرار (17) شخصاً وبنسبة بلغت (11.40%) بتوزيع متقارب بين الدرجات العلمية تحقق نتائج أكثر شمولية.

جدول (5)

متغير سنوات الخبرة

النسبة	التكرار	سنوات الخبرة
40.26	60	أقل من 10 سنوات
30.20	45	من 11 إلى 20 سنة
18.79	28	من 21 إلى 30 سنة
10.73	16	أكثر من 30 سنة
99.98	149	المجموع

ويوضح جدول (5) عدد سنوات الخبرة، حيث جاءت أقل من 10 سنوات في المرتبة الأولى، بتكرار بلغ 60 شخصاً ونسبة مرتفعة جداً بلغت (40.26%)، ثم تلتها

بنسبة مرتفعة من 11 إلى 20 سنة في المرتبة الثانية، بتكرار بلغ 45 ونسبة (30.20%)، تلتها في المرتبة الثالثة بدرجة متوسطة من 21 إلى 30 سنة، بتكرار 28 بنسبة بلغت (18.79%)، وجاء في المرتبة الأخيرة وبنسبة متوسطة أكثر من 30 سنة، بتكرار 16 شخصاً، وبنسبة بلغت (10.73)، وتمثل الثلاث فترات من 11 إلى أكثر من 30 سنة خبرة عالية، بواقع مجموع 89 وبنسبة مرتفعة (59.73)؛ ما يجعل الرؤية المستقبلية للدراسة البحثية تحقق نتائج جيدة تخدم الفكرة النظرية بشكل كبير؛ نظراً لطول سنوات الخبرة لعينة الدراسة، ما يحقق أبعاداً واقعية في التصورات الذهنية والواقعية حول الغوغائية الرقمية في المجتمع.

جدول (6)  
متغير العمر

العمر	التكرار	النسبة
من 25 إلى 35 سنة	40	26.8
من 36 إلى 45 سنة	63	42.3
46 سنة فأكثر	46	30.9
المجموع	149	100

يوضح الجدول (6) أعمار عينة الدراسة، حيث احتلت المرتبة الأولى الأعمار من 36 إلى 45 سنة درجة مرتفعة، بتكرار (63) شخصاً ونسبة (42.3%)، وتمثل هذه الفئة العمرية أهم الفئات؛ كونها تجمع بين الخبرة وقربها من سن قوة الشباب، وأقرب إلى الفئة الوالدية المربية؛ ما يجعل رأيها أقرب إلى الوضع الحقيقي الذي يعيشه المجتمع، واحتلت المرتبة الثانية الأعمار (46) فأكثر تكرار (46) شخصاً بنسبة متوسطة (30.9%)، واحتلت الأعمار من 25 إلى 35 تكرار (40) شخصاً وبنسبة متوسطة (26.8%) فتتوزع أعمار عينة الدراسة ما يحقق شمولية في التنوع الفكري حسب المراحل العمرية.

## نتائج الدراسة الميدانية:

## دور أفراد المجتمع في انتشار الرسائل الرقمية:

## جدول (7)

## المحور الأول: التعرف على دور أفراد المجتمع في سرعة انتشارا

## لرسائل الرقمية عبر وسائل التواصل الاجتماعي

م	العبارة	المتوسط	التكرارات والنسب	موافق جدا	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	الإجمالي
1	للمستخدمين دور كبير في سرعة انتشار الرسائل مجهولة المصدر عبر وسائل التواصل الاجتماعي.	4.70	التكرار	114	30	2	2	1	149
			النسبة	76.5	20.1	1.3	1.3	.7	99.88 %
2	يمثل أفراد المجتمع العامل الأكبر في زيادة انتشار الرسائل عبر وسائل التواصل الاجتماعي.	1.33	التكرار	103	43	3	0	0	149
			النسبة	69.1	28.9	2.0	0	0	99.96 %
3	ينشط أفراد المجتمع في تدوير الرسائل التي تناقش قضايا تتعلق بحياتهم عبر وسائل التواصل الاجتماعي.	1.44	التكرار	96	45	4	4	0	149
			النسبة	64.4	30.2	2.68	2.68	0	99.96 %
4	أفراد المجتمع يساعدون في نشر رسائل بطريقة عشوائية غير مقصودة عبر تداولها على المنصات الاجتماعية.	1.56	التكرار	82	56	7	3	1	149
			النسبة	55.0	37.5	4.69	2.01	0.67	99.98 %
5	يساعد أفراد المجتمع في نشر رسائل أعداء الوطن لكسب الشهرة والسبق في النشر.	2.56	التكرار	26	47	49	21	6	149
			النسبة	17.4	31.5	32.9	14.1	4	99.9 %
6	يساعد أفراد المجتمع في نشر رسائل أعداء الوطن لاعتقادهم أنها من الترفيه البريء.	2.70	التكرار	22	52	35	28	12	149
			النسبة	14.8	34.9	23.5	18.8	8.1	100 %
7	يساعد أفراد المجتمع في نشر رسائل أعداء الوطن ونشرها لجهل منهم بالخطر الذي تحمله هذه الرسائل.	1.93	التكرار	57	63	16	8	5	149
			النسبة	38.3	42.3	10.7	5.3	3.4	100 %
8	يساعد أفراد المجتمع أعداء الوطن في نشر سمومهم عبر تداول رسائلهم دون وعي بخطورة ذلك.	1.98	التكرار	53	67	15	9	5	149
			النسبة	35.6	45	10.1	6	3.3	100 %
9	يسهم أفراد المجتمع في ترويج الشائعات بجهل بما قد تترتب عليه من مخاطر قد تمس أمن البلاد وإثارة الفتن.	1.87	التكرار	58	66	15	7	3	149
			النسبة	38.9	44.3	10.1	4.7	2.0	100 %

هدف هذا المحور للتعرف على رأي النخب حول دور أفراد المجتمع في سرعة انتشار الرسائل الرقمية عبر وسائل التواصل الاجتماعي. وقد أظهرت النتائج- كما هو

موضح في الجدول (7) - أن معظم عبارات المحور جاءت بموافقة مرتفعة من معظم عينة الدراسة، حيث حققت العبارة الأولى (للمستخدمين دور كبير في سرعة انتشار الرسائل مجهولة المصدر عبر وسائل التواصل الاجتماعي) عدداً من التكرارات بلغت "موافق جداً" (114) بنسبة (76.5%)، و"موافق" بتكرار 30 شخصاً بنسبة (20.1%)، وفي المقابل نسبة ضعيفة جداً لا تكاد تُذكر "غير موافق" على العبارة بتكرار 3 أشخاص وبنسبة (2%)، لا يهتم غالباً أفراد المجتمعات بمصادر المعلومات والتي قد تلبّي رغباتهم بنشر أخبار تهمهم أو يتطلعون إلى قراءة الجديد حولها من الأخبار.

كما حققت عبارة (يمثل أفراد المجتمع العامل الأكبر في زيادة انتشار الرسائل عبر وسائل التواصل الاجتماعي) تكرار "موافق جداً" (103) أشخاص وبنسبة مرتفعة جداً بلغت (69.1%)، و"موافق" تكرار 43 شخصاً بنسبة متوسطة (28.85%)، وفي المقابل لا توجد إجابات "غير موافق"، وهنا تتمثل أبرز خصائص العالم الافتراضي وهي خاصية التفاعلية التي تسهم بشكل كبير في سرعة انتشار المعلومات والأخبار على شبكات التواصل الاجتماعي. وبلغت العبارة الثالثة (ينشط أفراد المجتمع في تدوير الرسائل التي تناقش قضايا تتعلق بحياتهم عبر وسائل التواصل الاجتماعي) بتكرار "موافق جداً" بلغ (96) بنسبة مرتفعة (64.4%)، و"موافق" بتكرار 45 شخصاً وبنسبة متوسطة (30.2%)، وفي المقابل، نسبة ضعيفة جداً لا تكاد تذكر "غير موافق" على العبارة بتكرار (4) أشخاص وبنسبة (2.68%)، يهتم عادة الجمهور الافتراضي بالأخبار والرسائل القريبة من حياته وعمله واهتماماته فينشط في متابعتها وإعادة تدويرها ونشرها من حوله ومن يشاركه الاهتمامات والمجال نفسه. وبلغت عبارة (يساعد أفراد المجتمع في نشر رسائل أعداء الوطن؛ لكسب الشهرة والسبق في النشر)، نسبة "موافقة" حيث بلغت تكرار "موافق" (73) شخصاً بنسبة متوسطة بلغت (48.9%)، مقابل (27) شخصاً "غير موافق" بنسبة (18.1%) من عينة الدراسة، وهنا من المهم رفع الوعي في طرق التصدي للرسائل الرقمية العدائية وحسن التعامل معها وإيقاف نشرها وتحمل مسئولية نشرها. وجاءت عبارة (يساعد أفراد المجتمع في نشر رسائل أعداء الوطن؛ لاعتقادهم أنها من الترفيه البريء) بتكرار "موافق" بلغ (74) شخصاً وبنسبة مرتفعة بلغت (49.7%)، وفي

المقابل، نسبة متوسطة "غير موافق" على العبارة بتكرار 40 شخصاً ونسبة (26.9٪). كما سبق ذكره في العبارة السابقة مهما كانت الأسباب أو الاعتقادات لا بد من التصدي لكل رسائل رقمية قد تمس الوطن واجادة التعامل معها بإيقاف نشرها.

وجاءت العبارة (يساعد أفراد المجتمع في نشر رسائل أعداء الوطن ونشرها؛ لجهل منهم بالخطر الذي تحمله هذه الرسائل) بتكرار "موافق" 120 ونسبة مرتفعة جداً (80.6٪). وفي المقابل، نسبة ضعيفة جداً لا تكاد تذكر "غير موافق" على العبارة بتكرار 13 شخصاً ونسبة (8.7٪)، هنا يأتي دور الجهات الأمنية بتكثيف الوعي الرقمي وخطورة تمرير أي رسائل عبر شبكات التواصل الاجتماعي ذات علاقة بالوطن إلا بما يخدم الوطن مع أهمية أن تكون من مصادر رسمية.

وجاءت عبارة (يسهم أفراد المجتمع في ترويح الشائعات بجهل بما قد تترتب عليه من مخاطر، قد تمس أمن البلاد وإثارة الفتن) بتكرار "موافق" بلغ 124 شخصاً ونسبة مرتفعة جداً بلغت (83.2٪)، وفي المقابل، نسبة ضعيفة جداً "غير موافق" على العبارة بتكرار 10 أشخاص ونسبة (6.7٪)؛ ما يحتم على المسؤولين ضرورة رفع الوعي المجتمعي حول خطورة تداول ونقل الرسائل الرقمية دون وعي بمحتواها وأهدافها، وبلغت العبارة الأولى: (للمستخدمين دور كبير في سرعة انتشار الرسائل مجهولة المصدر عبر وسائل التواصل الاجتماعي) أعلى نسبة متوسط بين عبارات المحور الأول بلغت (4.70). وقد تكون هذه العبارة أساسية حيث يؤدي الأفراد من عامة الناس دوراً كبيراً في نشر الرسائل الرقمية، لذلك تعتبر الركيزة الأولى والأهم في هذا العالم الافتراضي توعيتهم في حسن التعامل معه، واستشعار أهمية دورهم في فلترة الرسائل قبل نشرها، وتفعيل التفكير الناقد من حيث التمعن في المعنى الخفي للرسالة الرقمية ومصدرها، مع تفعيل الإحساس بالواجب الوطني الكبير والمسؤولية المجتمعية قبل تمرير أي رسالة وإيقاف نشرها، بل ربما تنبيه الآخرين من نشرها بحسب ما يستدعي الزمان والمكان المنشورة فيه.



## المحور الثاني:

وعى أفراد المجتمع بأهداف الرسائل التي يتناقلونها عبر وسائل التواصل الاجتماعي

### جدول (8)

المحور الثاني: التعرف على مستوى وعى أفراد المجتمع بأهداف الرسائل التي يتناقلونها عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

م	العبارة	المتوسط	التكرارات والنسب	موافق جداً	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	الإجمالي
1	يدرك أفراد المجتمع المعاني العامة التي تهدف لها الرسائل قبل نشرها عبر وسائل التواصل الاجتماعي.	3.24	التكرار	5	36	34	66	8	149
			النسبة	3.4	24.2	22.8	44.3	5.4	%100
2	يدرك أفراد المجتمع أيديولوجياً (الخلفية الفكرية) الرسائل قبل نشرها عبر وسائل التواصل الاجتماعي.	3.44	التكرار	4	25	34	74	12	149
			النسبة	2.7	16.8	22.8	49.7	8.1	%100
3	يدرك أفراد المجتمع الأبعاد الدينية التي تهدف لها الرسائل قبل نشرها عبر وسائل التواصل الاجتماعي.	3.12	التكرار	5	39	43	57	5	149
			النسبة	3.4	26.2	28.9	38.3	3.4	%100
4	يدرك أفراد المجتمع الأبعاد السياسية التي تهدف لها الرسائل قبل نشرها عبر وسائل التواصل الاجتماعي.	3.42	التكرار	5	22	36	78	8	149
			النسبة	3.4	14.8	24.2	52.2	5.4	%100
5	يدرك أفراد المجتمع الأبعاد الفكرية التي تهدف لها الرسائل قبل نشرها عبر وسائل التواصل الاجتماعي.	3.42	التكرار	6	23	31	81	8	149
			النسبة	4	15.4	20.8	54.4	5.4	%100
6	يدرك أفراد المجتمع ما يحاك لبلدهم من الأعداء على المنصات الاجتماعية بتمرير رسائل مغرضة تضر الوطن.	3.21	التكرار	5	33	44	59	8	149
			النسبة	3.4	22.1	29.5	39.6	5.4	%100

هدف هذا المحور (للتعرف على مستوى وعى أفراد المجتمع بأهداف الرسائل، التي يتناقلونها عبر وسائل التواصل الاجتماعي) والتعرف على رأي النخب حول مستوى وعى أفراد المجتمع بأهداف الرسائل التي يتناقلونها عبر وسائل التواصل الاجتماعي. وقد أظهرت النتائج- كما هو موضح في الجدول (8)- أن العبارات تنوعت بين درجة الموافقة

والرفض، بحسب كل عبارة، حيث بلغت العبارة الأولى (يدرك أفراد المجتمع المعانى العامة، التى تهدف لها الرسائل قبل نشرها عبر وسائل التواصل الاجتماعى) عدداً من التكرارات بلغت "غير موافق" 74 بنسبة مرتفعة (49.7%)، و"موافق" بتكرار 41 شخصاً ونسبة (27.6%)، وتعتقد الباحثة أن ذلك يعود لطبيعة استخدامات أفراد المجتمع لشبكات التواصل الاجتماعى، التى بغالبها تأخذ الطابع السهل غير الجاد من باب التسلية أو اعتبارها مصادر غير رسمية.

كما حققت عبارة (يدرك أفراد المجتمع أيديولوجياً (الخلفية الفكرية) الرسائل قبل نشرها عبر وسائل التواصل الاجتماعى) تكرار "غير موافق جداً" 91 شخصاً ونسبة مرتفعة بلغت (61.1%)، و"موافق" تكرار 29 شخصاً بنسبة ضعيفة (19.5%)، وبلغت العبارة الثالثة (يدرك أفراد المجتمع الأبعاد الدينية التى تهدف لها الرسائل قبل نشرها عبر وسائل التواصل الاجتماعى) بتكرار "موافق" بلغ (44) بنسبة متوسطة (29.6%)، و"غير موافق" بتكرار 62 شخصاً ونسبة مرتفعة (41.6%)، وتتوافق نتيجة هذه العبارة بما سبقها حيث إن وعي الأفراد منخفض في استقبال وتميرير الرسائل الرقمية التى قد تسيء للدين. وبلغت عبارة (يدرك أفراد المجتمع الأبعاد السياسية، التى تهدف لها الرسائل قبل نشرها عبر وسائل التواصل الاجتماعى) نسبة "غير موافق" مرتفعة، حيث بلغت تكرار 86 شخصاً بنسبة عالية بلغت (57.7%)، مقابل 27 شخصاً "موافق" بنسبة (18.2%) من عينة الدراسة، وجاءت عبارة (يدرك أفراد المجتمع ما يحاك لبلدهم من الأعداء على المنصات الاجتماعية بتمرير رسائل مغرضة الوطن) بتكرار "موافق" بلغ (38) بنسبة متوسطة (25.5%)، و"غير موافق" بتكرار 67 شخصاً ونسبة مرتفعة (45%)، لا زال رأي عينة الدراسة أن أفراد المجتمع لا يعون مضامين الرسائل الرقمية حتى لو كانت تستهدف المساس ببلادهم.

وبلغت العبارة الثانية (يدرك أفراد المجتمع أيديولوجياً (الخلفية الفكرية) الرسائل قبل نشرها عبر وسائل التواصل الاجتماعى) أعلى نسبة متوسط بين عبارات المحور الثاني بلغت (3.44). تؤكد جميع العبارات السابقة بحسب وجهة نظر عينة الدراسة من النخب الأكاديمية انخفاض مستوى وعي أفراد المجتمع في فهم الرسائل

الرقمية وما تحمله من مضامين وأفكار في طياتها وعدم إدراكهم الأبعاد الفكرية والأيديولوجيا التي قد تمس أو تسيء بالوطن أو الدين. ما يتطلب أهمية رفع هذا الوعي لدى عامة الناس ورفع الإحساس بالمسؤولية الاجتماعية وحسن التصرف الأمثل عند استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

المحور الثالث:

حرص أفراد المجتمع على معرفة المصادر الرئيسية للرسائل قبل تداولها عبر وسائل التواصل الاجتماعي:

جدول (9)

المحور الثالث: التعرف على مدى حرص أفراد المجتمع على معرفة المصادر الرئيسية للرسائل قبل تداولها عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

م	العبرة	المتوسط	التكرارات والنسب	موافق جداً	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	الإجمالي
1	يعرف أفراد المجتمع المصادر الرئيسية للرسائل التي يتناقلونها عبر وسائل التواصل الاجتماعي.	3.95	التكرار	3	13	16	73	44	149
			النسبة	2	8.7	10.7	49.0	29.5	99.9%
2	يحرص أفراد المجتمع على معرفة المصادر الرئيسية للرسائل قبل نشرها عبر وسائل التواصل الاجتماعي.	3.89	التكرار	3	12	19	80	35	149
			النسبة	2	8.1	12.8	53.7	23.5	100%
3	يحرص أفراد المجتمع على البحث عن مصادر الرسائل المجهولة المصدر قبل إعادة نشرها عبر وسائل التواصل الاجتماعي.	3.93	التكرار	3	10	17	84	35	149
			النسبة	2	6.7	11.4	56.4	23.5	99.1%
4	يتحاشى أفراد المجتمع نشر الرسائل مجهولة المصدر عبر وسائل التواصل الاجتماعي.	3.73	التكرار	7	13	24	74	31	149
			النسبة	4.7	8.7	16.1	49.7	20.8	100%
5	يستطيع أفراد المجتمع التمييز بين المصادر الصحيحة وغير الصحيحة للرسائل الرقمية.	3.62	التكرار	6	11	39	71	22	149
			النسبة	4	7.4	26.2	47.7	14.8	100%

هدف هذا المحور إلى التعرف على رأي النخب حول مدى حرص أفراد المجتمع على معرفة المصادر الرئيسية للرسائل قبل تداولها عبر وسائل التواصل الاجتماعي. وقد

أظهرت النتائج- كما هو موضح في الجدول (9)- في معظمها نسباً مرتفعة لعبارة "غير موافق"، فجاءت نتائج العبارة (يعرف أفراد المجتمع المصادر الرئيسية للرسائل التي يتناقلونها عبر وسائل التواصل الاجتماعي) بلغت "عدم موافق" 117 بنسبة مرتفعة جداً (78.5%)، و"موافق" تكرر 16 بنسبة ضعيفة (8.9%)، كما جاءت نتائج العبارة (يحرص أفراد المجتمع على معرفة المصادر الرئيسية للرسائل قبل نشرها عبر وسائل التواصل الاجتماعي) بلغت "عدم موافق" 115 بنسبة مرتفعة جداً (77.2%)، و"موافق" بتكرار 15 بنسبة ضعيفة (8.3%)، وحصدت نتائج العبارة (يحرص أفراد المجتمع على البحث عن مصادر الرسائل المجهولة المصدر قبل إعادة نشرها عبر وسائل التواصل الاجتماعي)، حيث بلغت "عدم موافق" 119 بنسبة مرتفعة جداً (79.9%)، و"موافق" بتكرار 13 بنسبة ضعيفة (6.9%)، أما نتائج العبارة (يتحاشى أفراد المجتمع نشر الرسائل مجهولة المصدر عبر وسائل التواصل الاجتماعي) بلغت "عدم موافق" 105 بنسبة مرتفعة جداً (70.5%)، و"موافق" تكرر 20 بنسبة ضعيفة (13.4%)، وجاءت نتائج العبارة الأخيرة في هذا الجزء (يستطيع أفراد المجتمع التمييز بين المصادر الصحيحة وغير الصحيحة للرسائل الرقمية) بتكرار بلغ "عدم موافق" 93 بنسبة مرتفعة جداً (62.5%)، و"موافق" تكرر 17 بنسبة ضعيفة (11.4%)؛ ما يتطلب من المسؤولين وضع آلية وطابع رسمي للرسائل؛ لتكون واضحة لجميع أفراد المجتمع، وليتمكنوا من معرفة المصادر للرسائل الرقمية، ويميزوا بين المصادر الرئيسية الصحيحة، ويحذروا من الرسائل مجهولة المصدر، وما يترتب عليها من احتمالية الشائعات، ونشر الفتن، وبلغت العبارات الثلاث الأولى نسباً متقاربة في المتوسط الحسابي، تقدمتها بنسبة بسيطة العبارة الثالثة (يعرف أفراد المجتمع المصادر الرئيسية للرسائل التي يتناقلونها عبر وسائل التواصل الاجتماعي)، وهي أعلى نسبة متوسط بين عبارات المحور الرابع بلغت (3.95%). وقد تحتم طبيعة تصفح شبكات التواصل الاجتماعي التعامل مع عدد كبير لا يمكن حصره يومياً عدم اهتمام جمهورها من البحث عن المصدر لكل رسالة أو الشعور بالرغبة للعودة إلى مرجعها الرئيس كون الأخبار متلاحقة وتأخذ طابع التسلية أكثر من الجدية.

## المحور الرابع:

التعرف على مدى حرص أفراد المجتمع على التحقق من مصداقية الرسائل التي يتناقلونها عبر وسائل التواصل الاجتماعي:

جدول (10)

المحور الرابع: التعرف على مدى حرص أفراد المجتمع على التحقق من مصداقية الرسائل التي يتناقلونها عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

م	العبارة	المتوسط	التكرارات والنسب	موافق جداً	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	الإجمالي
1	يهتم أفراد المجتمع بمدى مصداقية الرسائل التي يتناقلونها عبر وسائل التواصل الاجتماعي.	3.46	التكرار	5	22	35	73	14	149
			النسبة	3.4	14.8	23.5	49.0	9.4	٪100
2	يحرص أفراد المجتمع على التأكد من مصداقية المواد قبل نشرها عبر وسائل التواصل الاجتماعي.	3.76	التكرار	1	14	25	89	20	149
			النسبة	0.7	9.4	16.8	59.7	13.4	٪100
3	يحرص أفراد المجتمع على عدم تداول الرسائل إلا بعد التأكد من مصداقية محتواها، ثم تناقلها عبر وسائل التواصل الاجتماعي.	3.80	التكرار	3	12	24	83	27	149
			النسبة	2.0	8.1	16.1	55.7	18.1	٪100
4	يدرك أفراد المجتمع مخاطر تداول ونشر الرسائل الرقمية غير الصحيحة.	3.40	التكرار	5	28	33	68	15	149
			النسبة	3.4	18.8	22.1	45.6	10.1	٪100
5	يعرف أفراد المجتمع أن هناك من يعمل بصفة منظمة لبث رسائل رقمية مفروضة، ويسعى لنشرها وترويجها عبر حسابات البسطاء من أفراد المجتمع.	3.13	التكرار	14	32	37	52	14	149
			النسبة	9.4	21.5	24.8	34.8	9.4	٪100

هدف هذا المحور إلى التعرف على رأي النخب حول حرص أفراد المجتمع على التحقق من مصداقية الرسائل، التي يتناقلونها عبر وسائل التواصل الاجتماعي. وقد أظهرت النتائج- كما هو موضح في الجدول (10)- أن عبارات المحور تنوعت، حيث بلغت العبارة الأولى (يهتم أفراد المجتمع بمدى مصداقية الرسائل، التي يتناقلونها عبر وسائل التواصل الاجتماعي) عدداً من التكرارات بلغت "موافق" 27 بنسبة (18.2%)، و"غير

موافق" بتكرار 87 شخصاً بنسبة مرتفعة (58.4%)، وهنا تؤكد نتيجة هذه العبارة عدم اهتمام عامة الناس بمصادقية محتوى الرسائل الرقمية وربما يعود ذلك أن أغلب مستخدميهم تأخذ جانب التسلية.

كما حققت عبارة (يحرص أفراد المجتمع على التأكد من مصداقية المواد قبل نشرها عبر وسائل التواصل الاجتماعي) تكرار "موافق" 15 شخصاً ونسبة منخفضة جداً بلغت (10.1%)، و"غير موافق" تكرار 109 أشخاص بنسبة مرتفعة (73.1%)، زمن العبارة السابقة عدم الاهتمام الذي نتج عنه عدم الحرص في تتبع مصداقية الرسائل من كذبها وتقبل ذلك بلا وعي أو اهتمام. وبلغت العبارة الثالثة (يحرص أفراد المجتمع على عدم تداول الرسائل إلا بعد التأكد من مصداقية محتواها، ثم تناقلها عبر وسائل التواصل الاجتماعي) بتكرار "موافق" بلغ 15 بنسبة منخفضة (10.1%)، و"غير موافق" بتكرار 110 أشخاص بنسبة مرتفعة (73.8%)، ويترتب على ما سبق من عبارات هذا المحور عدم الشعور بالمسؤولية في نشر الرسائل الرقمية وتميرها. وبلغت عبارة (يدرك أفراد المجتمع مخاطر تداول ونشر الرسائل الرقمية غير الصحيحة) تكرار "موافق" 33 شخصاً بنسبة متوسطة بلغت (22.2%)، مقابل 83 شخصاً "غير موافق" على العبارة بنسبة مرتفعة (55.7%) من عينة الدراسة، وهنا تبدأ خطورة عدم الوعي والاهتمام عندما يترتب على نشر هذه الرسائل الرقمية مخاطر قد تمس الوطن أو الدين وغيرها من القيم التي يجب المحافظة عليها. وجاءت عبارة (يعرف أفراد المجتمع أن هناك من يعمل بصفة منظمة لبث رسائل رقمية مغرضة، ويسعى لنشرها وترويجها عبر حسابات البسطاء من أفراد المجتمع) بتكرار "موافق" بلغ 46 شخصاً ونسبة متوسطة بلغت (30.9%)، وتكرار "غير موافق" على العبارة 66 بنسبة مرتفعة بلغت (44.2%)، هنا يتطلب نشر الوعي الأمني والمجتمعي بخطورة تمرير الرسائل الرقمية ذات المضامين السيئة وإيقافها. وبلغت العبارة الثالثة (يحرص أفراد المجتمع على عدم تداول الرسائل إلا بعد التأكد من مصداقية محتواها، ثم تناقلها عبر وسائل التواصل الاجتماعي) أعلى نسبة متوسط بين عبارات المحور الرابع بلغ (3.80%).

## مناقشة النتائج:

جاءت نتائج الدراسة مؤكدةً على فرضية البحث الأساسية حول انتشار الغوغاء الرقمية بين أفراد المجتمع السعودي والعربي، من وجهة نظر النخب في الجامعات السعودية والعربية، وتدلل النتائج على أن أفراد المجتمع يتناقلون الرسائل الرقمية، ويقومون بإعادة تدويرها دون وعي منهم بخطورة ذلك، أو حتى الإحساس بأن هناك منظمات وأعداءً يخططون في الخفاء، ويمررون رسائلهم عبر عامة الناس؛ لتنتشر بين الناس، فتُخدم أهداف هذه المنظمات، سواء كانت أهدافاً (فكرية، أو سياسية، أو دينية، أو اجتماعية، أو ثقافية، أو اقتصادية)، كما يزداد نشاط هذه الرسائل المغرضة وقت الأزمات التي قد تمر بها الأوطان وتستخدم كقوة ناعمة لشن هجمات رقمية للمستهدفة.

لذلك؛ تأمل الباحثة من الجهات الأمنية المسؤولة بذل جهود أكبر في التوجه لزيادة رفع الوعي الأمني الرقمي، ورفع الإحساس بالمسؤولية الاجتماعية لدى أفراد المجتمع، وعدم تمرير أي رسائل رقمية من قبل مستخدمي شبكات التواصل الرقمية، حتى لو كان الأمر من باب المزاح، أو الترفيه البريء، أو رغبة في الظهور، أو الشهرة، والتعامل بحكمة في إيقاف كل رسالة قد تثير شعور أو إحساس بأفكار ضمنية.

## التوصيات:

- أهمية إجراء مزيد من الدراسات العلمية، التي تناقش العلاقات والفروق في فرضية الغوغاء الرقمية، وتطبيقها على عينات مختلفة؛ إذ تمثل هذه الفرضية- حال إثباتها علمياً- انطلاق نظرية من أوائل النظريات العربية الإسلامية في مجال علم الإعلام الأمني الرقمي، وعلم الاجتماع، وعلم شبكات التواصل الاجتماعي الحديث.

- زيادة رفع الوعي لدى أفراد المجتمع نحو المسؤولية الاجتماعية التي تقع عليهم بأهمية عدم تمرير الرسائل الرقمية إلا بعد التأكد من مصداقيتها، ومصادرها، والأهم سلامة أهدافها بما لا يمس الدين والوطن، وأمن المجتمعات، وقيمه.

- وضع آلية أو شفرة أمنية؛ لترميز الرسائل الصادرة من الجهات الرسمية المنشورة على منصات شبكات التواصل الاجتماعية بشعارات وخلفيات يصعب تقليدُها، مع توعية المجتمع بها بروابط يسهل الوصول إليها، مثل العملة الورقية يصعب تزويرها.
- تكثيف الحملات التوعوية من قبل الجهات الإعلامية والأمنية المسؤولة لدى منسوبيها؛ للتشديد على منع تمرير الرسائل الرقمية التي تمس الدين، أو الوطن، أو قيم المجتمع العامة.
- سن قوانين صارمة لكل شخص يمرر أو يعيد تدوير رسائل رقمية على شبكات التواصل الاجتماعي ذات أبعاد تمس الدين، أو الأمن في البلاد، أو تنشر الفتن والشائعات بمستويات متفاوتة في درجة العقوبة، بحسب الضرر المترتب من نشر الرسالة.

#### المراجع:

- المعجم الوسيط.
- إبراهيم مناور السحيمي، شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في تشكيل جماعات الانحراف بين الشباب، دراسة تحليل مضمون، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، 2015.
- أسماء الجيوشي مختار، دور استخدام التنظيمات الإرهابية لمواقع التواصل الاجتماعي في إقناع الأفراد بأفكارها، ورقة علمية مقدمة للندوة العلمية حول دور مؤسسات المجتمع المدني في التصدي للإرهاب، الفترة 26-28/8/2024م، الجزائر.
- السيد عبد المولى أبو خطوة، وأحمد نصحي الباز. شبكات التواصل الاجتماعي وآثارها على الأمن الفكري لدى طلبة التعليم الجامعي بمملكة البحرين. المجلة العربية لضمان جودة التعليم الجامعي، الجامعة الخليجية، 7 (14)، 144-178، 2014م.
- أميرة سمير طه، تعبير الإعلاميين عن آرائهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي، المجلد 16، العدد 3- الرقم المسلسل للعدد 3 يوليو 2017، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مركز بحوث الرأي العام، ص- ص 495-518.
- تركي بن عبد العزيز السديري. 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، 2014م.
- أ. د حمزة بيت المال، مؤتمر الدولي: الإعلام والإشاعة دراسة بعنوان: (المخاطر المجتمعية وسبل المواجهة) دراسة استراتيجية رد المؤسسات على الإشاعات في وسائل التواصل الاجتماعي: دراسة تحليل مضمون.



- جراح فارس العتيبي. استخدام طلاب وطالبات الجامعات السعودية لشبكة الفيسبوك والإشباع المتحققة. رسالة ماجستير غير منشورة. جامعة الملك سعود، الرياض. 2011م.
- د. ذياب موسى البداينة، بحث بعنوان: (استخدام التقنيات الحديثة في الشائعات)، من ندوة علمية بصنعاء بعنوان: (أساليب مواجهة الشائعات مركز الدراسات والبحوث)، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية بالتعاون مع وزارة الداخلية بالجمهورية اليمنية، 1421هـ، 2000م، ص50.
- عبد الرحمن بن عبد الله عبد الرحمن العمري الأبعاد الاجتماعية لاستخدامات المراهقين لوسائل التواصل الاجتماعي دراسة وصفية على عينة من طلبة المرحلة الثانوية بمدينة جدة.
- عبد الكريم علي الديبسي وزهير ياسين الطاهات، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية. دورية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة البتراء، 40 (1)، 43-68، 2013م.
- أ. د محمد عبد العزيز الحيزان، البحوث الإعلامية، أسسها- أساليبها- مجالاتها، الطبعة الثالثة، الرياض، مطبعة سفير، 1431هـ- 2010م، ص24.
- د. منال هلال المزاهرة، نظريات الاتصال، الطبعة الأولى، دار المسيرة، عمان الأردن، 1433هـ 2012م، ص386.
- ياتشيا بنكلر، (ثروة الشبكات: كيف يغير الإنتاج الاجتماعي الأسواق والحرية)، ترجمة: فريج سعيد العويضي.
- المقالات:
- الفوغاء الذكية، من النظريات الإعلامية الحديثة في البيئة الرقمية للناقد والكاتب السياسي الأمريكي (هوارد رينجولد).
- إياد أبو ربيع، الثورة والديمقراطية والفرغوائية، <https://iyadabourabii.wordpress.com>
- جانيت، Janet Montealvo، جامعة تكساس في دالاس، 2012م، [jxm104520@utdallas.edu](mailto:jxm104520@utdallas.edu)
- جريدة الرياض، مقال ناصر الحزيمي بعنوان: (الفرغاء والدهماء) العدد 15865 /1 ديسمبر/2011م <http://www.alriyadh.com/687632>
- جريدة الرياض، أميمة الخميس، مقال (الاستقواء.. بالفرغاء)، الإثنين 23 شوال 1433 هـ - 10 سبتمبر 2012م- العدد 16149.
- د. حسناء القنيعير، مقال (سيطرة الفرغاء على الأرض والفضاء)، الأحد 13 محرم 1427هـ - 12 فبراير، 2006م، العدد 13747.
- أ. د عبد الله الرفاعي، عميد كلية الإعلام والاتصال، جامعة الإمام سابقاً، مناقشة علمية خاصة مع الباحثة حول البحث.
- د. فهد الغفيلي، باحث في الإعلام الرقمي والأمن الفكري، مناقشة علمية تحليلية خاصة مع الباحثة حول البحث.
- الصراف د. خطاب الكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي: سبل المكافحة. أوراق السياسات الأمنية 2 (1)، 01-14. 2022م.

- سعود صالح كاتب، الإعلام الجديد وقضايا المجتمع: التحديات والفرص، المؤتمر الثاني للإعلام الإسلامي 2011.
- مجلة جامعة الملك عبد العزيز: الآداب والعلوم الانسانية، م26ع3 ص ص: -139 171 2018 م.
- دوللي الصراف (2022). خطاب الكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي: سبل المكافحة. أوراق السياسات الأمنية. 01-14, (1) 2.

#### المراجع الأجنبية:

- <https://www.mdpi.com/2225-1154/7/10/122>
- <https://karger.com/bpu/article/50/4-5/595/52515>
- <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0160791X20303730>
- <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2018.10.003>
- Aleksandrina V. Mavrodieva Role of Social Media as a Soft Power Tool in Raising Public Awareness and Engagement in Addressing Climate Chang <https://doi.org/10.3390/cli7100122>
- Charmaine du Plessis Social media crisis communication: Enhancing a discourse of renewal through dialogic content Volume 44, Issue 5, December 2018, Pages 829-838 <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2018.10.003>
- Paul N. Williams COVID-19, social media, and the Role of the Public Physician Volume 50, Issue 4-5 July 2021 <https://doi.org/10.1159/000512707>
- Tugberk Kaya The changes in the effects of social media use of Cypriots due to COVID-19 pandemic Volume63, November 2020, 101380 <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2020.101380>
- AL-Samadi H.I. (2016). The Effect of Social N ETWORKING Sites in Causing Intellectual Deviaion from Qassim University students Perspective. International Journal of Asian social science. 6(11). PP630-5=643.

## References

- Alsuhaymi, I. (2015). shabakat altawasul alaijtimaeii wadawruha fi tashkil jamaeat alainhiraf bayn alshababi, dirasat tahlil madmuni, risalat majistir ghayr manshuratin, jamieat Nayif alearabiat lileulum al'amniat, Alrayad.
- Mukhtar, A. (2024). dawr aistikhdam altanzimat al'iirhabiat limawaqie altawasul alaijtimaeii fi 'iiqnae al'afraad bi'afkariha, waraqat eilmiatan muqadimat lilmadwat aleilmiat hawl dawr muasasat almujtamae almadanii fi altasadiy lil'iirhab, alfatrat 26-28/8/ 2024m, Aljazayir.
- 'Abu khutwa, S. (2014), wa'ahmad nusahiy albazi. shabakat altawasul alaijtimaeii watharuha ealaa al'amn alfikrii ladaa talabat altaelim aljamieii bimamlakat albahrayni. almajalat alearabiat lidaman jawdat altaelim aljamieii, aljamieat alkhalijati, 7 (14), 144-178.
- Taha, A. (2017). taebir al'ielamiyn ean arayihim eabr mawaqie altawasul al'ijtimaeii, almujalad 16, aleedad 3- alraqm almusalsal lileedad 3 yuliu 2017, jamieat alqahirati, kliat al'ielama, murkz buhuth alraay aleami, sa- s 495-518.
- Alsudiri, T. (2014). tawzif shabakat altawasul alaijtimaeii fi altaweiat al'amniat dida khatar alshaayieati: dirasatan mushiatan ealaa aleamilin fi 'iidarat alealaqat aleamat biqitaeat wizarat aldaakhiliati, risalat majistir ghayr manshuratin, jamieat nayif alearabiat lileulum al'amniat, Alrayad.
- Beit Al-Mal, H. (2010). Al mutamar. alduwali: al'ielam wal'iishaeat dirasat bieunwani: (almakhatir almujtamaeiat wasubul almuajahati) dirasat astiratijiat radi almuasasat ealaa al'iishaeat fi wasayil altawasul alaijtimaeii: dirasat tahlil madmunin.
- Aleutaybi, J. (2011). aistikhdam tulaab watalibat aljamieat alsaeudiat lishabakat alfisbuk wal'iishbaeat almutahaqiqati. risalat majistir ghayr manshuratin. jamieat almalik Saeud, Alrayad.
- Al-Badayna, D. (2000). (aistikhdam altiqliaat alhadithat fi alshaayieati), min nadwat eilmiat bisanea' bieunwani: ('asalib muajahat alshaayieat markaz aldirasat walbuhutha), 'akadimiat nayif alearabiat lileulum al'amniat bialtaeawun mae wizarat aldaakhiliat bialjumphuriat alyamaniati.
- Altahat, A. (2013), dawr shabakat altawasul alaijtimaeii fi tashkil alraay aleami ladaa talabat aljamieat al'urduniyati. dawriat aleulum al'iinsaniat walaijtimaeiati, jamieat Albetra, 40 (1).
- Alhayzani, M. (2010). albu huth al'ielamiata, 'asasaha- 'asalibiha- majalatiha, altabeat althaalithati, Alriyadi, matbaeat .
- Almuzahara, Manal. (2012). nazariaat aliatisali, altabeat al'uwlaa, dar almasirati, Amman Al'urdun.
- <https://iyadabourabii.wordpress.com>
- [jxm104520@utdallas.edu](mailto:jxm104520@utdallas.edu)
- <http://www.alriyadh.com/687632>
- katib, Saud. (2011). al'ielam aljadid waqadaya almujtamaei: altahadiyat walfuras, almutamar althaani lil'ielam al'iislami.
- Al-Sarraf, Dolly. (2022). khitab alkarahiat eabr mawaqie altawasul alaijtimaeii: subul almukafahati. 'awraq alsiyasat al'amniat 2 (1) , 01-14..

- <https://www.mdpi.com/2225-1154/7/10/122>
- <https://karger.com/bpu/article/50/4-5/595/52515>
- <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0160791X20303730>
- <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2018.10.003>
- Aleksandrina V. Mavrodieva Role of Social Media as a Soft Power Tool in Raising Public Awareness and Engagement in Addressing Climate Chang  
<https://doi.org/10.3390/cli7100122>
- Charmaine du Plessis Social media crisis communication: Enhancing a discourse of renewal through dialogic content  
Volume 44, Issue 5, December 2018, Pages 829-838  
<https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2018.10.003>
- Paul N. Williams COVID-19, social media, and the Role of the Public Physician  
Volume 50, Issue 4-5  
July 2021 <https://doi.org/10.1159/000512707>
- Tugberk Kaya The changes in the effects of social media use of Cypriots due to COVID-19 pandemic  
Volume63, November 2020, 101380  
<https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2020.101380>
- AL-Samadi H.I. (2016). The Effict of Social N ETWORKING Sites in Causing Intellectual Deviaion from Qassim University students Perspective. International Journal of Asian social science. 6(11). PP630-5=643.

# Journal of Mass Communication Research «J M C R»

A scientific journal issued by Al-Azhar University, Faculty of Mass Communication

---

**Chairman: Prof. Salama Daoud** President of Al-Azhar University

---

**Editor-in-chief: Prof. Reda Abdelwaged Amin**

Dean of Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

---

**Deputy Editor-in-chief: Dr. Sameh Abdel Ghani**

Vice Dean, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

---

## Assistants Editor in Chief:

**Prof. Mahmoud Abdelaty**

- Professor of Radio, Television, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

**Prof. Fahd Al-Askar**

- Media professor at Imam Mohammad Ibn Saud Islamic University  
(Kingdom of Saudi Arabia)

**Prof. Abdullah Al-Kindi**

- Professor of Journalism at Sultan Qaboos University (Sultanate of Oman)

**Prof. Jalaluddin Sheikh Ziyada**

- Media professor at Islamic University of Omdurman (Sudan)

---

**Managing Editor: Prof. Arafa Amer**

- Professor of Radio, Television, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

---

## Editorial Secretaries:

**Dr. Ibrahim Bassyouni:** Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

**Dr. Mustafa Abdel-Hay:** Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

**Dr. Ahmed Abdo:** Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

**Dr. Mohammed Kamel:** Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

---

Arabic Language Editors : Dr. Gamal Abogabal, Omar Ghonem, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

---

- Al-Azhar University- Faculty of Mass Communication.

- Telephone Number: 0225108256

- Our website: <http://jsb.journals.ekb.eg>

- E-mail: [mediajournal2020@azhar.edu.eg](mailto:mediajournal2020@azhar.edu.eg)

## Correspondences

● Issue 73 January 2025 - part 4

● Deposit - registration number at Darelkotob almasrya /6555

● International Standard Book Number "Electronic Edition" 2682- 292X

● International Standard Book Number «Paper Edition»9297- 1110

## Rules of Publishing

● Our Journal Publishes Researches, Studies, Book Reviews, Reports, and Translations according to these rules:

- Publication is subject to approval by two specialized referees.
- The Journal accepts only original work; it shouldn't be previously published before in a refereed scientific journal or a scientific conference.
- The length of submitted papers shouldn't be less than 5000 words and shouldn't exceed 10000 words. In the case of excess the researcher should pay the cost of publishing.
- Research Title whether main or major, shouldn't exceed 20 words.
- Submitted papers should be accompanied by two abstracts in Arabic and English. Abstract shouldn't exceed 250 words.
- Authors should provide our journal with 3 copies of their papers together with the computer diskette. The Name of the author and the title of his paper should be written on a separate page. Footnotes and references should be numbered and included in the end of the text.
- Manuscripts which are accepted for publication are not returned to authors. It is a condition of publication in the journal the authors assign copyrights to the journal. It is prohibited to republish any material included in the journal without prior written permission from the editor.
- Papers are published according to the priority of their acceptance.
- Manuscripts which are not accepted for publication are returned to authors.