مجلة البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر/كلية الإعلام

رئيس مجلس الإدارة: أ.د/ محمد المحرصاوي - رئيس جامعة الأزهر.

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

مساعدو رئيس التحرير:

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

سكرتيرو التحرير:

د/ إبراهيم بسيونى - 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.

مدققا اللغة العربية:

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

المراسلات:

- القاهرة- مدينة نصر - جامعة الأزهر - كلية الإعلام - ت: ٠٢٢٥١٠٨٢٥٦
- الموقع الإلكتروني للمجلة: http://jsb.journals.ekb.eg
- البريد الإلكتروني: mediajournal2020@azhar.edu.eg

- العدد الثاني والستون -الجزء الأول- ذو الحجة ١٤٤٣هـ - يوليو ٢٠٢٢ م
- رقم الإيداع بدار الكتب المصرية: ٦٥٥٥
- الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية: ٢٦٨٢ - ٢٩٢ x
- الترقيم الدولي للنسخة الورقية: ٩٢٩٧ - ١١١٠

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 والتليفزيون 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 العزعزي (اليمن)

أستاذ الإذاعة والتليفزيون 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 والتليفزيون وعميد كلية الإعلام، الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات.

٩. أ.د/ خالد صلاح الدين (مصر)

أستاذ الإذاعة والتليفزيون بكلية الإعلام -جامعة القاهرة.

١٠. أ.د/ رزق سعد (مصر)

أستاذ العلاقات العامة - جامعة مصر الدولية.

قواعد النشر

تقوم المجلة بنشر البحوث والدراسات ومراجعات الكتب والتقارير والترجمات وفقًا 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 مؤتمرًا علميًا.**
- **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 .... وتحتفظ 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.**

جميع الآراء الواردة في المجلة تعبر عن رأي صاحبها ولا تعبر عن رأي المجلة

محتويات العدد

- تأثير الأبعاد الثقافية على تصميم المجلات السياحية وإدراك الشباب المصري لها (مجلة السياحة الماليزية نموذجًا) (دراسة شبه تجريبية) ٩
  أ.م.د/ أسماء محمد مصطفى عرام

- فاعلية استخدام نموذج (وودز) في تطوير الأداء البحثي لدى طلاب الدراسات العليا في الإعلام التربوي (دراسة شبه تجريبية) ٧١
  أ.م.د/ إيمان عز الدين محمد دوابه

- معالجة تقنيات الميتافيرس وشبكات الجيل الخامس في مواقع الصحف العربية والأجنبية «دراسة تحليلية» ١٢٧
  أ.م.د/ سحر عبد المنعم الخولي

- فعالية الأنشطة الاتصالية للجامعات المصرية بالخارج ودورها في تعزيز الأمن الفكري لدى طلابها - الجامعة المصرية للثقافة الإسلامية (نور- مبارك) بكازاخستان أنموذجًا «دراسة تطبيقية» ٢٠١
  د/ ميادة محمد عرفة سيد أحمد

- اتجاهات الجمهور السعودي نحو الدور التوعوي لإدارة العلاقات العامة بوزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان (دراسة مسحية) ٢٦٣
  د/ جارح بن فارس بن عبد الله العتيبي

- اندماج الجمهور في مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيره على الخوف المجتمعي لديهم: دراسة ميدانية في إطار نظرية الغرس الثقافي ٣٢٧
  د/ نسمة عبد الله محمد مطاوع

- أساليب توظيف مواقع التواصل الاجتماعي في جرائم غسيل الأموال والجرائم المرتبطة بها وانعكاسها على تزييف الوعي — ٣٩٥
  د/ محمد مرضي الشمري

- صورة المرأة الرياضية كما تعكسها الأفلام الروائية المصرية والعالمية «دراسة تحليلية مقارنة» — ٤٣٧
  د/ دنيا طارق عبد الوهاب

- الصفحات الرياضية عبر الفيس بوك ودورها في نشر التعصب وخطاب الكراهية — ٤٩٣
  د/ سارة سعيد عبد الجواد

- المعالجة الصحفية لعملية عاصفة الحزم في الصحافة الخليجية الإلكترونية «دراسة تحليلية» — ٥٣٣
  أحمد محمد راشد البوعينين

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

«وقُلِ اعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ إِلَى عَالِمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ»

الافتتاحية

بقلم: الأستاذ الدكتور

رضا عبدالواجد أمين

رئيس التحرير

العدد الثاني والستون من مجلة البحوث الإعلامية الرائدة

الحمد لله والصلاة والسلام على سيدنا رسول الله.

وبعد

نقدم للباحثين خلال عام ٢٠٢٢م والمتخصصين في مجالات الإعلام والاتصال الأعزاء العدد رقم (٦٢) من مجلة البحوث الإعلامية التي تصدرها كلية الإعلام بجامعة الأزهر، متضمنة عددا من البحوث والدراسات المهمة حول عدة قضايا وظواهر حديثة في مجال الإعلام بفروعه المتعددة وموضوعاته الحديثة التي تثير لدى المتخصصين الكثير من التساؤلات، وتمدهم بكثير من النتائج.

ونود الإشارة إلى أننا قمنا في موقع مجلة البحوث الإعلامية بكلية الإعلام جامعة الأزهر بإرفاق ونشر غالبية الأعداد القديمة من المجلة على الموقع الإلكتروني ، حيث يوجد في الموقع ٥٦ عددا منذ أن صدرت المجلة في العام ١٩٩٣م ، ويوجد في الموقع حتى يناير ٢٠٢٢م ٨٧ جزءا من المجلة متوفرا بشكل مجاني على موقع المجلة ، تتضمن ٨٠٥ أبحاث في تخصصات المجلة المختلفة (الصحافة والنشر ، الإعلام الجديد ، الراديو والتليفزيون، العلاقات العامة، الإعلان).

وتشير البيانات الخاصة بالموقع أن عدد قراءة المقالات داخل المجلة (بدون تحميل البحث والاحتفاظ به من القراء) يناهز المائة وسبعين ألف مرة قراءة (١٧٠٠٠٠) وأن عمليات تحميل ملفات ال PDF للبحوث بلغ ثلاثمائة وستة آلاف مرة (٣٠٦٠٠٠) تحميل لبحوث المجلة، وهذه الأرقام تشير إلى أن مجلة البحوث الإعلامية أصبحت واحدة من الروافد المهمة للبحوث العلمية الرصينة في تخصص الإعلام والعلاقات العامة في مصر والعالم ، ولا غنى عنها للباحثين الراغبين في الاطلاع على كل ما هو جديد وجيد في حقل الدراسات الإعلامية.

ومن باب إسناد الفضل لأهله ، فإن الشكر لله تعالى أولا وآخرا ، ثم لفريق عمل المجلة المتميز الذي يواصل العمل ليل نهار لنلتزم بالمعايير الجادة وربما الصعبة أحيانا التي وضعناها باختيارنا للمجلة ، سواء الفريق الحالي أو السابق وكل من كان له دور في أن تصل المجلة لما وصلت إليه اليوم ، والشكر موصول لهيئة التحرير والهيئة الاستشارية من الأساتذة الأفاضل أساتذة الإعلام في مصر والعالم العربي ، وللأساتذة الذين يسهمون في التحكيم المعمى لبحوث المجلة ، من مصر والعالم العربي ، ولكل الباحثين الذين يخبروننا بشكل مستمر عن تفضيلهم للنشر في هذا الوعاء العلمي الجاد .

بقيت معلومة أخيرة أريد أن أقدمها للقراء الأعزاء في هذا السياق ، وهي أننا في المجلة ومنذ أغسطس ٢٠٢٠ حتى ديسمبر ٢٠٢١ (أي عام وأربعة شهور) قمنا برفض عدد ٩٤ بحثا لعدم تطابقها مع معايير المجلة أو بسبب رفض الأساتذة المحكمين لإجازتها وفقا لمعايير النشر في المجلة ، وهو الأمر الموثق والمسجل في النظام الإلكتروني للمجلة ، وفي هذا دلالة على الانتقاء الشديد الذي نقوم به في المجلة عبر مراحل العمل المختلفة حتى لا يجاز للنشر إلا الأبحاث ذات الرصانة والتي تقدم الإضافة العلمية الحقيقية إلى عالم البحوث والدراسات الإعلامية.

ونستلهم من الله تعالى دوام التوفيق، إنه سبحانه الهادي إلى سواء السبيل

والسلام عليكم ورحمة الله وبركاته

أ.د/ رضا عبد الواجد أمين

عميد كلية الإعلام جامعة الأزهر

و رئيس التحرير

م	القطاع	اسم المجلة	اسم الجهه / الجامعة	نقاط المجله يوليو2022	ISSN-P	ISSN-O
1	الدراسات الإعلامية	المجلة العربية لبحوث الإعلام و الإتصال	جامعة الأهرام الكندية، كلية الاعلام	7	2536-9393	2735-4008
2	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	7	2356-914X	2682-4663
3	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الصحافة	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	7	2356-9158	2682-4620
4	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	7	2356-9131	2682-4671
5	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الإعلام	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	7	1110-5836	2682-4647
6	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري	جامعة بنى سويف، كلية الإعلام	7	2735-3796	2735-377X
7	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الرأي العام	جامعة القاهرة،كلية الإعلام، مركز بحوث الراى العام	7	1110-5844	2682-4655
8	الدراسات الإعلامية	مجلة إتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	جامعة القاهرة، جمعية كليات الاعلام العربية	7	2356-9891	2682-4639
9	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث الإعلامية	جامعة الأزهر	7	1110-9297	2682-292X
10	الدراسات الإعلامية	مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط	Egyptian Public Relations Association	7	2314-8721	2314-873X
11	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	جامعة جنوب الوادى، كلية الإعلام	7	2536-9237	2735-4326
12	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث و الدراسات الإعلامية	المعهد الدولى العالى للإعلام بالشروق	6.5	2357-0407	2735-4016

- يتم إعادة تقييم المجلات المحلية المصريه دوريا فى شهر يونيو من كل عام و يكون التقييم الجديد ساريا للسنه التالية للنشر فى هذه المجلات.

اندماج الجمهور في مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيره على الخوف المجتمعي لديهم: دراسة ميدانية في إطار نظرية الغرس الثقافي

The public invovement in social media websites and its effects on their societal fear: A field study in frame of the Cultivation theory

د/ نسمة عبد الله محمد مطاوع

مدرس الصحافة بقسم الإعلام – كلية الآداب – جامعة دمياط

Dr.nesmametawea@du.edu.eg

ملخص الدراسة

بالاعتماد على فرضيات نظرية الغرس الثقافي؛ تطرح هذه الدراسة العديد من القضايا، فقد سعت للتعرف على العلاقة بين اندماج الأفراد في شبكات التواصل الاجتماعي وكثافة تعرضهم لها بمستوى الخوف المجتمعي لديهم، كما سعت لوصف السمات المدركة لهذا الخوف، والكشف عن مدى قوة شبكات التواصل الاجتماعي في جعل الأفراد يدركون واقعهم المحيط بهم، من خلال بناء عدة مقاييس لقياس مستوى الخوف، ومستوى إدراك المبحوثين للواقع من خلال اندماجهم في شبكات التواصل الاجتماعي. وقد اعتمدت الدراسة منهج المسح، واستعانت بأداة الاستبانة الإلكترونية لجمع البيانات من المبحوثين، وهم عينة متاحة من الجمهور المصري المستخدم لشبكات التواصل الاجتماعي، وقد أثبتت نتائج الدراسة العلاقة الطردية بين اندماج المبحوثين في شبكات التواصل الاجتماعي ومستوى الخوف المتشكل لديهم كنتيجة لهذا الاندماج، كما كشفت عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين من حيث السن والنوع والمستوى التعليمي على مقياس الخوف المجتمعي المتشكل لديهم.

الكلمات المفتاحية: الاندماج - شبكات التواصل الاجتماعي – الخوف – نظرية الغرس الثقافي.

Abstract

Based on the assumptions of Cultivation theory, This study raises many issues, as it sought to identify the relationship between the integration of individuals in social networks and the intensity of their exposure to them with the level of societal fear they have, and also sought to describe the perceived features of this fear, and to reveal the extent of the power of social networks in making individuals aware of their reality around them, By building several scales to measure the level of fear, and the respondents' awareness of reality through their integration into social networks. The study adopted the survey method, and used the electronic questionnaire tool to collect data from the respondents, who are an available sample of the Egyptian public who uses social networks. The results of the study demonstrated the direct relationship between the respondents' integration into social networks and the level of fear formed by them as a result of this integration, and also revealed the existence of statistically significant differences between the average scores of the respondents in terms of age, gender and educational level on the scale of societal fear formed by them.

Key words: involvement - social networks - Cultivation theory - Fear

مقدمة:

شهدت المجتمعات الإنسانية على مر العصور أشكالًا كثيرة من الخوف، ومع ذلك فإن الخوف الذى يشهده المجتمع المصرى في الآونة الأخيرة خوف غير مسبوق، من حيث سرعة انتشاره، وتنوع مصادره، وتعدد أسبابه، وتباين دوافعه، وقد ساعد على نشر الخوف أهم المؤسسات الاجتماعية في العصر الحالى، وهى شبكات التواصل الاجتماعى، بعد أن أصبحت شبكة مجمعة تحتوي على صفحات لمختلف وسائل الإعلام التقليدية والحديثة من جهة ولصحافة المواطن من جهة أخرى، لما لها من خصائص تفاعلية جذبت إليها الجمهور بمختلف فئاته، فهى لم تعد فقط مصدراً من مصادر المعلومات التى يحصل منها الأفراد على شتى المعلومات، بل أصبحت جزءاً لا يتجزأ من الحياة اليومية، ما أدى إلى ارتباط الأفراد بها واندماجهم فيها، خاصةً في ظل سهولة التعرض لها من خلال تطبيقات هذه الشبكات على الأجهزة المحمولة. ويعد الإندماج أحد بعدي الارتباط بالشبكات الاجتماعية، أما البعد الثانى فيتعلق بالجانب التقنى كسهولة الاستخدام ومرونته[1]، كما يعد الاندماج حالة تفاعل في المحتوى المتاح على المنصة الاجتماعية، أى حالة لها أبعاد شخصية ومعرفية واجتماعية وتتطلب يقظة ذهنية وتمثيلا معرفياً، وهو جزء من الارتباط بشبكات التواصل الاجتماعى[2]. ويعد الاندماج في المنصة الاجتماعية مفهوماً سيكولوجياً فهو حالة سيكولوجية تشير إلى الأهمية والصلة الشخصية التى يمنحها المستخدم للشبكة الاجتماعية[3].

ويفوق ارتباط الأفراد واعتمادهم على شبكات التواصل الاجتماعى أى اعتماد آخر على أية وسيلة إعلامية أخرى؛ فقد أصبحت مواقع التواصل عين الفرد وسمعه، ومصدراً رئيساً يكتشف من خلالها أخبار عائلته وأقربائه وأصدقائه، وكذلك أخبار العالم كله، وما يدور فيه من خبايا وأحداث اجتماعية، وغيرها، فتكون بذلك زيارة تلك المواقع والتفاعل معها أمراً لا بُدَّ منه، فضلًا عن ذلك، قدرتها على الحراك ومخاطبة القسم

الأعظم من التكوين الاجتماعى، فهى تعمل على توجيه سلوكهم، وتيسر تفاعلهم الاجتماعى، وهى التى ترسم لهم الخطوط العامة في تعاملهم مع المواقف الطارئة، من خلال ما تقدمه لهم من معارف ومعلومات وخبرات، وهى التى تعمل، أيضاً، على ترفيههم، وتسليتهم، وهى التى تتوسط بينهم وبين العالم الاجتماعى الخارجى الذى لا تطاله تجاربهم وحواسهم بشكل مباشر، فهى تشكل رؤيتهم لهذا العالم، وهنا يتجلى دورها البارز وأهميتها الاستثنائية، ومن هنا فإن لوسائل الإعلام الاجتماعية الفرصة، إما لإثارة الخوف، أو أنها ستكون الأداة المستخدمة لإخماد هذا الخوف، ومن أجل اعتبار قضية ما ذعر إخلاقى يجب أن يوجد مستوى من الخوف لحدث أو سلوك له تأثير سلبى على المجتمع، فمن خلال وسائل التواصل الاجتماعى يمكن أن تُستهلك القصة أولًا من خلال المنتديات الإعلامية، ثم يتم توسيعها في وسائل الإعلام الاجتماعية، ثم تكتسب زخماً من خلال تعليقات غير منقحة وآراء غير مراقبة، هذه التعليقات يمكن أن تستهلك من قبل أشخاص آخرين وتتحول إلى أفكار جديدة مختلفة، ومن ثمَّ تنشأ حالة من الخوف[4].

كما تعمل مؤسسات عديدة وأنظمة سياسية مختلفة على تصنيع ثقافة الخوف ونشرها بطريقة مقصودة من أجل تحقيق أهداف خاصة ومصالح ذاتية، فمثل هذا التصنيع والإنتاج هو برأيهم سياسة من نوع خاص، أطلقوا عليها سياسة "المتاجرة بالخوف والذعر" (Fear mongering)، إذ يتحول الخوف في هذا النوع من السياسة إلى سلعة تباع وتشترى كبقية السلع، تُدر على مصنعيها أموالًا طائلة، قد لا تدره عليهم السلع الأخرى[5].

ونظراً لتعاظم تأثير شبكات التواصل الاجتماعى، التى أصبح الجمهور يتابع من خلالها الأخبار السلبية من الحوادث والجرائم المتعددة والمتنوعة على مختلف المستويات، وهذا الدفع المتوالى من الأخبار بمشاعر الخطر المستمرة، مما قد يفقدهم الإحساس بالأمان ويؤدى لتحريف استجابتهم في الأمور العادية والتصرف بطرق غير عادية، من خلال التغطيات الإعلامية التى تحمل نبرة عالية من بثّ المخاوف والرعب، وتشحن المشاعر وتفرغ الطاقات، وتكرر نشر السلبيات، بعضها يعمل على وضع مقترحات وحلول وتفادى لتلك السلبيات، وبعضها الآخر يعتمد نشر الأخبار السلبية دون وضع مقترحات جادة، وبذلك تؤثر سلباً على جمهور المتلقين، فضلًا عن مناقشة أمور غير مثبتة علميا وكأنها حقائق يسهم في نشر الشائعات وبث الخوف بين المواطنين، وحتى نقف على ما

يصنعه الإعلام المعاصر وما تقوم به وسائط التواصل الاجتماعى من أدوار بعضها مغرق في إشاعة الخوف والذعر؛ تسعى الدراسة إلى رصد واستكشاف مدى العلاقة بين اندماج الجمهور في شبكات التواصل الاجتماعية المختلفة وشعورهم بالخوف تجاه ما يحدث في المجتمع من أحداث وقضايا وأخبار سلبية على المستويات كافة.

شبكات التواصل الاجتماعى والخوف المجتمعى:

يشير مصطلح ثقافة الخوف في الطروحات السوسيولوجية، إلى تلك الحالة من مشاعر الخوف المهيمنة على الخطاب الثقافي في المجتمعات المعاصرة؛ حيث يستبطن الفرد في هذه المجتمعات تلك الحالة عبر عملية تمثل واستدماج جماعى لمصدر مشترك للخوف، ومن هذا المنطلق يشكل الخوف "حالة عامة" تهيمن على شبكة علاقات الأفراد الاجتماعية في المجتمعات المعاصرة، وتسيطر على مجريات حياتهم اليومية فيها[6].

وقد سعى الباحثون إلى التمييز بين مصطلحى الخوف والقلق، اللذان يُستخدمان أحيانًا بشكل متبادل رغم أنهما غير مترادفين، فالخوف هو أحد مكونات القلق، الذى قد يتكون عندما يرى الأفراد حدثًا يهدد المجتمع أو سلامتهم[7].

ولم يكن الخوف لينتشر بهذه السرعة في المجتمعات المعاصرة، ويتحول إلى حالة ثقافية عامة تتغلغل في تفاصيل الحياة اليومية لولا تلك القدرة التى تتمتع بها وسائل الإعلام الحديثة في هذا المجال، إذ عملت هذه الوسائل على تصنيع الخوف، ونشره، وتعميمه، وعولمته بفاعلية فائقة وبسرعة مذهلة، فلم يسبق أن عرفت المجتمعات في الماضى البعيد، أو حتى القريب، مخاوف بهذا القدر الذى عرفته المجتمعات المعاصرة، فقط حوَّلت تلك الوسائل الخوف من كونه حالة فردية يشعر بها الفرد إلى حالة جماعية عامة تسم العلاقات الاجتماعية بكل أبعادها، مشكلة ثقافة من نوع خاص اتفق على تسميتها ثقافة الخوف (Culture of Fear)[8]. وفي هذا الصدد، بيَّنت دراسة (حلمى خضر، 2008م)[9] أن المؤسسة الإعلامية تقوم بشكل متعمد ومدروس بإنتاج الخوف وتصنيعه في المجتمع لتحقيق عدة أهداف أهمها: دفع الأفراد للقيام بسلوكيات معينة، وصرف انتباه الناس عن القضايا الجوهرية في المجتمع، وزيادة السيطرة الاجتماعية على الأفراد.

وأما الأساليب التى تلجأ إليها المؤسسة الإعلامية في نشر الخوف في المجتمع، فهى كثيرة ومتنوعة، أيضًا، وأهمها: الحذف، والتشويه، والمبالغة، والتضليل، والاستخدام المكثف للصور المتقابلة لأطراف الصراع، ويعد استخدام استمالات التخويف في المحتوي

الاتصالى إستراتيجية اتصالية شائعة للقيام بسلوك ما يحدده العائد المتوقع وكفاءة الفرد في القيام بالسلوك[10]، وهو ما يعنى أن هذه الاستمالات قد تكون دافعاً لتغيير السلوك في حالة توافر متغيرات وسيطة، مثل الوعى بخطورة الموقف، والقدرة على القيام بسلوك مرغوب (Ruiter et al, 2014)[11].

وينقسم إعلام الخوف إلى نوعين: الأول: عفوي غير مقصود، وإن تسبب في مشكلات، لكنه حاضر لتصويب مساره حال اكتشاف انحراف طريقه، إذ ليس وراءه أهداف ما ورائية لا تغيب عن ناظرى أحد من الوطنيين الحقيقيين، الثانى: إعلام منحرف عن عمد وعن قصد، ليس الهدف منه توعية الجماهير الغفيرة، أو صون الأنفس البشرية، بل هدم الدول على رؤوس أبنائها[12].

وفي تفسير أسباب ظهور هذه الثقافة في المجتمعات المعاصرة، وبخاصة العربية؛ انقسمت الاتجاهات إلى اتجاهين رئيسين، إذ يرى أصحاب الاتجاه الأول، الذي يتزعمه عالم الاجتماع (فرانك فيوردي)، أن الخوف حالة مشاعرية طبيعية لا يقتصر وجودها على المجتمعات المعاصرة، بل هي حالة رافقت الإنسان على مر العصور في جميع المجتمعات، ولا يستثنى من ذلك مجتمع دون آخر، ومن هذا المنطلق لا يشكل الخوف حالة جديدة وطارئة على هذه المجتمعات، بل هو حالة تظهر وتستجد بشكل تلقائي عفوي كلما استدعت الضرورة ذلك، بينما يرى أصحاب الاتجاه الآخر أن الخوف بالشكل الذي هو عليه في المجتمعات الغربية، وبالكثافة التي يهيمن فيها على الخطاب الشعبي والرسمي في هذه المجتمعات، يتجاوز الحد الطبيعي للخوف الموافق للإنسان الذي يتحدث عنه "فيوردي"، إنه خوف برأيهم يتعدى الحيز الخاص للفرد إلى الحيز العام ليشكل برأيهم ظاهرة ثقافية جديدة ومن نوع خاصة في المجتمعات المعاصرة[13].

وتظهر العلاقة بين وسائل الإعلام وصناعة الخوف وقت اجتياح وباء الإيبولا لغرب إفريقيا في 2014م، ففي الوقت الذي أسهم فيه الإعلام المحلي في نشر الوعي وطرق الوقاية بين المواطنين الذين ليس لهم إتاحة استخدام للإنترنت وشبكات التواصل الاجتماعي، نجد أن منصات التواصل الاجتماعي نشرت الرسائل التي تتسم بالمبالغة وعدم التوازن، وتضمن بعضها حلولًا خطيرة وغير مهنية خلقت مناخًا من الخوف بين المواطنين في الدول الأخرى ومنها الولايات المتحدة، وصاحبها عدم نشر الوعي الكافي بطرق الوقاية[14].

وباجتياح العالم جائحة كورونا، سيطرت تغطيات الفيروس المستجد على المشهد الإعلامى، وأصبح لها الأولوية في استغلالها لنشر الذعر والخوف، وأصبح هناك سيل منهمر من الأخبار والمتابعات والتقارير والتطورات التى تحمل تفاصيل كل ثانية، لكل جزء من العالم، وبجانب وسائل الإعلام التقليدية، ترسل وسائل التواصل الاجتماعى إشعارات متواصلة تعج بالتعليقات والأخبار وربما الشائعات؛ إذ يلجأ كثير من مقدمى المحتوى الإخبارى والمواقع والصفحات الهادفة للتربح إلى اعتماد أسلوب الإعادة والتكرار والتركيز على الممارسات الخاطئة لسد فراغ الوقت اليومى دون تقديم نصائح محددة واضحة، بعيداً عن دور الإعلام الذي يجب أن يرتبط بتثقيف الجمهور وتقديم الحقائق واضحة، طبقًا لما أقرته منظمة الصحة العالمية، واستنادًا إلى البيانات العلمية.

مراجعة التراث العلمي:

بدأ اهتمام الباحثين مبكراً بدراسة تأثير وسائل الإعلام بشكل عام على إثارة مخاوف الجمهور، ففي عام 1999م استهدفت دراسة (Burns & Crawford, 1999)[15] التعرف على الدور الذي يمكن أن تقوم به وسائل الإعلام في نشر الفزع والخوف بين الجمهور، وذلك عقب تعرض إحدى مدارس الولايات المتحدة الأمريكية لأحداث إطلاق نار داخلها، وبتحليل مضمون الصحف آنذاك بالتطبيق على 50 صحيفة محلية داخل الولايات المتحدة تبين قيام وسائل الإعلام بدور فعَّال في إثارة الخوف لدى الجمهور.

ثم توالت الدراسات بعد ذلك للتطرق إلى بحث المعالجة الإعلامية للإنترنت بشكل عام كوسيلة تكنولوجية حديثة والمخاوف التي أثارتها الصحف بشأنها، فعملت دراسة (Cavanaugh،2007)[16] على الربط بين نظريتي التهديدات المجتمعية ومجتمع المخاطر بوصفها من المداخل التي تقيس دور وسائل الإعلام في الدعم والترويج للخوف والقلق بين الجمهور العام، وخلصت إلى أن نماذج التهديدات المجتمعية محكومة بآليات اجتماعية جديدة تربط بين مخاوف الأفراد والمخاوف التي تثيرها وسائل الإعلام، وتعددت الدراسات التي تناولت تأثير عامل الخبرة المباشرة مع الأزمة في إدراك الأفراد لها وتأثرهم بكل ما يقدم عنها في مقابل نظرائهم ممن لم يتعرضوا للأزمة أو المشكلة بشكل مباشر.

وواصل الباحثون جهدهم لدراسة تطورات الشبكة العنكبوتية وتأثيراتها المختلفة على خلق دوافع الخوف لدى الجمهور، فظهر مؤخراً عديد من الدراسات التي حاولت

الكشف عن دور الشبكات الاجتماعية على إثارة الخوف بأنواعه ومستوياته، فجاءت **دراسة (فلورا إكرام، 2022م)**[17] لتبحث في العلاقة بين أخبار جرائم الأسرة في عينة من المواقع الصحفية المصرية ومشاعر الخوف لدى جمهورها، وذلك من خلال دراسة تحليلية لأخبار جرائم الأسرة في الموقعين، التي تمثلت في 187 خبرًا بموقع المصري اليوم، و233 خبرًا في بوابة الأخبار الإلكترونية بإجمالي 420 خبرًا، واستعانت أيضًا بأداة الاستبانة الإلكترونية، بالتطبيق على عينة عمدية متاحة من متابعي أخبار جرائم الأسرة بالمواقع محل الدراسة تتمثل في 203 مفردات. وتوصلت الدراسة إلى أن أكثر أسباب متابعة هذه الجرائم هو أخذ الحيطة من أخطار الجريمة، وارتفاع درجة تأثير متابعة هذه الجرائم على مشاعر الخوف والسلوكيات الناتجة عنه لدى الجمهور. **واستهدفت دراسة (سمر عز الدين، 2021م)**[18] الكشف عن العلاقة المحتملة بين مستويات القلق (عال، متوسط، منخفض) ومعدل التعرض لشائعات كورونا على مواقع التواصل الاجتماعي لدى عينة من الشباب المصري، وهي دراسة وصفية ميدانية جرى تطبيقها على عينة قوامها (238) شابًا في سن 18 إلى 45 عامًا، وتوصلت إلى وجود علاقة ارتباطية بين معدل التعرض لشائعات كورونا ومستويات القلق لدى الجمهور، وكذلك وجود علاقة بين معدل اعتماد الجمهور عليها ومستوى القلق لديهم.

وفي إطار الدراسات التي سعت إلى البحث حول نشر الإعلام لثقافة الخوف، استهدفت دراسة (shi, 2018)[19] بحث العلاقة بين تغطية أخبار الجريمة ونشر الخوف بين الجمهور، وطبقت الدراسة على عينة قوامها 398 طالبًا مغتربًا في 9 جامعات أمريكية، وتوصلت إلى أنه كلما تعرض الطلاب لأخبار الجريمة على مواقع التواصل الاجتماعي ازدادت مخاوفهم من الجريمة في الولايات المتحدة.

وكذلك دراسة (Steven A. Kohm, et al., 2012)[20] التي حاولت رصد تأثير مضامين الجريمة في زيادة معدلات الخوف والقلق من الجريمة ومخاطرها، وتوصلت الدراسة إلى أن وسائل الإعلام تميل إلى ممارسة نطاق أوسع من التأثير على خوف الطلاب الأمريكيين من الجريمة.

وفيما يتعلق باختبار أثر بعض المتغيرات الوسيطة على العلاقة بين التعرض لمواقع التواصل والإصابة بالقلق والتوتر والاكتئاب، استهدفت دراسة (Hughes S., 2018)[21] تفسير العلاقة بين متغير العمر والوقت الذي يمضيه المستخدم كل يوم أمام مواقع التواصل الاجتماعي ومستويات القلق، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي

الكمي، وطُبقت على عينة مكونة من 73 مفردة، وأوضحت النتائج وجود علاقة إيجابية ذات دلالة بين استخدام عدد من منصات التواصل الاجتماعي وحدوث الأعراض الثلاثة (الإحباط، والتوتر، والقلق)، بينما لا توجد علاقة دالة بين حدوث تلك الأعراض وكل من متغير العمر ومتغير معدل الاستخدام لمواقع التواصل، وفي الإطار ذاته، استهدفت دراسة (**أسماء بنت فراج بن خليوي**، 2017م)[22] رصد العلاقة بين مواقع التواصل الاجتماعي وبعض الاضطرابات النفسية (الاكتئاب -القلق - الانطواء) لدى طلبة الجامعة، وطبقت الدراسة على عينة عشوائية من طلبة جامعة شقراء مكونة من 210 طلاب، موزعة على أربع كليات في شقراء بالمملكة العربية السعودية، تراوحت أعمارهم من 20- 22 سنة، واستخدمت الدراسة المنهج الارتباطي التحليلي وعدداً من الأدوات، منها: مقياس التواصل الاجتماعي، ومقياس الشعور بالوحدة النفسية، ومقياس للاكتئاب، ومقياس للقلق الصريح الظاهر، وأظهرت النتائج وجود علاقة ارتباطية طردية موجبة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي و(الاكتئاب، والقلق، والانطواء) لدى طلبة الجامعة، ووجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الطلاب الذكور والإناث في إصابتهم بالقلق نتيجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لصالح الذكور.

وفي المقابل أشارت **دراسة** (Yu et al, 2016)[23] التي استهدفت بحث العلاقة بين معدل إدمان مواقع التواصل الاجتماعي والاستقرار النفسي للفرد، من خلال التطبيق على 395 من الطلاب الصينين في عمر 17 إلى 27 سنة؛ إلى أنه كلما قلَّ معدل إدمان مواقع التواصل الاجتماعي زاد معدل شعورهم بالكفاءة الذاتية، وزاد شعورهم بالاستقرار النفسي، فيما أشارت دراسة (**أمل بدر**، 2014م)[24] إلى العكس من ذلك؛ فمن خلال استهدافها التعرف على الآثار الثقافية والنفسية لاستخدام الشباب الخليجي لمواقع التواصل الاجتماعي، توصلت إلى أن استخدام الشباب الإماراتي لهذه المواقع حقق لهم نوعاً من الاستقرار النفسي والتخلص من القلق، وذلك بالتطبيق على عينة من الشباب الخليجي من دولة الإمارات العربية المتحدة قوامها 300 طالب وطالبة باستخدام الاستبانة أداة لجمع البيانات.

كما ظهرت عديد من الدراسات التي تؤكد كثافة التعرض لوسائل الإعلام وإثارة المخاوف لدى الجمهور، ومنها دراسة (Allcott ،٢٠١٩)[25] التي اهتمت ببحث العلاقة بين استخدام مواقع التواصل والشعور بالغضب والخوف الاجتماعي، وخلصت إلى أن زيادة معدلات استخدام هذه المواقع يؤدي إلى رفع معدلات عدم الرضا والغضب من الواقع

الاجتماعي والخوف من الاندماج به، وكذلك دراسة (Wollebæk،2019)[26]، التي بحثت العلاقة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والإصابة بأعراض الخوف الاجتماعي، وتوصلت إلى وضوح دور هذه المواقع في زيادة فرص الإصابة بأمراض الخوف من الفقد الاجتماعي، ودراسة (Furedi, 2018)[27] التي أشارت إلى أن وسائل الإعلام الجديد تؤثر بصورة منفردة على خلق وإثارة دوافع الخوف، وذلك بتلقي الجمهور لأخبار الكوارث أولًا بأول عبر هواتفهم النقالة، وهو ما يجعلهم وكأنهم منغمسين في الحدث نفسه، وذلك بسبب توافر أشكال التفاعل مع الحدث وقدرتهم على التعبير، وتشير هذه النتيجة إلى أن عمق الانغماس في شبكات التواصل الاجتماعي يؤثر على خلق دوافع الخوف لدى الجمهور، ونذكر في هذا الإطار عديدًا من الدراسات، مثل دراسة (**أبو بكر حبيب، 2017م**)[28]، التي أشارت إلى تزايد درجة إحساس الجمهور بالمخاطر المجتمعية بزيادة مستوى التعرض للمضامين المتعلقة بالأوضاع الاقتصادية في مصر عبر المواقع الإلكترونية للصحف، وذلك بتطبيق الدراسة على عينة عشوائية غير منتظمة من الجمهور المصري من سن 15 سنة قدرها 450 مفردة، فيما أشارت دراسة Rieger, (Hofer, 2017)[29]، التي بحثت في العلاقة بين الدراما وإثارة الخوف من الموت؛ إلى أن الأفلام الدرامية الهادفة تساعد على التكيف مع فكرة الموت والمخاوف التي تهدد الذات، وذلك بتطبيق دراسة تجريبية على 130 فردًا.

وكذلك ظهرت عديد من الدراسات التى حاولت إيجاد العلاقة بين التعرض لشبكات التواصل الاجتماعى والخوف من الأمراض، فجاءت دراسة Ahmed, Murad, (2020)[30] للكشف عن مدى تأثير التعرض لوسائل التواصل الاجتماعي على إثارة الخوف من فيروس كورونا، بتطبيق الدراسة على 516 مفردة من العراق وكردستان، وتوصلت إلى وجود علاقة بين التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي، وبخاصةً موقع فيس بوك، وإثارة الخوف والتأثير العقلي والنفسي السلبي. **وكذلك دراسة إيناس عبد الحميد، 2020م**)[31] التي طرحت عديدًا من القضايا، من أهمها التعرف على مدى استخدام شبكة فيس بوك استمالات الخوف وقت انتشار جائحة الكورونا، كما قدمت الدراسة تفسيرات لأنماط التغير في السلوك وقت انتشار خطر فيروس الكورونا في ظل نظرية دافع الحماية، التي بناءً عليها يتحدد سلوك الفرد وفقًا لتقييمه لشدة الخطر واحتمال تعرضه له، ومعتقداته حول فاعلية السلوكيات المطروحة لتجنب الخطر وقدرته على القيام بها، وقد اعتمدت الدراسة في جمع بياناتها على المنهج الكمي والكيفي من خلال

تطبيق استمارة استقصاء، وإجراء مجموعات النقاش المركزة، وجاءت أهم نتائج الدراسة لتؤكد أنه من أهم دوافع إدراك المبحوثين للخطر تعرضهم لقصص وأخبار سلبية على شبكة فيس بوك، مثل عدم وجود أماكن بالمستشفيات، وعدم توافر العلاج اللازم، وأن الإصابة بالفيروس تؤدي للوفاة.

كما تعددت الدراسات التى تناولت تأثير التعرض لشبكات التواصل والخوف من المظهر الخارجى، فبحثت دراسة (Lee et al,2014)[32] العلاقة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وشعور المستخدم بالرضا عن صورة الجسد، وأثر ذلك على شعوره بالهدوء والاستقرار النفسي، وبتطبيق الدراسة على عينة قوامها 502 من الولايات المتحدة الأمريكية، و518 مبحوثًا من كوريا، باستخدام الاستبانة أداة لجمع البيانات؛ توصلت إلى أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على معلومات عن الجسد يرتبط سلبيًا بالشعور بالقلق وعدم الاستقرار النفسي، أما دراسة (Richard M. Perloff, 2014)[33] فحاولت تحري تأثير استخدام موقع الانستجرام على صورة الجسد لدى الفتيات وإدراكاتهن حول ذواتهن، وعبر تحليل من المستوى الثاني للدراسات التي أجريت في الولايات المتحدة الأمريكية عن ذلك، أكدت النتائج وجود ارتباط بين كثافة تعرض الفتيات لهذه الوسائل الاجتماعية وإدراكاتهن عن الذات، وكذلك عاداتهن الغذائية، حيث تتأثر الفتيات بطبيعة الصور المثالية لمقاييس الجمال عبر المنصات الاجتماعية. وهو ما أكدته حديثًا دراسة (Bannett, et al, 2020)[34] من وجود علاقة بين الخوف من زيادة الوزن والسمنة والتعرض لشبكات التواصل الاجتماعي، وذلك بعد تطبيق الدراسة على 178 سيدة في إطار البحث عن العلاقة بين التعرض لوسائل الإعلام وخلق دافع الخوف من المظهر الخارجي غير اللائق.

ومع تزايد انتشار معدلات الجريمة ازداد اهتمام الباحثين بدراسة تأثير وسائل الإعلام على دافع الخوف من الجريمة، وإزاء هذه المخاوف، سعت **دراسة (أحمد شحاتة، 2020م)**[35] إلى التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي "فيس بوك نموذجاً" في تشكيل اتجاهات وتصورات الشباب في الفئة العمرية من 18-35 سنة نحو واقع الجريمة وخطورتها، في ضوء نظرية الغرس الثقافي، ومحاولة التعمق في الآثار النفسية والاجتماعية الناجمة عن تعرضهم لمضامين الجريمة عبر الشبكات الاجتماعية باستخدام مجموعة النقاش البؤرية، وجاءت العبارات التي حازت على التأثيرات السلبية في المقدمة بنسب عالية، كعبارة "شعور الشباب بالقلق والخوف والإحباط عند التعرض لمضامين

الجريمة في مواقع التواصل الاجتماعي" في الترتيب الأول بنسبة 59٪، وهو ما أكدته دراسة كل من (**إيمان عوض، وسحر محمد، 2020م**)[36] التي توصلت إلى وجود علاقة ارتباطية موجبة بين المتابعة للجرائم والخوف من الجريمة من خلال التطبيق على عينة قوامها 1795 طالبًا، في حين لم توجد علاقة بين الخوف من الجريمة وكثافة التعرض والمصداقية للمضمون الذي تعرضه البرامج المتعلقة بنشر الجريمة، كما بيَّنت نتائج الدراسة وجود فروق بين الذكور والإناث في الخوف من الجريمة تجاه مجموعة الإناث، بينما لم تظهر فروق بين الريفيين والحضريين في الخوف من الجريمة.

وفي الإطار ذاته، توصلت دراسة (**هشام رشدي، 2019م**)[37] إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس الخوف الاجتماعي تبعًا لاختلاف مستويات التعرض المختلفة لحوادث اختطاف الأطفال عبر مواقع التواصل الاجتماعي، أي أنه كلما زاد تعرض المبحوثين لحوادث اختطاف الأطفال على مواقع التواصل الاجتماعي زادت درجة الخوف الاجتماعي لديهم، كما أشارت الدراسة إلى أن الإناث حصلوا على درجات مرتفعة على مقياس الخوف مقارنة بالذكور عينة الدراسة المكونة من 400 مفردة من الجمهور المصري، اختيرت بطريقة عشوائية، وأكدت النتائج السابقة دراسة (Xie Zimeng, 2019)[38] التي سعت نحو الكشف عن أثر تعرض الشباب للمنصة الصينية Siena Weiba على إدراكاتهم واتجاهاتهم نحو الواقع وكم العنف والجريمة فيه، وبتوظيف الاستبانة الإلكترونية على عينة من طلاب الجامعة بلغت ٢١٠ مفردات، تبين أن إدراك الشباب كثيفي التعرض لهذه المنصة للواقع يختلف عن إدراك منخفضي التعرض؛ فالقسم الأول يميلون أكثر إلى رؤية العالم مكانًا مليئًا بالعنف والجريمة، ومن ثمَّ أكدت الدراسة تحقق الفرض الرئيس لنظرية الغرس الثقافي. وهو ما أكدته أيضًا دراسة (Jonathan Intravia, 2017)[39] التي حاولت رصد أثر طبيعة المحتوى الذي يتعرض له المستخدم عبر وسائل التواصل الاجتماعي على إدراكه للخوف من الجريمة والتعرض للعنف في الواقع، وعبر دراسة تجريبية أُجريت على مجموعتين من صغار السن تعرضت الأولى لمضمون إخباري والثانية لمضمون جريمة، وبالانطلاق من نظرية الغرس الثقافي؛ توصلت الدراسة إلى أن المجموعة التي تعرضت لمضمون الجريمة زاد لديها الخوف من التعرض للعنف وتولد لدى أفرادها إدراك بأن العالم من حولهم مليء بالعنف والجريمة، بينما اختلفت مع هذه النتائج دراسة (**خالد أحمد، غادة ممدوح، 2019م**)[40]، فقد أشارت إلى أن الشباب من منخفضي التعرض لشبكات التواصل

الاجتماعي أكثر خوفًا من الوقوع في جريمة ما من الشباب كثيفي التعرض، وذلك في إطار بحث العلاقة بين دور شبكات التواصل الاجتماعي في الخوف من الجريمة في ضوء عوامل جودة الحياة لدى الشباب من طلاب الجامعة، وبالتطبيق على عينة قوامها 1795 طالبًا، كما أشارت إلى أن الخوف من جرائم خطف المتعلقات الشخصية احتل المرتبة الأولى من مخاوف الشباب عينة الدراسة من التعرض للجريمة، يليها خطف أحد الأبناء أو الإخوة، ثم القتل الخطأ، وأخيرًا الجرائم الجنسية. بينما اختلفت معها دراسة (**أماني عبد العظيم**، 2019م)[41] فقد توصلت إلى أن الجرائم الجنسية كالاغتصاب والجنس والشرف وجرائم التحرش والفعل الفاضح جاءت في المرتبة الأولى من مخاوف المبحوثين من الجريمة، وأشارت كذلك إلى أن الإناث أكثر خوفًا من الوقوع ضحية لجريمة من الجرائم مقارنة بالذكور، سواء كانت هذه الجرائم اجتماعية أو مهددة للذات أو جرائم تحمل تهديدًا مباشرًا، وقد طُبقت الدراسة على عينة عشوائية تمثلت في 1795 طالبًا من طلاب الجامعات المصرية.

تعقيب على ما عُرض من دراسات سابقة:

بعد المسح السابق للتراث العلمي السابق المرتبط بموضوع الدراسة الحالية، يمكن الخروج بعدد من الاستخلاصات المعرفية والمنهجية والنظرية، وذلك في النقاط الآتية:

- تنوعت واختلفت أهداف الدراسات والبحوث السابقة، فبعضها ركَّز على كيفية صناعة الخوف ونشره من خلال وسائل الإعلام، وبعض آخر ركَّز على تنوع التأثيرات الناتجة لمشاعر الخوف، وكذلك تنوع المخاوف التي يتعرض لها الجمهور عبر مواقع التواصل الاجتماعي بشكل خاص، ما بين مخاوف شخصية وصحية واقتصادية.
- أشارت معظم الدراسات السابقة إلى العلاقة الطردية بين استخدام منصات التواصل الاجتماعي ومشاعر الخوف.
- يعد مجال علم النفس الإعلامي أو الاتجاه النفسي لدراسات شبكات التواصل الاجتماعي مجالًا بارزًا حظي باهتمام الدراسات الأجنبية مقارنة بالدراسات العربية، فقد تناولت تأثير هذه الشبكات على مختلف الجوانب النفسية للمستخدمين في فئات عمرية مختلفة، في إطار ارتباط المستخدين بوسائل التواصل الاجتماعي لما لها من قدرة على تحقيق إشباعاتهم وتلبية حاجتهم النفسية.

- أشارت معظم الدراسات إلى أن مشاعر الخوف والقلق والإحباط والخوف من الجريمة كانت أكثر التأثيرات السلبية الناتجة عن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.
- توصلت الدراسات السابقة إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي كان لها دور كبير في إدراك المستخدمين للواقع، بما يعرضه من آراء واتجاهات حول القضايا والأحداث المختلفة في المجتمع.
- اعتمدت أكثر الدراسات على الأسلوب الكمي في استخلاص النتائج، بينما تنوعت المناهج المستخدمة في الدراسات السابقة الأخرى بين الكمي والكيفي، وبعضها استخدم المنهج التجريبي، وكذلك تنوعت الأدوات المستخدمة، فبعضها ركَّز على تحليل المحتوى الذي يُبثّ على منصات التواصل الاجتماعي المختلفة باستخدام أداة تحليل المضمون، بينما ركَّز بعض آخر على مجموعات النقاش المركزة، واعتمدت معظم الدراسات على أداة الاستبانة التي من خلالها أمكن التوصل إلى العلاقة بين التعرض لتلك المنصات وخلق دوافع الخوف لدى المستخدمين، وإدراكهم للواقع من حولهم.
- تبنت الدراسات السابقة نظريات تقليدية وأخرى مستحدثة، لتناول قضية الدراسة، مثل: مدخل الاستخدامات والإشباعات، والاعتماد على وسائل الإعلام، ونظرية الغرس الثقافي واتجاه تطبيقها على وسائل التواصل الاجتماعي، كما اعتمدت دراسات أخرى في تناول العلاقة بين الإعلام ونشر الخوف على نظرية دافع الحماية إطاراً نظرياً للدراسة.
- توصلت الدراسات السابقة إلى بعض المتغيرات التي تؤثر على خلق مشاعر الخوف لدى المستخدمين، التي أفادت في الدراسة الحالية لاختبارها، مثل: درجة الانغماس، والمتغيرات الديموغرافية.

الإطار النظري للدراسة:

نظرية الغرس الثقافي Cultivation theory:

يعد مجال البحث بين نظرية الغرس الثقافي ووسائل الإعلام الجديد مجالًا بحثيًا آخذًا في النمو، ويعني إمكانية الإفادة من الأفكار العامة للغرس الثقافي في الكشف عن العلاقة بين الواقع الاجتماعي، كما يعبر عنه المضمون الاتصالي بالإنترنت ورؤية الجمهور لواقعه الاجتماعي، حيث تنطلق النظرية من فرض رئيسي مؤداه أن التعرض

المكثف لنماذج وصور ثقافية ثابتة ومتكررة يشكل تدريجيًا إدراك الفرد للواقع الاجتماعي المحيط بالفرد نتيجة للتعرض التراكمي لوسائل الإعلام بصفة عامة والتليفزيون بصفة خاصة.

وقد أشارت الدراسات التي طبقت نظرية الغرس الثقافي في وسائل الإعلام الجديد، وبخاصة مواقع التواصل الاجتماعي إلى أن هذه المواقع تعمل أيضًا على إعادة صياغة الواقع، نتيجة لقضاء المستخدمون وقتًا أطول خلال تصفحهم لهذه المواقع، مما يجعلها تسهم بشكل فعَّال في تشكيل إدراكهم للواقع المجتمعي حولهم من خلال ما ينشرونه أو يشاركونه أو يتابعونه، أو حتى يبدون الإعجاب به من مضامين مختلفة، وبذلك يزداد هذا التأثير على كثيفي الاستخدام، كما يؤثر مدى انغماس الأفراد في هذا المحتوى الافتراضي على إدراكهم للقضايا المختلفة ونظرتهم للعالم من حولهم، وفي هذه الحالة تصبح مواقع التواصل الاجتماعي بديلًا معبرًا للواقع الاجتماعي، ومن ثم تزيد قدرتها على تشكيل القيم الأخلاقية للأفراد والمعتقدات العامة عن العالم، وليس فقط تشكيل وجهة النظر حول مسألة محددة بعينها.

الفرض الرئيسي للنظرية: تنطلق نظرية الغرس الثقافي من فرضٍ رئيسي مؤداه أن "التعرض المكثف لنماذج وصور ثقافية ثابتة ومتكررة يشكل تدريجيا إدراك الفرد للواقع الاجتماعي المحيط به نتيجة التعرض التراكمي لوسائل الإعلام بصفة عامة، والتليفزيون بصفة خاصة"[42].

وتعد نظرية الغرس الثقافي تصويرًا تطبيقيًا للأفكار الخاصة بعمليات بناء المعنى وتشكيل الحقائق الاجتماعية، من خلال الملاحظة والأدوار التي تقوم بها وسائل الإعلام في هذه المجالات، حيث تؤكد الفكرة العامة التي تجتمع حولها النظريات السابقة، وهي قدرة وسائل الإعلام في التأثير على معرفة الأفراد وإدراكهم للعالم المحيط بهم، وخاصةً بالنسبة للأفراد الذين يتعرضون لهذه الوسائل بكثافة أكبر.

ويُقاس الغرس بأسلوبين هما: مقاييس الدرجة الأولى: التي يطلب فيها من المبحوثين إعطاء تقديرات كمية عن حدوث أشياء معينة في المجتمع، ومقاييس الدرجة الثانية: ويطلب فيها من المبحوثين إعطاء اعتقادات عامة عن العالم أو إحدى الظواهر المجتمعية، والكشف عن آراء المشاهدين عن العالم من حولهم[43].

وقد قدمت دراسة (Eman Mosharafa, 2015)[44] استعراضًا لنظرية الغرس الثقافي في علاقتها بوسائل التواصل الاجتماعي، وذلك بمراجعة ١٢٥ دراسة

نشرت منذ عام، وانتهت جميعها إلى ثبوت صحة توظيف النظرية مع البيئة الاتصالية المتغيرة لوسائل التواصل الاجتماعي، وأكدت أنه كلما زاد اندماج المستخدمين مع محتوى المنصات الاجتماعية، زاد اعتقاد هؤلاء بأن ما يرونه على صفحات أصدقائهم أو المجموعات العامة أو ينشرونه على صفحاتهم الشخصية هو الواقع، وأن تكرار التعرض لهذه الأفكار وتلك الصور يشكل إدراك المستخدمين وآراءهم ومعتقداتهم عن الواقع من حولهم، ولم تكن هذه الدراسة الوحيدة التي أشارت إلى تناسب بيئة شبكات التواصل الاجتماعي لأن تكون السبب في تشكيل إدراكات الجمهور نحو الواقع من حولهم، فقد سعت دراسة (Raziye Nevzat, 2018)[45] نحو الكشف عن مدى مناسبة نظرية الغرس الثقافي لبيئة المنصات الاجتماعية، انطلاقًا من فرضية أساسية هي التشابه الكبير بين استخدام الجمهور للتليفزيون واستخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي، ومن ثم انطلقت الدراسة من فرض أساسي مؤداه: "يؤثر مدى اندماج المستخدمين في منصات التواصل الاجتماعي على إدراكاتهم عن الواقع وآرائهم نحو القضايا المختلفة ونظرتهم للعالم من حولهم"، وأشارت نتائج الدراسة إلى ملاءمة الفرضيات الرئيسية للنظرية لدراسة شبكات التواصل الاجتماعي باعتبارها أصبحت مؤثرًا اجتماعيا قويًا يستخدمه الأفراد لساعات طويلة قد تصل إلى حد اندماجهم فيها، ومن ثم تمكنهم من خلق عالم افتراضي لهم يصبح بديلًا للعالم الحقيقي.

تطبيق نظرية الغرس الثقافي على الدراسة:

طبقًا لهذه النظرية يمكن القول إن ارتباط الأفراد بشبكات التواصل الاجتماعي واندماجهم فيها يجعلهم يتأثرون بما تقدمه من أخبار وحوادث وقضايا، تجعلهم يعتقدون أنها الصورة الحقيقية للواقع المحيط بهم، ومن ثمَّ فهي تسهم في تشكيل الخوف المجتمعي لديهم نتيجة لما يتعرضون له، ويختلف هذا الخوف باختلاف كثافة التعرض ومدى ارتباطهم واندماجهم في شبكات التواصل الاجتماعي، وبذلك يتفق الفرض الرئيسي للنظرية مع فرضية الدراسة الحالية، ومفاده أن المبحوثين كثيفو التعرض لشبكات التواصل الاجتماعي يختلفون في مستوى الخوف لديهم عن أولئك الذين لا يتعرضون أو قليلي التعرض، والارتباط بتلك الشبكات من منطلق التأثير التراكمي لتكرار التعرض.

مشكلة الدراسة:

شهد المجتمع المصري في الآونة الأخيرة أزمات عديدة، زادت يومًا بعد يوم، كالأزمات الصحية التي تفاقمت بظهور جائحة فيروس كورونا مرورًا بمستجداته، وما لحق بها من

تزايد أعداد المصابين وارتفاع معدل الوفيات، كما شهد أزمات اقتصادية على رأسها غلاء السلع، وكثرت كذلك المشكلات الأسرية، وارتفعت معدلات الجرائم في المجتمع المصري بشكل غير مسبوق، فازدادت جرائم السرقة والقتل والاغتصاب، وكذلك الجرائم الإلكترونية من ابتزاز واختراق وتهديدات لحياة الأفراد، فقلَّ الشعور بالأمان وازداد الشعور بالخوف.

ولما كانت وسائل الإعلام، لا سيما وسائل الإعلام الاجتماعي، مصدراً رئيسًا للكشف عن هذه المعلومات والأخبار السلبية، وبخاصةً أنها أصبحت الوسائل الأكثر استخداماً، وتتزايد معدلات التعرض لها يوماً بعد يوم، من هنا جاءت الدراسة لتركز على أحد الأبعاد النفسية الناتجة عن كثافة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، وهو مشاعر الخوف لدى المستخدمين؛ الناتجة عن انعدام الشعور بالأمان، الذي يعود أسبابه إلى تعرض ما تمر به البلد أو المنطقة التي يعيش فيها الإنسان من أزمات وجوائح ومشكلات.

ولكن ما هو المدى الذي قد تؤثر من خلاله المعالجات الإعلامية عبر شبكات التواصل الاجتماعي للمشكلات في إحساس الجمهور بالخوف المجتمعي؟ فضلًا عن تكوين غيره من المشاعر السلبية نتاج التعرض المكثف لهذه المعالجات للمشكلات المختلفة في المجتمع المصري؟ وإلى أي مدى يوثر التعرض المكثف لهذه المعالجات على إدراك الجمهور للواقع؟ هذا هو ما تسعى الدراسة لوصفه وتفسيره.

أهمية الدراسة:

ترجع أهمية الدراسة لعدد من العوامل، يمكن توضحيها فيما يلي:

- رغم تعدد الدراسات التي تناولت تأثير التبادل الإعلامي والإخباري للحوادث والقضايا والمشكلات عبر شبكات التواصل الاجتماعي على الجوانب النفسية والاجتماعية لدى الجمهور؛ إلا أن أهمية هذه الدراسة تنبع من تطرقها إلى قياس تأثير اندماج الجمهور في هذه الشبكات – في إطار الاستخدام المكثف لها- على تأجيج مشاعر الخوف لديهم.
- توظف الباحثة مدخلًا نظريا لدراسة تأثير شبكات التواصل الاجتماعي، وهو نظرية الغرس الثقافي، الذي يشير إلى أن التليفزيون يخلق واقعًا اجتماعيا قد يتعارض مع الواقع الفعلي، الذي بدوره يخلف نوعًا من الخوف غير المبرر للمشاهدين، ومن هذا

المنطلق تتخذ الباحثة افتراضات نظرية الغرس الثقافي لدراستها على وسائل الإعلام الاجتماعي متمثلة في شبكة فيس بوك.

- تتزايد أهمية الدراسة من واقع ما توصلت إليه نتائجها من وجود علاقة بين التعرض لشبكات التواصل الاجتماعي ومشاعر الحزن والإحباط والشعور بالخوف.
- محاولة تطبيق مقاييس مختلفة في الدراسة، كالمقياس الخاص بالإحساس بالخوف المجتمعي.
- كما تنبع أهمية الدراسة من محاولتها تقديم تقييم لأدوار شبكات التواصل الاجتماعي في المجتمع من خلال الدور التأثيري لها في إدراك الجمهور لواقعهم.

أهداف الدراسة:

تسعى الدراسة إلى تحقيق هدف رئيسي مؤداه: تحليل العلاقة بين مستوى اندماج الجمهور في شبكات التواصل الاجتماعي ومستوى الخوف المجتمعي المتشكل لديهم؛ ويتفرع منه عدة أهداف فرعية، يمكن رصدها في:

- التعرف على مدى ارتباط واندماج الجمهور في شبكات التواصل الاجتماعي، وأسباب ذلك.
- تحديد أنماط تفاعل الجمهور مع القضايا التي تثير مخاوفهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي.
- الكشف عن أهم المخاوف التي تعتري الجمهور نتيجة اندماجهم في شبكات التواصل الاجتماعي.
- تحليل العلاقة بين اندماج الجمهور في شبكات التواصل الاجتماعي ومستوى الخوف المجتمعي لديهم.
- وصف سمات المخاوف المدركة لدى الجمهور (توتر/ قلق/ إحباط/ اكتئاب...).
- تفسير مدى تأثير السمات الشخصية لدى الجمهور على مستوى الخوف المجتمعي لديهم.
- تقييم درجة الاستفادة من شبكات التواصل الاجتماعي في الاستجابة السلوكية لتفادي الخوف المتشكل لديهم.

تساؤلات الدراسة:

تسعى الدراسة إلى الإجابة عن تساؤل رئيسي مؤداه: كيف يؤثر اندماج الجمهور في شبكات التواصل الاجتماعي على تشكيل الخوف المجتمعي لديهم؟ ويتفرع منه عدد من التساؤلات الفرعية، تتمثل في:

- ما مستوى اندماج الجمهور في شبكات التواصل الاجتماعي؟
- ما أهم القضايا التي يتابعها الجمهور عبر شبكات التواصل الاجتماعي؟
- ما أنماط تفاعل الجمهور مع القضايا التي تثير مخاوفهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي؟
- إلى أي مدى يصدق الجمهور القضايا التي يتم تناولها في شبكات التواصل الاجتماعي؟
- ما السمات البارزة للمخاوف المدركة لدى الجمهور نتيجة اندماجهم في شبكات التواصل الاجتماعي؟
- ما مستوى الخوف المجتمعي لدى الجمهور نتيجة اندماجهم في شبكات التواصل الاجتماعي؟
- كيف يقيم الجمهور أدوار شبكات التواصل الاجتماعي كمؤشر لإدراكهم للواقع المجتمعي؟
- كيف يؤثر اختلاف السمات الشخصية للجمهور على مستوى الخوف المتشكل لديهم؟
- إلى أي مدى أسهمت شبكات التواصل الاجتماعي في الاستجابة السلوكية للجمهور لتفادي الخوف؟

فروض الدراسة:

تسعى الدراسة نحو اختبار عدد من الفروض العلمية، تتمثل في:

- الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى اندماج المبحوثين في شبكات التواصل الاجتماعي ومستوى الخوف المجتمعي لديهم.
- الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى اندماج المبحوثين في شبكات التواصل الاجتماعي وتقييمهم لدورها كمؤشر لإدراك الواقع لديهم.

- الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى اندماج المبحوثين في شبكات التواصل الاجتماعي والاستجابة السلوكية لتفادي الخوف.
- الفرض الرابع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين من حيث السن والنوع والمستوى التعليمي على مقياس الخوف المجتمعي المتشكل لديهم.
- الفرض الخامس: يتأثر مستوى الخوف المجتمعي المتشكل لدى المبحوثين باختلاف شبكة التواصل الاجتماعي، ومستوى مصداقية شبكات التواصل الاجتماعي لديهم، والمتغيرات الديموغرافية.

الإجراءات المنهجية للدراسة:

1- **نوع الدراسة:**

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية Study Descriptive التي تستهدف دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة من الظواهر كالسلوك أو الاتجاه وغيره من العناصر، في سياق مجتمع معين، بالاعتماد على الأساليب الكمية Quantitative، وكذلك الأساليب الكيفية Qualitative والتحليل الإحصائي في تفسير البيانات، كما أن هذه النوعية من الدراسات تهدف إلى تصوير وتحليل وتقويم خصائص مجموعة معينة أو موقف معين يغلب عليه صفة ما، بهدف الحصول على معلومات كافية ودقيقة عنه دون الدخول في أسبابها والتحكم فيها، وتسعى الدراسة الحالية إلى الكشف عن تأثير اندماج الجمهور في معالجات شبكات التواصل الاجتماعي لقضايا المجتمع على مستوى الخوف المجتمعي المتشكل لديهم.

2- **منهج الدراسة:**

تعتمد الدراسة على منهج المسح Survey، حيث يسمح بدراسة عدد كبير من المتغيرات في وقت واحد؛ كالسمات العامة والاجتماعية والنفسية، وكذلك أنماط السلوك الاتصالي، وتقديم قاعدة معرفية للبيانات الخاصة بهذا الجمهور يمكن استخدامها في وصف خصائصه وتركيبه وبنائه، واختبار العديد من الفروض العلمية الخاصة بالعلاقة بين هذه المتغيرات، كما يعد من المناهج الرئيسية للبحوث السلوكية والاجتماعية، فهو يعد نموذجًا معياريًا لخطوات جمع البيانات من المفردات البشرية، سواء عن حالتهم، أو سلوكهم، أو مشاعرهم، أو اتجاهاتهم، وفي إطار الدراسة الحالية؛ تعتمد على منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي، بمسح الجمهور الذي يشمل الأفراد من المتفاعلين مع مواقع

التواصل الاجتماعي بهدف جمع الحقائق والمعلومات المتعلقة بالخوف المتعلق بكثافة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

الأسلوب الكيفي: يستخدم بهدف التحليل المتعمق للنتائج، بما يساعد على توضيح الحقائق والمعاني والأفكار التفصيلية وما يكمن وراءها من دلالات، ومن ثمَّ الوصول إلى وصف شامل للموضوع.

3- **مجتمع الدراسة وعينتها:**

يتحدد مجتمع عينة الدراسة في الجمهور المصري من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي بشكل عام، ونظرًا لكبر مجتمع الدراسة تم سحب عينة قوامها (400) مفردة من الجمهور المصري من مختلف محافظات الجمهورية بأسلوب العينة المتاحة، وجاءت خصائصها كما يلي:

جدول (1) خصائص عينة الدراسة

المتغيرات		التكرارات	النسبة
النوع	ذكور	137	34.3
	إناث	263	65.8
السن	أقل من 21 سنة	166	41.5
	من 21 إلى أقل من 35	192	48.0
	من 35 إلى أقل من 45	42	10.5
المستوى التعليمى	أقل من جامعى	58	14.5
	طالب جامعى	233	58.3
	دراسات عليا	109	27.3

4- **أداة جمع البيانات:**

استخدمت الدراسة أداة الاستبانة؛ التي وُزعت من خلال رابط إلكتروني عبر شبكة فيس بوك، نظرًا لطبيعة الدراسة الميدانية التي ترصد علاقة ارتباط الجمهور بشبكات التواصل الاجتماعي على مستوى الخوف المجتمعي لديهم، حتى يتسنى تحقيق الهدف من الاستمارة تحقيقًا لأهداف الدراسة؛ تضمنت مجموعة من الأسئلة المباشرة المعبرة عن إشكالية الدراسة وتساؤلاتها، وصيغت بتقسيمها إلى أربعة محاور، هي:

المحور الأول: خاص باندماج/ ارتباط الجمهور بشبكات التواصل الاجتماعي، ويضم (8) أسئلة من (1: 8).

المحور الثاني: خاص بتقييم الجمهور لشبكات التواصل الاجتماعي وتأثيرها على سمات المخاوف المدركة، ويضم (2) أسئلة من (9- 10).

المحور الثالث: خاص بمستوى الخوف لدى الجمهور نتيجة الاندماج في شبكات التواصل الاجتماعي، ويضم (2) أسئلة من (11 - 12).

إضافة إلى البيانات الشخصية، شملت تساؤلات حول النوع والسن والمستوى التعليمي.

وطُبقت الاستمارة في نهاية شهر فبراير 2022م.

مقاييس الدراسة:

- مقياس تقييم المبحوثين لدور شبكات التواصل الاجتماعي في إدراك الواقع المجتمعي:

وقُسِّم المقياس لأربع فئات على النحو الآتي:

الفئة الأولى: تقيس إدراك الواقع العام، وتضم 9 عبارات.

الفئة الثانية: تقيس إدراك الواقع الصحي، وتضم 4 عبارات.

الفئة الثالثة: تقيس إدراك واقع المعاملات، وتضم 4 عبارات.

الفئة الرابعة: تقيس إدراك واقع الجريمة، وتضم 4 عبارات.

وقد تم حساب الدرجة الكلية لكل المبحوثين على هذا المقياس، فنتج لدينا مقياس تراوحت درجاته بين 21 :63 درجة، قُسِّم إلى ثلاثة مستويات: (من 21: 34 منخفض // من 35: 48 متوسط // من 49: 63 مرتفع).

- مقياس الخوف المجتمعي:

وقد وُضعت مجموعة من العبارات التي تقيس مستوى الخوف المجتمعي لدى الجمهور نتيجة تعرضهم لشبكات التواصل الاجتماعي، وتكون المقياس من ثلاث فئات:

الفئة الأولى: تقيس المخاوف الصحية، وتضم خمس عبارات.

الفئة الثانية: تقيس المخاوف الاجتماعية، وتضم خمس عبارات.

الفئة الثالثة: تقيس الخوف من الجريمة، وتضم خمس عبارات.

وقد تم حساب الدرجة الكلية لكل المبحوثين على هذا المقياس، فنتج لدينا مقياس تراوحت درجاته بين 15 :45 درجة قُسِّم إلى ثلاثة مستويات (من 15: 24 منخفض // من 25: 34 متوسط // من 35: 45 مرتفع).

5- **اختبارات الصدق والثبات لأداة الدراسة:**

تم اختبار صلاحية استمارة الاستبانة في جمع البيانات اللازمة للدراسة بإجراء اختبارات الصدق والثبات لها؛ وذلك على النحو الآتي:

- اختبار الصدق (Validity):

الصدق الظاهري: ويعني صدق المقياس المستخدم ودقته في قياس ما هو مطلوب قياسه، وللتحقق من صدق المقياس المستخدم في الدراسة عُرضت الاستبانة على مجموعة من الخبراء والمتخصصين في مناهج البحث والإعلام وعلم النفس وعلم الاجتماعي والإحصاء، وقد أقرَّ المحكمون بصلاحية الاستبانة بشكل عام بعد إجراء بعض التعديلات التي اقترحها المحكمون([46])، الذين أفادوا بعديد من الملاحظات المهمة للاستبانة، كتعديل مقياس ليكرت، وتعديل معدل ساعات التعرض لشبكات التواصل الاجتماعي، وإضافة بعض البدائل للاختيار من متعدد، وقد أُبقي على المفرداتٍ التي جاءت نسبة اتفاق المحكمين عليها 90٪ فأكثر، كما أجرت الباحثة اختباراً مبدئياً على مجموعة من عينة الدراسة للتأكد من وضوحها وسهولة الإجابة عن أسئلتها.

- اختبار الثبات (reliability): ويقصد به الوصول إلى اتفاق متوازن في النتائج في حالة استخدام وتطبيق الأداة نفسها على المادة ذاتها، أي محاولة الباحث تخفيض نسب التباين لأقل حد ممكن من خلال السيطرة على العوامل التي تؤدي لظهوره في كل مرحلة من مراحل البحث. الثبات باستخدام معامل ألفا كرونباخ: ولحساب ثبات الاستبانة، استخدمت معاملات إحصائية للتأكد من صلاحية الاستبانة، من حيث الاتساق الداخلي والثبات، ولذلك تم حساب معامل Cronbach' Alpha ألفا كرونباخ الذي يستخدم لتحليل ثبات المقاييس Reliability Analysis بتقدير الاتساق الداخلي بين العبارات المكونة للمقياس عن طريق حساب متوسط الارتباطات بين عبارات المقياس، وقد بلغت قيمة معامل Cronbach' Alpha [*] الخاص بمقاييس الدراسة (0.701)، وهي قيمة مرتفعة لثبات المقياس وقبوله واستخدامه في هذه الدراسة.

(*) تتراوح قيمة معامل Cronbach 'Alpha ما بين صفر وواحد، وإذا كانت القيمة 0.6 فأقل فإن ذلك يعبر عن انخفاض مستوى ثبات المقياس.

كما تم حساب معاملات الارتباط بين درجة كل بعد من أبعاد الاستبانة والدرجة الكلية للمقياس، وذلك لمعرفة مدى ارتباط كل بعد بالدرجة الكلية للمقياس، ولهدف التحقق من مدى صدق المقياس، ويتضح ذلك من خلال الجدول الآتي:

جدول (2)

نتيجة معامل ألفا كرونباج للمقاييس

المقاييس	معامل ألفا كرونباخ
مقياس تقييم المبحوثين لدور شبكات التواصل الاجتماعى في إدراك الواقع المجتمعى	0.719
مقياس مستوى الخوف لدى الجمهور نتيجة الاندماج في شبكات التواصل الاجتماعى	0.755
مقياس الاستفادة المعرفية من اندماج المبحوثين في شبكات التواصل الاجتماعى	0.800

المعالجة الإحصائية للبيانات:

استُعين ببرنامج التحليل الإحصائي (SPSS) لتحليل بيانات الدراسة الميدانية، اختصاراً لـ: Statistical Package for the Social Sciences، باتباع المعاملات والاختبارات والمعالجات الإحصائية الآتية:

1- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.

2- المتوسط الحسابي والانحراف المعياري.

3- اختبار كا^2 لجداول الاقتران (Contingency-Tables Chi Square Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المستوى الاسمي (Nominal).

4- معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient) لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من مستوى المسافة أو النسبة (Interval Or Ratio)، وقد عُدَّت العلاقة ضعيفة إذا كانت قيمة المعامل أقل من 0.30، ومتوسطة إذا كانت بين 0.30-0.70، وقوية إذا زادت عن0.70.

5- اختبار ي (Z-Test) لدراسة معنوية الفرق بين نسبتين مئويتين، وقد عُدَّت قيمة Z غير دالة إذا لم تصل الى 1.96، وعُدَّت دالة عند مستوى ثقة 95٪ فأكثر إذا بلغت 1.96 وأقل من 2.58، وعُدَّت دالة عند مستوى ثقة 99٪ فأكثر إذا بلغت 2.58 فأكثر.

6- اختبار (ت) للمجموعات المستقلة (Independent-Samples T-Test)

لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين متوسطين حسابيين لمجموعتين من المبحوثين في أحد المتغيرات من نوع المسافة أو النسبة (Interval Or Ratio).

7- تحليل التباين ذو البعد الواحد (One way Analysis of Variance) المعروف اختصاراً باسم ANOVA لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لأكثر من مجموعتين من المبحوثين في أحد المتغيرات من نوع المسافة أو النسبة (Interval Or Ratio).

- وقد قُبلت نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة 95٪ فأكثر، أي عند مستوى معنوية 0.05 فأقل.

التعريف بمفاهيم الدراسة:

الاندماج: يقصد به وثاقة الصلة الشخصية بالمثير، ووثاقة صلة المثير بحاجات الفرد وقيمه واهتماماته، فدرجة وثاقة الصلة بين المثير والفرد تحفز الدافع والاستجابة والسلوك نحو المثير[47].

ويقصد بالاندماج في هذه الدراسة درجة اندماج الفرد وارتباطه بشبكات التواصل الاجتماعي من خلال التعرض المكثف لها.

الجمهور: ويقصد بهم في هذه الدراسة الجمهور المستخدم لشبكات التواصل الاجتماعي بمختلف فئاته وشرائحه.

شبكات التواصل الاجتماعي: أو الإعلام الاجتماعي (social media site) وتعرف بأنها أدوات اتصال تعتمد على شبكة الإنترنت، تتيح للأشخاص التفاعل مع بعضهم، من خلال مشاركة المعلومات، ومن أشهر هذه المواقع: فيس بوك (Facebook)، ويوتيوب (YouTube)، ولينكد إن (LinkedIn)، وواتس آب (WhatsApp)، وفليكر (Flickr)، وجوجل بلس (+Google).

الخوف المجتمعي:

أولًا: المعنى اللغوي:

تدور مادة (خوف) حول الذعر والفزع، يقال: خاف يخاف خوفًا وخيفة ومخافة، ومنه التخويف والإخافة، والنعت منها خائف.

ثانيًا: المعنى الاصطلاحي:

لا يخرج عن معناه في اللغة تقريباً، فالأصفهاني يعّرف الخوف بأنه: «توقّع مكروه عن أمارة مظنونة، أو معلومة، كما أن الرجاء والطمع توقع محبوب عن أمارة مظنونة، أو معلومة، ويضاد الخوف الأمن، ويستعمل ذلك في الأمور الدنيوية والأخروية».

وعرّفه الجرجاني بأنه: «توقع حلول مكروه، أو فوات محبوب».

وقال التفتازاني: «غمّ يلحق الإنسان مما يتوقعه من السوء».

يتضح مما سبق أن الخوف شعور بالاضطراب وعدم الأمن، نتيجة حدوث مكروه في الحال، أو توقع حدوثه في المستقبل[48].

ويقصد بالخوف المجتمعي في هذه الدراسة: شعور الأفراد بالخوف نتاج المعالجات الإعلامية التي تدفع ببعض المشكلات والأزمات إلى السطح.

النتائج العامة للدراسة:

طُبقت الدراسة على عينة بلغت 400 مبحوث بعد استبعاد الاستمارات غير الصحيحة أثناء التطبيق، وهدفت الدراسة إلى معرفة اندماج الجمهور في شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيره على مستوى الخوف لديه، وتُعرض النتائج وفقًا لكل محور على النحو الآتي:

❖ المحور الأول: اندماج / ارتباط الجمهور بشبكات التواصل الاجتماعي

1. تعرض المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعي:

جدول (3)

تعرض المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعي وفقًا للنوع

النوع / المدى	ذكور		إناث		الإجمالى	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪
دائما	109	79.6	216	82.1	325	81.3
أحيانًا	26	19.0	44	16.7	70	17.5
نادرا	2	1.5	3	1.1	5	1.3
الإجمالى	137	100	263	100	400	100

قيمة كا^2=0.407 درجة الحرية =2 مستوى المعنوية=0.816 الدلالة =غير دالة معامل التوافق=0.032

يتضح من الجدول السابق: أن 81.3٪ من المبحوثين يتعرضون لشبكات التواصل الاجتماعي (دائما)، بينما يتعرض 17.5٪ منهم (أحيانًا)، وأخيراً (نادراً) ما يتعرض 1.3٪ منهم.

وبحساب قيمة كا^2 بلغت (0.407) عند درجة حرية = (2)، وهي قيمة غير دالة إحصائيًا، ويعني ذلك عدم وجود علاقة دالة إحصائيًا بين نوع المبحوثين (الذكور، والإناث) وتعرضهم لشبكات التواصل الاجتماعي.

فمع الاعتماد المتزايد على شبكة الإنترنت، أصبح استخدام شبكات التواصل الاجتماعي جزءًا أساسيًا للتواصل اليومي واستقبال المعلومات والاتصال الدائم مع العالم لكثير من الأشخاص، فيوجد من يستخدم مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة للترفيه وتقضية الوقت، وربما لإضاعة الوقت، وآخرون أدركوا مدى قوة وسائل التواصل الاجتماعي، فاستخدموها بشكلها الفعَّال للحصول على فرص عمل، أو للتسويق والترويج للمنتجات والسلع، أو للحصول على الدعم والمشاركة، وغيرها من الاستخدامات العديدة والمتنوعة.

ووفقًا للتقرير العام الرقمي العالمي[49] لعام 2022م، استمر نمو مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي بمعدل مزدوج 10.1٪ على مدار الـ 12 شهرًا لعام 2021م، أي أن معدل النمو بين 2021 و2022 كان أعلى من مستويات ما قبل الجائحة، وتشير أحدث البيانات إلى أن 424 مليون مستخدم بدأوا رحلتهم على وسائل التواصل الاجتماعي خلال العام 2021م، أي ما يعادل في المتوسط أكثر من مليون مستخدم جديد يوميًا، أو ما يقرب من 13 مستخدمًا جديدًا كل ثانية.

2. عدد الساعات التى يقضيها المبحوثون على شبكات التواصل الاجتماعى:

جدول (4)

عدد الساعات التي يقضيها المبحوثون على شبكات التواصل الاجتماعي وفقًا للنوع

النوع / الساعات	ذكور		إناث		الإجمالى	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪
من 4: 6 ساعات	36	26.3	79	30.0	115	28.8
من 2: 4 ساعات	40	29.2	62	23.6	102	25.5
أكثر من 8 ساعات	28	20.4	65	24.7	93	23.3
من 6: 8 ساعات	33	24.1	57	21.7	90	22.5
الإجمالى	137	100	263	100	400	100

قيمة كا^2=2.502 درجة الحرية =3 مستوى المعنوية=0.475 الدلالة =غير دالة معامل التوافق=0.079

يتضح من الجدول السابق: أن 28.8٪ من المبحوثين يتعرضون لشبكات التواصل الاجتماعي (من 4: 6 ساعات)، بينما يتعرض 25.5٪ منهم (من 2: 4 ساعات)، وأخيرًا يتعرض 22.5٪ منهم (من 6: 8 ساعات).

وبحساب قيمة كا^2 بلغت (2.502) عند درجة حرية = (3)، وهي قيمة غير دالة إحصائيًا، ويعني ذلك عدم وجود علاقة دالة إحصائيًا بين نوع المبحوثين (الذكور، والإناث) وعدد الساعات التي يقضونها على شبكات التواصل الاجتماعي.

ويزداد عدد ساعات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بزيادة القدرة على الوصول إليها، فقد أشار التقرير العام الرقمي العالمي لعام 2022م إلى أن نسبة 98.5٪ يستخدمون الهاتف في الوصول إلى موقع فيس بوك تحديدًا، وهي الشبكة الأكثر استخدامًا من قبل المبحوثين.

3. أكثر الشبكات التى يتعرض لها المبحوثون:

جدول (5)

أكثر الشبكات التي يتعرض لها المبحوثون وفقًا للنوع

النوع / الشبكات	ذكور		إناث		الإجمالى		قيمة Z	المعنوية	الدلالة
	ك	٪	ك	٪	ك	٪			
فيس بوك	109	79.6	207	78.7	316	79.0	0.199	0.842	غير دالة
تويتر	42	30.7	125	47.5	167	41.8	3.243	0.001	0.01
انستجرام	56	40.9	67	25.5	123	30.8	3.164	0.002	0.01
تيك توك	27	19.7	32	12.2	59	14.8	2.016	0.044	0.05
يوتيوب	18	13.1	24	9.1	42	10.5	1.241	0.215	غير دالة
جملة من سئلوا	137		263		400				

*سُمح باختيار أكثر من شبكة تواصل.

يتضح من الجدول السابق: جاء (فيس بوك) في مقدمة أكثر الشبكات التي يتعرض لها المبحوثون بنسبة 79٪، وجاءت (تويتر) في المرتبة الثانية بنسبة 41.8٪، وجاءت (انستجرام) في المرتبة الثالثة بنسبة 30.8٪، وأخيرًا جاءت (يوتيوب) بنسبة 10.5٪.

وقد أوضحت النتائج التفصيلية وجود اختلاف في النسب المئوية لاستجابات المبحوثين حول أكثر الشبكات التي يتعرضون لها وفقًا للنوع:

- ترتفع نسبة موقع (تويتر) عند الإناث عن الذكور، حيث جاءت النسب (47.5٪، 30.7٪) والفارق دال إحصائيًا، حيث بلغت قيمة z المحسوبة 3.243، وهي أعلى من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 99٪.
- ترتفع نسبة موقع (انستجرام) عند الذكور عن الإناث، حيث جاءت النسب (40.9٪، 25.5٪) والفارق دال إحصائيًا، حيث بلغت قيمة z المحسوبة 3.164 وهي أعلى من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 99٪.
- ترتفع نسبة موقع (تيك توك) عند الذكور عن الإناث، حيث جاءت النسب (19.7٪، 12.2٪) والفارق دال إحصائيًا، حيث بلغت قيمة z المحسوبة 2.016 وهي أعلى من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 95٪.

وتحتل Facebook الصدارة في عالم وسائل التواصل الاجتماعي، وهي إحدى أكثر المنصات سهولة في الاستخدام في الوقت الحالي، ولا تزال Facebook المنصة الاجتماعية الأكثر استخدامًا، ووفقًا للتقرير العالم الرقمي العالمي لعام 2022م؛ تؤكد البيانات المنشورة في إعلان أرباح المستثمرين في Meta للربع الثالث من عام 2021 أن Facebook لا يزال أكثر منصات التواصل الاجتماعي استخدامًا في العالم، مع 2.91 مليار مستخدم اعتبارًا من أكتوبر 2021 (أحدث رقم "رسمي" وقت كتابة التقرير).

4. **نسبة اندماج المبحوثين بشبكات التواصل الاجتماعي:**

جدول (6)

نسبة اندماج المبحوثين بشبكات التواصل الاجتماعي وفقًا للنوع

النوع / المدى	ذكور		إناث		الإجمالى	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪
مندمج ومرتبط بها إلى حد كبير	63	46.0	116	44.1	179	44.8
إلى حد ما	68	49.6	138	52.5	206	51.5
غير مندمج/ مرتبط بها	6	4.4	9	3.4	15	3.8
الإجمالى	137	100.0	263	100.0	400	100.0

قيمة كا^2=0.432 درجة الحرية =2 مستوى المعنوية=0.806 الدلالة=غير دالة معامل التوافق=0.033

يتضح من الجدول السابق: أن 44.8٪ من المبحوثين مندمجون ومرتبطون بشبكات التواصل الاجتماعي إلى حد كبير، بينما يندمج 51.5٪ منهم (إلى حد ما)، وأخيرًا نجد أن 3.8٪ منهم غير مندمج.

وبحساب قيمة كا^2 بلغت (0.432) عند درجة حرية = (2)، وهي قيمة غير دالة إحصائيًا، ويعني ذلك عدم وجود علاقة دالة إحصائيًا بين نوع المبحوثين (الذكور، والإناث) واندماج المبحوثين بشبكات التواصل الاجتماعي.

بناءً على النتيجة السابقة، يمكن تأكيد أن شبكات التواصل الاجتماعي لم تعد فقط جزءًا لا يتجزأ من استخداماتنا اليومية، بل أصبحت ملاذًا لعديد من المستخدمين للحد الذي تصبح فيه مجالًا للانغماس والاندماج فيها، وهذه النتيجة تؤكد نتائج الدراسات السابقة التي أشارت إلى ارتفاع مستوى الاندماج في منصات التواصل الاجتماعي خاصة فيس بوك وتويتر، (Saleem Alhabash & Mengyan Ma, 2012)[50], كما تتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة (Adriana, M (Manago, et al., 2015)[51] التي سعت إلى رصد الفروق في مستوى اندماج المستخدمين في فيس بوك باختلاف النوع، وكشفت الدراسة عن عدم وجود فروق ذات دلالة بين الذكور والإناث في درجات اندماجهم في فيس بوك.

5. أسباب اندماج المبحوثين في شبكات التواصل الاجتماعي:

جدول (7)

أسباب اندماج المبحوثين في شبكات التواصل الاجتماعي وفقًا للنوع

النوع / الأسباب	ذكور		إناث		الإجمالي		قيمة Z	المعنوية	الدلالة
	ك	٪	ك	٪	ك	٪			
لأنها أصبحت أسلوب حياة	83	60.6	146	55.5	229	57.3	2.267	0.023	0.05
للتواصل مع أصدقائي	63	46.0	129	49.0	192	48.0	0.972	0.331	غير دالة
لأني أتابع من خلالها الأحداث والأخبار أولًا بأول	69	50.4	119	45.2	188	47.0	0.972	0.331	غير دالة
لتمضية الوقت	65	47.4	94	35.7	159	39.8	0.581	0.561	غير دالة
جملة من سئلوا	137		263		400				

*سُمح للمبحوثين باختيار أكثر من بديل.

يتضح من الجدول السابق: جاء (لأنها أصبحت أسلوب حياة) في مقدمة أسباب اندماج المبحوثين في شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة 57.3٪، وجاء (للتواصل مع أصدقائي) في المرتبة الثانية بنسبة 48٪، وجاء (لأني أتابع من خلالها الأحداث والأخبار أولًا بأول) في المرتبة الثالثة بنسبة 47٪، وأخيرًا جاء (لتمضية الوقت) بنسبة 39.8٪.

وقد أوضحت النتائج التفصيلية وجود اختلاف في النسب المئوية لاستجابات المبحوثين حول أسباب اندماج المبحوثين في شبكات التواصل الاجتماعي وفقًا للنوع:

- ترتفع نسبة سبب (لأنها أصبحت أسلوب حياة) عند الذكور عن الإناث، فقد جاءت النسب (60.6٪، 55.5٪)، والفارق دال إحصائيًا، فقد بلغت قيمة z المحسوبة 2.267، وهي أعلى من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 95٪.

6. **القضايا التى يتابعها المبحوثون عبر شبكات التواصل وتتسبب في إثارة مخاوفهم:**

جدول (8)

القضايا التي يتابعها المبحوثون عبر شبكات التواصل وتتسبب في إثارة مخاوفهم وفقًا للنوع

النوع / القضايا	ذكور		إناث		الإجمالى		قيمة Z	المعنوية	الدلالة
	ك	٪	ك	٪	ك	٪			
المعاملات بين الناس	54	39.4	127	48.3	181	45.3	1.690	0.091	غير دالة
الأحداث والقضايا السياسية	66	48.2	87	33.1	153	38.3	2.944	0.003	0.01
الجرائم كالقتل والسرقة والخطف	37	27.0	107	40.7	144	36.0	2.701	0.007	0.01
مستجدات فيروس كورونا	32	23.4	101	38.4	133	33.3	3.027	0.002	0.01
القضايا الصحية بشكل عام	32	23.4	98	37.3	130	32.5	2.814	0.005	0.01
المشكلات الاجتماعية كالفقر والبطالة	48	35.0	80	30.4	128	32.0	0.938	0.348	غير دالة
الجرائم الإلكترونية والابتزاز	35	25.5	93	35.4	128	32.0	1.994	0.046	0.05
الأوضاع الاقتصادية وغلاء الأسعار	51	37.2	67	25.5	118	29.5	2.442	0.015	0.05
قضايا الأسرة بشكل عام	23	16.8	80	30.4	103	25.8	2.955	0.003	0.01
جملة من سئلوا	137		263		400				

*سُمح للمبحوثين باختيار أكثر من بديل.

يتضح من الجدول السابق: جاءت (المعاملات بين الناس) في مقدمة القضايا التي يتابعها المبحوثين عبر شبكات التواصل وتتسبب في إثارة مخاوفهم بنسبة 45.3٪، وجاءت (الأحداث والقضايا السياسية) في المرتبة الثانية بنسبة 38.3٪، وجاء (الجرائم كالقتل والسرقة والخطف) في المرتبة الثالثة بنسبة 36٪، وأخيراً جاءت (قضايا الأسرة بشكل عام) بنسبة 25.8٪.

وقد أوضحت النتائج التفصيلية وجود اختلاف في النسب المئوية لاستجابات المبحوثين حول القضايا التي يتابعها المبحوثون عبر شبكات التواصل وتتسبب في إثارة مخاوفهم وفقًا للنوع:

- ترتفع نسبة (الأحداث والقضايا السياسية) عند الذكور عن الإناث، حيث جاءت النسب (48.2٪، 33.1٪) والفارق دال إحصائيًا، حيث بلغت قيمة z المحسوبة 2.944، وهي أعلى من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 99٪.
- ترتفع نسبة (الجرائم كالقتل والسرقة والخطف) عند الإناث عن الذكور، حيث جاءت النسب (40.7٪، 27٪) والفارق دال إحصائيًا، حيث بلغت قيمة z المحسوبة 2.701، وهي أعلى من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 99٪.
- ترتفع نسبة (مستجدات فيروس كورونا) عند الإناث عن الذكور، حيث جاءت النسب (38.4٪ 23.4٪) والفارق دال إحصائيًا، حيث بلغت قيمة z المحسوبة 3.027، وهي أعلى من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 99٪.
- ترتفع نسبة (القضايا الصحية بشكل عام) عند الإناث عن الذكور، حيث جاءت النسب (37.3٪ 23.4٪) والفارق دال إحصائيًا، حيث بلغت قيمة z المحسوبة 2.814، وهي أعلى من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 99٪.

- ترتفع نسبة (الجرائم الإلكترونية والابتزاز) عند الإناث عن الذكور، حيث جاءت النسب (35.4٪، 25.5٪) والفارق دال إحصائيًا، حيث بلغت قيمة z المحسوبة 1.994، وهي أعلى من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 95٪.
- ترتفع نسبة (الأوضاع الاقتصادية وغلاء الأسعار) عند الذكور عن الإناث، حيث جاءت النسب (37.2٪، 25.5٪) والفارق دال إحصائيًا، حيث بلغت قيمة z المحسوبة 2.442، وهي أعلى من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 95٪.
- ترتفع نسبة (قضايا الأسرة بشكل عام) عند الإناث عن الذكور، حيث جاءت النسب (30.4٪، 16.8٪) والفارق دال إحصائيًا، حيث بلغت قيمة z المحسوبة 2.955، وهي أعلى من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 99٪.

وبالنظر إلى الفروق السابقة بين الذكور والإناث من حيث نوعية القضايا التي يتعرضون لها وتثير مخاوفهم؛ نجد أن جميعها لصالح الإناث، عدا القضايا السياسية والأوضاع الاقتصادية كغلاء الأسعار فيتأثر بها الذكور أكثر من الإناث، وهي تعد نتيجة منطقية، فالإناث يتأثرن بقضايا الأسرة والجرائم الإلكترونية والابتزاز التي قد تسبب لهم نوعًا من الخوف مقارنة بالذكور.

7. أنماط تفاعل المبحوثين مع القضايا والأحداث بشبكات التواصل الاجتماعى:

جدول (9)

أنماط تفاعل المبحوثين مع القضايا والأحداث بشبكات التواصل الاجتماعي وفقًا للنوع

النوع / الأنماط	ذكور		إناث		الإجمالى		قيمة Z	المعنوية	الدلالة
	ك	٪	ك	٪	ك	٪			
أكتفى بقراءتها	84	61.3	158	60.1	242	60.5	0.240	0.810	غير دالة
أناقشها مع الأهل والمحيطين	41	29.9	120	45.6	161	40.3	3.035	0.002	0.01
أعطى reaction عليها	49	35.8	76	28.9	125	31.3	1.405	0.160	غير دالة
أشاركها مع الآخرين	27	19.7	52	19.8	79	19.8	0.015	0.988	غير دالة
أكتب تعليقًا عليها	34	24.8	34	12.9	68	17.0	3.000	0.003	0.01
جملة من سُئلوا	137		263		400				

*سُمح للمبحوثين باختيار أكثر من بديل.

يتضح من الجدول السابق: جاءت (أكتفي بقراءتها) في مقدمة أنماط تفاعل المبحوثين مع القضايا والأحداث بشبكات التواصل الاجتماعي بنسبة 60.5٪، وجاءت (أناقشها مع الأهل والمحيطين) في المرتبة الثانية بنسبة 40.3٪، وجاء (أعطي reaction عليها) في المرتبة الثالثة بنسبة 31.3٪، وأخيرًا جاءت (أكتب تعليقًا عليها) بنسبة 17٪.

وقد أوضحت النتائج التفصيلية وجود اختلاف في النسب المئوية لاستجابات المبحوثين حول أنماط تفاعلهم مع القضايا والأحداث بشبكات التواصل الاجتماعي وفقًا للنوع:

- ترتفع نسبة (أناقشها مع الأهل والمحيطين) عند الإناث عن الذكور، حيث جاءت النسب (45.6٪، 29.9٪) والفارق دال إحصائيًا، حيث بلغت قيمة z المحسوبة 3.035، وهي أعلى من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 99٪.

- ترتفع نسبة (أكتب تعليق عليها) عند الذكور عن الإناث، حيث جاءت النسب (24.8٪، 12.9٪) والفارق دال إحصائيًا، حيث بلغت قيمة z المحسوبة 3.000، وهي أعلى من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 99٪.

8. **تصديق المبحوثين الأخبار عبر شبكات التواصل الاجتماعى:**

جدول (10)

تصديق المبحوثين الأخبار عبر شبكات التواصل الاجتماعي وفقًا للنوع

النوع / المدى	ذكور		إناث		الإجمالى	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪
أصدقها دائما	3	2.2	3	1.1	6	1.5
إلى حد ما	122	89.1	245	93.2	367	91.8
لا أصدقها	12	8.8	15	5.7	27	6.8
الإجمالى	137	100	263	100	400	100

قيمة كا^2=2.072 درجة الحرية =2 مستوى المعنوية=0.355 الدلالة =غير دالة معامل التوافق=0.072

يتضح من الجدول السابق: أن 1.5٪ من المبحوثين يصدقون الأخبار عبر شبكات التواصل الاجتماعي، و91.8٪ منهم يصدقونها (إلى حد ما)، ولم يصدقها 6.8٪ منهم.

وبحساب قيمة كا^2 بلغت (2.072) عند درجة حرية = (2)، وهي قيمة غير دالة إحصائيًا، ويعني ذلك عدم وجود علاقة دالة إحصائيًا بين نوع المبحوثين (الذكور، والإناث) وتصديقهم الأخبار عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

ويمكن تفسير هذه النتيجة التي تشير إلى أنه على الرغم من استخدام المبحوثين الدائم لشبكات التواصل الاجتماعي إلا أنهم لا يزالون يفتقدون مصداقيتها؛ في ضوء فوضى المعلومات، التي تعود إلى كثرة الحسابات الموجودة على هذه الشبكات، وزيادة المعلومات مجهولة المصدر، فضلًا عن غياب الرقابة على ما ينشر من معلومات، وتتعدد أشكال فوضى المعلومات على الشبكات الاجتماعية (وفقًا لما أشارت إليه دراسة أميرة أحمد، 2019م)[52]، التي تؤثر بالتبعية على مصداقية شبكات التواصل الاجتماعي لدى المستخدمين؛ ومنها: المعلومات مجهولة المصدر، وانتهاكات الخصوصية، وانتهاك حقوق الملكية الفكرية وحقوق الناشرين، وانتشار المعلومات المزيفة والمتناقضة، وصناعة

الفيروسات ونشرها، والاختراقات وتعطيل الأجهزة، وتعدد الحسابات الشخصية أو المؤسسية.

❖ **المحور الثانى: تقييم الجمهور لشبكات التواصل الاجتماعى وتأثيرها على سمات المخاوف المدركة**

9. **تقييم المبحوثين لدور شبكات التواصل الاجتماعى في إدراك الواقع المجتمعى:**

جدول (11)

تقييم المبحوثين لدور شبكات التواصل الاجتماعي في إدراك الواقع المجتمعي

العبارات / الاستجابة	غير موافق		محايد		موافق		المتوسط الحسابى	الانحراف المعياري	الاستجابة	الوزن النسبى
	ك	٪	ك	٪	ك	٪				
إدراك عام للواقع										
تأخذ الأحداث والوقائع أكبر من حجمها على شبكات التواصل	17	4.3	88	22.0	295	73.8	2.70	0.546	موافق	90.0
ازداد معدل الجرائم في المجتمع المصري	30	7.5	90	22.5	280	70.0	2.63	0.621	موافق	87.7
شبكات التواصل لها دور إيجابى في التصدي للمجرمين	44	11.0	151	37.8	205	51.3	2.40	0.679	موافق	80.0
شبكات التواصل تتسبب في نشر الذعر في المجتمع	46	11.5	153	38.3	201	50.3	2.39	0.684	موافق	79.7
تعرض الجيد والسيئ أي تعكس الواقع كما هو	69	17.3	192	48.0	139	34.8	2.18	0.700	محايد	72.7
شبكات التواصل أغلبها شائعات لا أساس لها من الصحة	68	17.0	203	50.8	129	32.3	2.15	0.686	محايد	71.7
لولا شبكات التواصل ما زاد الخوف لدى	101	25.3	182	45.5	117	29.3	2.04	0.738	محايد	68.0
لها دور إيجابى في تهدئة أي مخاوف لدى الجمهور	97	24.3	197	49.3	106	26.5	2.02	0.713	محايد	67.3
شبكات التواصل تهتم بعرض الأخبار السلبية فقط	191	47.8	157	39.3	52	13.0	1.65	0.699	محايد	55.0
إدراك الواقع الصحى										

العبارات / الاستجابة	غير موافق		محايد		موافق		المتوسط الحسابى	الانحراف المعياري	الاستجابة	الوزن النسبى
	ك	٪	ك	٪	ك	٪				
ركّزت على أن تطور الفيروس وتحوره يحد من إمكانية السيطرة عليه	46	11.5	158	39.5	196	49.0	2.38	0.682	موافق	79.3
ركّزت على عدم وجود أماكن بالمستشفيات	70	17.5	150	37.5	180	45.0	2.28	0.742	محايد	76.0
ركّزت شبكات التواصل على أن فيروس كورونا قاتل لا محالة	105	26.3	161	40.3	134	33.5	2.07	0.771	محايد	69.0
ركّزت على عدم فاعلية اللقاح في الوقاية	151	37.8	158	39.5	91	22.8	1.85	0.764	محايد	61.7
إدراك واقع المعاملات										
التنمر الإلكترونى من سمات السوشيال ميديا	26	6.5	96	24.0	278	69.5	2.63	0.603	موافق	87.7
ركّزت على تدنى الأخلاق والسلوكيات العامة	35	8.8	115	28.8	250	62.5	2.54	0.652	موافق	84.7
ركّزت على تفاقم قضايا الأسرة بأنواعها	39	9.8	146	36.5	215	53.8	2.44	0.665	موافق	81.3
ركّزت الأخبار والقصص على أنه لا خير في الناس	99	24.8	185	46.3	116	29.0	2.04	0.733	محايد	68.0
إدراك واقع الجريمة										
انتشرت الجرائم الإلكترونية وقضايا الابتزاز المادي والمعنوي	10	2.5	81	20.3	309	77.3	2.75	0.489	موافق	91.7
حوادث القتل تزداد يوما بعد يوم	14	3.5	103	25.8	283	70.8	2.67	0.539	موافق	89.0
الخطف والسرقة في كل مكان	34	8.5	122	30.5	244	61.0	2.53	0.648	موافق	84.3
ركّزت الأخبار والقصص أنه لا وجود للأمانة والضمير في مجتمعنا	59	14.8	180	45.0	161	40.3	2.26	0.697	محايد	75.3
الإجمالى					400					

يتضح من الجدول السابق: تقييم المبحوثين لدور شبكات التواصل الاجتماعي في إدراك الواقع المجتمعي، وقد جاءت (تأخذ الأحداث والوقائع أكبر من حجمها على شبكات التواصل) في المرتبة الأولى لمحور إدراك عام للواقع بوزن نسبي 90، وجاءت (ازداد معدل الجرائم في المجتمع المصري) في المرتبة الثانية بوزن نسبي 87.7، وجاءت (شبكات التواصل لها دور إيجابي في التصدي للمجرمين) في المرتبة الثالثة بوزن نسبي 80، وأخيرًا جاءت (شبكات التواصل تهتم بعرض الأخبار السلبية فقط) بوزن نسبي 55.

ويمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء تعدد مصادر وجهات بثّ الأخبار والقضايا وإعادة نشرها على منصات اجتماعية مختلفة، ومشاركة الآخرين لها عبر صفحات التواصل الاجتماعي، وتعدد الرؤى والتفسيرات للواقعة الواحدة من جهة، والتهويل والمبالغة في تناول الأحداث من جهة أخرى.

ونستعين في تفسير هذه النتيجة بإجابة التساؤل الآتي: لماذا يسود الاعتقاد بوجود علاقة أكيدة بين التعرض لوسائل الإعلام لا سيما شبكات التواصل الاجتماعي وإحساس الأفراد بالخطر والخوف وتشكيل إدراكهم للواقع المجتمعي؟ فبعيدًا عن الحقيقة التي تشير إلى أن الأفراد هم أنفسهم من يضعون هذه الوسائل في مقدمة مصادرهم للحصول على المعلومات بشأن الأزمات المختلفة، وأنها السبب الرئيسي في سيادة الاعتقاد لديهم بوجود مخاطر بالمجتمع، إلا أن السبب المنطقي الذي يمكن الركون إليه هو أن وسائل الإعلام المختلفة تجيد التعبير عن نفسها بشكل جيد جدًا ومفهوم للغاية لكل من المشاهد والمستمع والقارئ، فالأفراد العاديون عادة لا يجيدون فهم البيانات الكمية والإحصاءات بقدر ما يجيدون فهم الجمل والعبارات الكيفية الإنشائية، وهو ما برعت فيه مضامين وسائل الإعلام، حيث تعمل وسائل الإعلام خادمًا أمينًا لكل ما يثير الإحساس والعاطفة حتى لدى تقديم الأحداث العادية مذكرة بالأخلاق والمثالي من التصرفات، ومحذرة مما يهدد الحياة السلمية للأفراد، وذلك بصرف النظر عن أحقية هذه الطريقة من التصوير في التعبير عن واقع حياة الأفراد أم لا، وهي بذلك تضع تعريفات محددة سلفًا للواقع، وأساليب التصرف ورود الأفعال المتبغاة من الأفراد، ثم تقييمهم للواقع من حولهم بشكل عام[53].

ويتضح من الجدول السابق: تقييم المبحوثين لدور شبكات التواصل الاجتماعي في إدراك الواقع المجتمعي، وقد جاءت (ركَّزت على أن تطور الفيروس وتحوره يحد من إمكانية السيطرة عليه) في المرتبة الأولى لمحور إدراك الواقع الصحي بوزن نسبي 79.3، وجاءت

(ركَّزت على عدم وجود أماكن بالمستشفيات) في المرتبة الثانية بوزن نسبي 76، وجاءت (ركَّزت شبكات التواصل على أن فيروس كورونا قاتل لا محالة) في المرتبة الثالثة بوزن نسبي 69، وأخيرًا جاءت (ركَّزت على عدم فاعلية اللقاح في الوقاية) بوزن نسبي 61.7.

وبيَّنت نتائج الدراسة الدور السلبي في تناول جائحة كورونا على شبكات التواصل الاجتماعي، فتكرار التعرض للقصص والأخبار السلبية حول جائحة كورونا يزيد من معدل قلق المبحوثين من الواقع المحيط بهم، وهو ما أكدته دراسة (إيناس الخريبي، 2020م)، فقد بيَّنت أن انتشار الأخبار السلبية وعرض القصص الدرامية والتهويل والمبالغة في عرض عدد الإصابات والوفيات كان في مقدمة الأساليب وعناصر المحتوى التي تسببت في إثارة الخوف لدى المستخدمين، وهو ما تم استكماله بعرض تطورات انتشار الفيروس ومستجداته باستخدام الأساليب نفسها؛ لذلك جاء تقييم المبحوثين لتركيز شبكات التواصل على أن تطور الفيروس وتحوره يحد من إمكانية السيطرة عليه، فقد أُجريت هذه الدراسة في ظلِّ تطور الفيروس وظهور سلالة جديدة شديدة التحور من فيروس كورونا "أوميكرون" (مثل متحورات ألفا ودلتا).

كما يتضح من الجدول السابق: تقييم المبحوثين لدور شبكات التواصل الاجتماعي في إدراك الواقع المجتمعي، وقد جاءت (التنمر الإلكتروني من سمات السوشيال ميديا) في المرتبة الأولى لمحور إدراك الواقع المعاملات بوزن نسبي 87.7، وجاءت (ركَّزت على تدني الأخلاق والسلوكيات العامة) في المرتبة الثانية بوزن نسبي 84.7، وجاءت (ركَّزت على تفاقم قضايا الأسرة بأنواعها) في المرتبة الثالثة بوزن نسبي 81.3، وأخيرًا جاءت (ركَّزت الأخبار والقصص على أنه لا خير في الناس) بوزن نسبي 68.

وهو ما يشير إلى مدى إدراك المستخدمين لمصطلح "التنمر الإلكتروني"، وهو كظاهرة حديثة، ولكنه امتداد للتنمر الذي يعد مشكلة قديمة اتخذت شكلًا إلكترونيًا بعد دمج التكنولوجيا الحديثة في حياتنا اليومية وهويتنا الرقمية، وهو سلوك متكرر يهدف إلى إخافة أو استفزاز المستهدفين به، أو تشويه سمعتهم مثل نشر الأكاذيب عن شخص ما، أو نشر صور محرجة له على وسائل التواصل الاجتماعي كشكل من أشكال السخرية، وإساءة من شأنها إلحاق الضرر النفسي والاجتماعي للأفراد، وهو ما أكدته دراسة (أحمد رفاعي، 2021م)[54]، فقد أظهرت نتائج الدراسات التي أجريت حول التنمر الإلكتروني على شبكات التواصل الاجتماعي أن ضحايا التنمر الإلكتروني معرضون بشكل خطير للأفكار

الانتحارية ومحاولات الانتحار، مقارنة بأولئك الذين لم يتعرضوا للتنمر Kanyinga& (Roumeliltis, and Xu, 2014).

ويتضح من الجدول السابق: تقييم المبحوثين لدور شبكات التواصل الاجتماعي في إدراك الواقع المجتمعي أن (انتشرت الجرائم الإلكترونية وقضايا الابتزاز المادي والمعنوي) جاءت في المرتبة الأولى لمحور إدراك واقع الجريمة بوزن نسبي 91.7، وجاءت (حوادث القتل تزداد يوماً بعد يوم) في المرتبة الثانية بوزن نسبي 89، وجاءت (الخطف والسرقة في كل مكان) في المرتبة الثالثة بوزن نسبي 84.3، وأخيراً جاءت (ركَّزت الأخبار والقصص أنه لا وجود للأمانة والضمير في مجتمعنا) بوزن نسبي 75.3.

فنظراً للانتشار الواسع لشبكات التواصل الاجتماعي واستخدامها الكبير من قبل جميع فئات المجتمع، يستغل المبتزون ذلك لتصيد ضحاياهم، سواء بتهديد الضحية وترهيبها بنشر صور أو مقاطع مصورة، أو تسريب معلومات سرية تخص الضحية مقابل دفع مبالغ مالية أو استغلال الضحية للقيام بأعمال غير مشروعة لصالح المبتزين، ويعد الابتزاز الإلكتروني إحدى أخطر القضايا الاجتماعية والقانونية التي تصدرت العناوين في المجتمع المصري، فقد شهدت مصر تنامي قضايا الابتزاز الإلكتروني، وارتفاع وتيرتها، مما أدى إلى وقوع ضحايا فقدوا حياتهم نتيجة لهذه الجرائم التي يعاقب عليها بموجب القانون المصري، وقد زاد من إدراك هذه الجرائم عدد الضحايا الذين تعرضوا للابتزاز ووصل حد الانتحار، خاصة قبل البدء في تطبيق هذه الدراسة، وهو ما يمكن ربطه بزيادة إدراك المبحوثين للجرائم الإلكترونية وقضايا الابتزاز، حيث شهدت محافظة الغربية في يناير 2021م واقعة انتحار فتاة مصرية[55] بعد تعرضها للابتزاز الإلكتروني ونشر صور "مفبركة" لها، وهو ما أثار استياءً واسعًا بالأوساط المصرية، وسط مطالب مختلفة نادى بها عديد من النشطاء والإعلاميون ومشاهير، بضرورة تغليظ العقوبات المقررة فيما يخص الابتزاز عبر مواقع وصفحات التواصل الاجتماعي.

والجدول الآتي يوضح تقييم المبحوثين لدور شبكات التواصل الاجتماعي في إدراك الواقع المجتمعي

المستوي	ك	٪
منخفض	7	1.8
متوسط	179	44.8
مرتفع	214	53.5
الإجمالى	400	100

تكشف بيانات الجداول السابقة ارتفاع تأييد المبحوثين للأدوار السلبية لشبكات التواصل الاجتماعي في المجتمع، فقد حازت العبارات السلبية النسبة الأعلى من تأييد المبحوثين.

10. **شعور المبحوثين بعد تعرضهم للقصص والأخبار السلبية:**

جدول (12)

شعور المبحوثين بعد تعرضهم للقصص والأخبار السلبية وفقًا للنوع

النوع / المتغيرات	ذكور		إناث		الإجمالى		قيمة Z	المعنوية	الدلالة
	ك	٪	ك	٪	ك	٪			
الحزن	67	48.9	120	45.6	187	46.8	0.623	0.533	غير دالة
الإحباط	52	38.0	123	46.8	175	43.8	1.684	0.092	غير دالة
طاقة سلبية تتملكنى	41	29.9	130	49.4	171	42.8	3.737	0.000	0.001
فقدان الشغف	63	46.0	101	38.4	164	41.0	1.461	0.144	غير دالة
الخوف	17	12.4	118	44.9	135	33.8	6.507	0.000	0.001
ألجأ للانعزال	33	24.1	68	25.9	101	25.3	0.386	0.700	غير دالة
أشعر أن حياتى مهددة	14	10.2	49	18.6	63	15.8	2.189	0.029	0.05
أدخل في نوبة اكتئاب	20	14.6	40	15.2	60	15.0	0.162	0.871	غير دالة
اضطراب في النوم	13	9.5	40	15.2	53	13.3	1.599	0.110	غير دالة
جملة من سئلوا	137		263		400				

يتضح من الجدول السابق أنه بعد تعرض المبحوثين للقصص والأخبار السلبية على شبكات التواصل الاجتماعي، توجد مشاعر مختلفة تكونت لديهم، وجاء (الحزن) في مقدمة شعور المبحوثين بعد تعرضهم للقصص والأخبار السلبية بنسبة 46.8٪، وجاء (الإحباط) في المرتبة الثانية بنسبة 43.8٪، وجاءت (طاقة سلبية تتملكني) في المرتبة الثالثة بنسبة 42.8٪، وأخيرًا جاءت (اضطراب في النوم) بنسبة 13.3٪.

وقد أوضحت النتائج التفصيلية وجود اختلاف في النسب المئوية لاستجابات المبحوثين حول شعور المبحوثين بعد تعرضهم للقصص والأخبار السلبية وفقًا للنوع:

- ترتفع نسبة (طاقة سلبية تتملكني) عند الإناث عن الذكور، حيث جاءت النسب (49.4٪، 29.2٪) والفارق دال إحصائيًا، حيث بلغت قيمة z المحسوبة 3.737، وهي أعلى من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 99.9٪.

- ترتفع نسبة (الخوف) عند الإناث عن الذكور، حيث جاءت النسب (44.9٪، 12.4٪) والفارق دال إحصائيًا، حيث بلغت قيمة z المحسوبة 6.507، وهي أعلى من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 99.9٪.
- ترتفع نسبة (أشعر أن حياتي مهددة) عند الإناث عن الذكور، حيث جاءت النسب (18.6٪، 10.2٪) والفارق دال إحصائيًا، حيث بلغت قيمة z المحسوبة 2.189، وهي أعلى من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 95٪.

فعلى الرغم من الدور الإيجابي لشبكات التواصل الاجتماعي في بعض الأحيان، إلا أنها وطبقًا لعديد من المتابعين، أسهمت في نشر المزيد من الأخبار السلبية والمشكلات المجتمعية وقضايا الخلافات والجرائم، وبذلك تركت المجال مفتوحًا لنشر الذعر والخوف على نطاق واسع، وهذا ما أشارت إليه عديد من الدراسات السابقة، من جهة أخرى يتسبب الحزن والإحباط لدى مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي قد تصل إلى إصابات نفسية حادة بسبب المقارنات التي يضعها مدمنو وسائل التواصل الاجتماعي مع غيرهم، وهو ما ينشر لديهم الحزن والخوف والقلق والتوتر؛ فضلًا عن أن مدمني فيس بوك يقارنون أوضاعهم الاجتماعية دائما بالنسبة لغيرهم، ومن ثمَّ يؤدي ذلك إلى زيادة خطر الإصابة بالحزن والإحباط.

وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة (أحمد شحاتة، 2020م)[56] من شعور الشباب بالقلق والخوف والإحباط عند التعرض لمضامين الجريمة في مواقع التواصل الاجتماعي، كما تتفق مع ما توصلت إليه دراسة (Hughes, 2018)[57] من وجود علاقة إيجابية ذات دلالة بين استخدام عدد من منصات التواصل الاجتماعي وحدوث الأعراض الثلاثة "الإحباطن والتوتر، والقلق"، واتفقت كذلك مع دراسة (أسماء خليوي، 2017م) التي أشارت إلى وجود علاقة ارتباطية طردية موجبة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي و(الاكتئاب- القلق- الانطواء)، بينما تختلف هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة (أمل نبيل، 2015م)[58] في أن استخدام الشباب لهذه المواقع حقق لهم نوعًا من الاستقرار النفسي، والتخلص من القلق، والبعد عن الضغوط الاجتماعية، كما اختلفت مع نتائج دراسة (Adam Acar, 2008)[59]، التي سعت نحو رصد تأثير استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على إدراك الأفراد للواقع الاجتماعي، وتوصلت

إلى وجود فارق كبير بين ما تقدمه هذه الشبكات على أنه "حياة" والواقع الاجتماعي الحقيقي.

❖ المحور الثالث: مستوى الخوف لدى الجمهور نتيجة الاندماج في شبكات التواصل الاجتماعى

11. نتيجة اندماج المبحوثين في شبكات التواصل:

جدول (13)

نتيجة اندماج المبحوثين في شبكات التواصل

العبارات / الاستجابة	غير موافق		محايد		موافق		المتوسط الحسابى	الانحراف المعياري	الاستجابة	الوزن النسبى
	ك	٪	ك	٪	ك	٪				
مخاوف صحية										
أشعر بالخوف من فقدان أحد أفراد أسرتى أو أصدقائى	26	6.5	72	18.0	302	75.5	2.69	0.587	موافق	89.7
أشعر بالخوف من ظهور متحور جديد للفيروس	78	19.5	105	26.3	217	54.3	2.35	0.786	موافق	78.3
أشعر بالخوف من الإصابة بفيروس كورونا	90	22.5	152	38.0	158	39.5	2.17	0.770	محايد	72.3
أشعر بالخوف من الوفاة بالفيروس	105	26.3	139	34.8	156	39.0	2.13	0.799	محايد	71.0
أشعر بالخوف من تلقى اللقاح	180	45.0	113	28.3	107	26.8	1.82	0.828	محايد	60.7
مخاوف اجتماعية										
أشعر بالخوف من التعرض للظلم أو الإهانة	54	13.5	100	25.0	246	61.5	2.48	0.722	موافق	82.7
أشعر بالخوف من التعرض للغدر أو الخيانة	56	14.0	106	26.5	238	59.5	2.46	0.728	موافق	82.0
أشعر بالخوف من التعرض لخلافات أسرية أو شخصية	70	17.5	121	30.3	209	52.3	2.35	0.760	موافق	78.3
أشعر بالخوف	91	22.8	153	38.3	156	39.0	2.16	0.770	محايد	72.0

الاستجابة / العبارات	غير موافق		محايد		موافق		المتوسط الحسابى	الانحراف المعياري	الاستجابة	الوزن النسبى
	ك	٪	ك	٪	ك	٪				
من التعامل مع الغرباء										
أشعر بالخوف من التعرض للتنمر	119	29.8	109	27.3	172	43.0	2.13	0.844	محايد	71.0
مخاوف من الجرائم										
أشعر بالخوف من استغلال صوري ومعلوماتى الشخصية	51	12.8	93	23.3	256	64.0	2.51	0.711	موافق	83.7
أشعر بالخوف من التعرض للسرقة أو النصب	61	15.3	101	25.3	238	59.5	2.44	0.744	موافق	81.3
أشعر بالخوف من التعرض للابتزاز	67	16.8	98	24.5	235	58.8	2.42	0.762	موافق	80.7
أشعر بالخوف من جرائم القتل	63	15.8	110	27.5	227	56.8	2.41	0.747	موافق	80.3
أشعر بالخوف من التشهير بى	74	18.5	103	25.8	223	55.8	2.37	0.778	موافق	79.0
الإجمالى	400									

يتضح من الجدول السابق بالنسبة للمخاوف بشكل عام:

جاءت فئة (أشعر بالخوف من فقدان أحد أفراد أسرتي أو أصدقائي) في المرتبة الأولى بوزن نسبي 89.7٪، بينما جاءت (أشعر بالخوف من استغلال صوري ومعلوماتي الشخصية) في المرتبة الثانية بوزن نسبي 83.7، وجاءت (أشعر بالخوف من التعرض للظلم أو الإهانة) في المرتبة الثالثة بوزن نسبي 82.7.

وتتوافق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه الدراسة في إدراك المبحوثين للواقع من خلال اندماجهم في شبكات التواصل الاجتماعي، التي بيَّنت إدراك المبحوثين أن تطور فيروس كورونا يحد من إمكانية السيطرة عليه، وبذلك يمكن ربط ذلك بازدياد شعورهم بالخوف من فقدان الأهل والأصدقاء، كما بيَّنت حجم إدراكهم للواقع الاجتماعي لظاهرة التنمر الإلكتروني عبر الوسائل الاجتماعية (السوشيال ميديا)، وبذلك تزداد مخاوفهم من التعرض للإهانة، كما بيَّنت الدراسة إدراك المبحوثين لازدياد الجرائم الإلكترونية والابتزاز

المادي والمعنوي، فارتبط ذلك بمخاوفهم من استغلال الصور والمعلومات الشخصية لهم على شبكات التواصل الاجتماعي وإمكانية تعرضه للابتزاز.

وبجمع متوسطات كل محور على حدة، نجد تصدر الخوف من الجريمة في مقدمة مخاوف المبحوثين نتيجة التعرض لشبكات التواصل الاجتماعي بمتوسط بلغت قيمته 2.43، يليها المخاوف الاجتماعية بمتوسط 2.32، ثم المخاوف الصحية بمتوسط 2.23.

بالنسبة للمخاوف الصحية نتيجة اندماج المبحوثين في شبكات التواصل:

جاءت (أشعر بالخوف من فقدان أحد أفراد أسرتي أو أصدقائي) في المرتبة الأولى للمخاوف الصحية نتيجة اندماج المبحوثين في شبكات التواصل بوزن نسبي 89.7، وجاءت (أشعر بالخوف من ظهور متحور جديد للفيروس) في المرتبة الثانية بوزن نسبي 78.3، وجاءت (أشعر بالخوف من الإصابة بفيروس كورونا) في المرتبة الثالثة بوزن نسبي 72.3، وجاءت (أشعر بالخوف من الوفاة بالفيروس) في المرتبة الرابعة بوزن نسبي 71، وأخيراً (أشعر بالخوف من تلقي اللقاح) بوزن نسبي 60.7.

بالنسبة للمخاوف الاجتماعية نتيجة اندماج المبحوثين في شبكات التواصل:

يتضح من الجدول السابق: أن (أشعر بالخوف من التعرض للظلم أو الإهانة) جاءت في المرتبة الأولى للمخاوف الاجتماعية نتيجة اندماج المبحوثين في شبكات التواصل بوزن نسبي 82.7، وجاءت (أشعر بالخوف من التعرض للغدر أو الخيانة) في المرتبة الثانية بوزن نسبي 82، وجاءت (أشعر بالخوف من التعرض لخلافات أسرية أو شخصية) في المرتبة الثالثة بوزن نسبي 78.3، وجاءت (أشعر بالخوف من التعامل مع الغرباء) في المرتبة الرابعة بوزن نسبي 72، وأخيراً (أشعر بالخوف من التعرض للتنمر) بوزن نسبي 71.

بالنسبة للمخاوف من الجريمة نتيجة اندماج المبحوثين في شبكات التواصل:

يتضح من الجدول السابق: أن (أشعر بالخوف من استغلال صوري ومعلوماتي الشخصية) جاءت في المرتبة الأولى للمخاوف من الجرائم نتيجة اندماج المبحوثين في شبكات التواصل بوزن نسبي 83.7، وجاءت (أشعر بالخوف من التعرض للسرقة أو النصب) في المرتبة الثانية بوزن نسبي 81.3، وجاءت (أشعر بالخوف من التعرض للابتزاز) في المرتبة الثالثة بوزن نسبي 80.7، وجاءت (أشعر بالخوف من جرائم القتل)

في المرتبة الرابعة بوزن نسبي 80.3، وأخيراً (أشعر بالخوف من التشهير بي) بوزن نسبي 79.

والجدول الآتي يوضح نتيجة اندماج المبحوثين في شبكات التواصل شبكات التواصل الاجتماعي على مستوى الخوف

المستوي	ك	٪
منخفض	37	9.3
متوسط	135	33.8
مرتفع	228	57.0
الإجمالى	400	100.0

تشير بيانات الجدول السابق إلى ارتفاع مستوى الخوف المتشكل لدى المبحوثين نتيجة تعرضهم لشبكات التواصل الاجتماعي، فتركيز هذه المنصات على الأخبار السلبية، مثل تنامي معدلات الجرائم في المجتمع، وانتشار الأمراض والأوبئة، وسرعة نشر هذه الأخبار على مختلف الشبكات من خلال مصادر متنوعة أحدث نوعاً من الخوف لدى مستخدمي هذه الشبكات، وهذا ما أقرت به عديد من الدراسات والأبحاث السابقة، حيث تتفق هذه النتيجة مع عديد من الدراسات التي أشارت إلى التأثير السلبي بالخوف والقلق على مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي، مثل: دراسة (Trnka R., Lorencova R., 2020)[60]، التي توصلت إلى أن الرسائل التشاؤمية التي بثتها وسائل الإعلام التشيكية أسهمت بشكل كبير في نشر الخوف والفزع والضغوط النفسية لدى عينة الدراسة.

وكذلك دراسة (Ahmad A., Murad H., 2020)[61] التي توصلت إلى وجود علاقة بين التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي، بخاصةً موقع فيس بوك، وإثارة الخوف والتأثير العقلي والنفسي السلبي، كما تتشابه مع ما توصلت إليه دراسة (هشام رشدي، 2019م)[62] في أنه كلما زاد تعرض المبحوثين لحوادث اختطاف الأطفال على مواقع التواصل الاجتماعي تزداد درجة الخوف الاجتماعي لديهم, واتفقت أيضاً مع دراسة (Allcott ،٢٠١٩)[63]، التي خلصت إلى أن زيادة معدلات استخدام هذه المواقع يؤدي إلى رفع معدلات عدم الرضا والغضب من الواقع الاجتماعي والخوف من الاندماج به، واتفقت كذلك مع دراسة (Wollebæk،2019)[64] التي خلصت أيضاً إلى وضوح دور هذه المواقع في زيادة فرص الإصابة بأمراض الخوف من الفقد الاجتماعي.

12. **استفادة المبحوثين المعرفية نتيجة اندماجهم في شبكات التواصل الاجتماعي:**

جدول (14)

استفادة المبحوثين المعرفية نتيجة اندماجهم في شبكات التواصل الاجتماعي

الاستجابة / العبارات	غير موافق		محايد		موافق		المتوسط الحسابى	الانحراف المعيارى	الاستجابة1	الوزن النسبى
	ك	٪	ك	٪	ك	٪				
وجدت معلومات جيدة أفادتنى للتصدي لفيروس كورونا ومستجداته	34	8.5	110	27.5	256	64.0	2.56	0.647	موافق	85.3
وجدت معلومات حول كيفية التصدي لمحاولات الابتزاز التى تعرضت أو قد أتعرض لها	56	14.0	134	33.5	210	52.5	2.39	0.720	موافق	79.7
وجدت معلومات ساعدتنى على إدارة علاقاتى بشكل سليم	59	14.8	133	33.3	208	52.0	2.37	0.728	موافق	79.0
وجدت معلومات تخفف من إمكانية تعرضى للجرائم وأطبقها	72	18.0	146	36.5	182	45.5	2.28	0.749	محايد	76.0
الإجمالى					400					

يتضح من الجدول السابق: استفادة المبحوثين المعرفية نتيجة اندماجهم في شبكات التواصل الاجتماعي وقد جاءت (وجدت معلومات جيدة أفادتني للتصدي لفيروس كورونا ومستجداته) في المرتبة الأولى بوزن نسبي 85.3، وجاءت (وجدت معلومات حول كيفية التصدي لمحاولات الابتزاز التي تعرضت أو قد أتعرض لها) في المرتبة الثانية بوزن نسبي 79.7، وجاءت (وجدت معلومات ساعدتني على إدارة علاقاتي بشكل سليم) في المرتبة الثالثة بوزن نسبي 79، وأخيراً جاءت (وجدت معلومات تخفف من إمكانية تعرضي للجرائم وأطبقها) بوزن نسبي 76.

وبيَّنت نتائج الدراسة أنه على الرغم من دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الخوف والقلق بين الأفراد، إلا أنها امتلكت القدرة أيضًا على إمدادهم بالمعلومات اللازمة للتصدي لهذه المخاوف، وهو ما أكدته الدراسات السابقة، من جهة أشارت دراسة

[1] من 1 إلى 1.66 غير موافق -- من 1.67 إلى 2.33 إلى حد ما -- من 2.34 إلى 3 موافق.

(Li X, Liu Q, 2020[65]) إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي أداة لتعزيز السلوكيات للوقاية من Covid-19 بين الجمهور، بينما من جهة أخرى، أشارت دراسة (Araz Ramazan, 2020)[66] إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي لها تأثير كبير في نشر الخوف والذعر المرتبط بتفشي فيروس كورونا في كردستان العراق، مع تأثير سلبي محتمل على الصحة العقلية للناس ورفاههم النفسي.

ثانيا: نتائج اختبار صحة الفروض:

الفرض الأول:

توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى اندماج المبحوثين في شبكات التواصل الاجتماعى ومستوى الخوف المجتمعى لديهم:

جدول (15)

معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين مستوى اندماج المبحوثين في شبكات التواصل الاجتماعي ومستوى الخوف المجتمعي لديهم

المتغيرات	مستوى الخوف المجتمعى لديهم				
	معامل الارتباط	الاتجاه	القوة	مستوى المعنوية	الدلالة
مستوى اندماج المبحوثين في شبكات التواصل الاجتماعى	0.191	طردية	ضعيفة	0.040	0.05

يشير الجدول السابق إلى ما يلي: وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين مستوى اندماج المبحوثين في شبكات التواصل الاجتماعي ومستوى الخوف المجتمعي لديهم، حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون (0.191)، وهي قيمة دالة عند مستوى ثقة 95٪.

فقد بينت نتائج الدراسة ارتفاع نسبة المبحوثين المندمجين في شبكات التواصل الاجتماعي؛ إلا أن هذه النسبة من الأفراد المندمجين والمرتبطين بهذا الواقع الافتراضي أفرزت عديدًا من المشكلات النفسية والاجتماعية كأحد أهم التأثيرات السلبية للارتباط بهذه الشبكات، يتمثل أحدها في خلق الخوف لدى المتابعين نتيجة كثافة الأخبار السلبية وتسليط الضوء على المشكلات المجتمعية.

الفرض الثاني:

توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى اندماج المبحوثين في شبكات التواصل الاجتماعى وتقييمهم لدورها كمؤشر لإدراك الواقع لديهم:

جدول (16)

معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين مستوى اندماج المبحوثين في شبكات التواصل الاجتماعي وتقييمهم لدورها كمؤشر لإدراك الواقع لديهم

المتغيرات	تقييمهم لدورها كمؤشر لإدراك الواقع لديهم				
	معامل الارتباط	الاتجاه	القوة	مستوى المعنوية	الدلالة
مستوى اندماج المبحوثين في شبكات التواصل الاجتماعى	0.027	-	-	0.594	غير دالة

يشير الجدول السابق إلى ما يلي: عدم وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين مستوى اندماج المبحوثين في شبكات التواصل الاجتماعي وتقييمهم لدورها كمؤشر لإدراك الواقع لديهم، حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون (0.027)، وهي قيمة غير دالة، وهو ما يعني عدم تأثير مستوى اندماج المبحوثين في شبكات التواصل الاجتماعي في رؤيتهم لملامح الواقع الاجتماعي الذي تقدمه هذه الشبكات.

الفرض الثالث:

توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى اندماج المبحوثين في شبكات التواصل الاجتماعى والاستجابة السلوكية لتفادي الخوف:

جدول (17)

معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين مستوى اندماج المبحوثين في شبكات التواصل الاجتماعي والاستجابة السلوكية لتفادي الخوف

المتغيرات	الاستجابة السلوكية لتفادى الخوف				
	معامل الارتباط	الاتجاه	القوة	مستوى المعنوية	الدلالة
مستوى اندماج المبحوثين في شبكات التواصل الاجتماعى	0.124*	طردية	ضعيفة	0.013	0.05

يشير الجدول السابق إلى ما يلي: وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين مستوى اندماج المبحوثين في شبكات التواصل الاجتماعي والاستجابة السلوكية لتفادي الخوف، حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون (0.124)، وهي قيمة دالة عند مستوى ثقة 95٪، فكما يؤثر اندماج المبحوثين على خلق المشاعر السلبية للمبحوثين، كان له أثر

كذلك على الاستجابة لما تنشره صفحات الشبكات الاجتماعية من معلومات لها تأثير إيجابي على استجاباتهم السلوكية إزاء هذه المخاوف والمشاعر السلبية، وهو ما يؤكد أن شبكات التواصل الاجتماعي سلاح ذو حدين.

الفرض الرابع:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين من حيث السن والنوع والمستوى التعليمى على مقياس الخوف المجتمعى المتشكل لديهم:

الفرض الرابع: (أ): توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين من حيث النوع على مقياس الخوف المجتمعي المتشكل لديهم.

تم استخدام اختبار (T.Test) لقياس الفروق بين متوسطات درجات المبحوثين محل الدراسة علي مقياس الخوف المجتمعي المتشكل لديهم وفقًا للنوع.

جدول (18)

نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق بين متوسطات درجات المبحوثين محل الدراسة على مقياس الخوف المجتمعي المتشكل لديهم وفقًا للنوع

المتغير	النوع	العدد	م	ع	قيمة (ت)	مستوى المعنوية	الدلالة
مقياس الخوف المجتمعى	ذكور	137	32.47	7.630	5.013	0.000	0.001
	إناث	263	36.15	6.600			

تشير نتائج تطبيق اختبار "ت" إلى وجود فروق بين متوسطات المبحوثين محل الدراسة على مقياس الخوف المجتمعي المتشكل لديهم وفقًا للنوع لصالح الإناث.

فالإناث أكثر عرضة للإصابة بالقلق والخوف مقارنة بالذكور، نظرًا لاختلاف التنشئة الاجتماعية للجنسين، وللاختلافات النفسية بين الذكور والإناث، وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة (هشام رشدي، 2019م)[67]، فقد أشارت الدراسة إلى أن الإناث حصلن على درجات مرتفعة على مقياس الخوف الناتج عن التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي مقارنة بالذكور، كما تتفق مع ما توصلت إليه دراسة (ماريان عماد، 2019م)[68] من أن الإناث أشد قلقًا من الذكور فيما يتعلق بمستوى القلق العام.

الفرض الرابع (ب): توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين من حيث السن حول مقياس الخوف المجتمعي المتشكل لديهم.

جدول (19)

نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي (ANOVA) لقياس دلالة الفروق بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس الخوف المجتمعي المتشكل لديهم وفقًا للسن

المتغيرات	مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	المعنوية	الدلالة
الخوف المجتمعى المتشكل لديهم	بين المجموعات	1193.839	2	596.919	12.242	0.000	0.001
	داخل المجموعات	19358.099	397	48.761			
	المجموع	20551.938	399				

تشير نتائج تطبيق الاختبار إلى وجود فروق بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس الخوف المجتمعي المتشكل لديهم وفقًا للسن، حيث بلغت قيمة "ف" قيمة دالة إحصائيًا.

ولمعرفة مصدر ودلالة الفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات المبحوثين محل الدراسة، تم استخدام الاختبار البعدي بطريقة أقل فرق معنوي.

جدول (20)

نتائج تحليل L.S.D لمعرفة مصدر الفروق بين متوسطات درجات المبحوثين حول الخوف المجتمعي المتشكل لديهم وفقًا للسن

متغير	المجموعات	أقل من 21 سنة	من 21 إلى أقل من 35	من 35 إلى أقل من 45
الخوف المجتمعى المتشكل لديهم	أقل من 21 سنة	-	-	0.001
	من 21 إلى أقل من 35	-	-	0.001
	من 35 إلى أقل من 45	-	-	-

يتضح من الجدول السابق: اختلاف المتوسطات الحسابية للمجموعات التي تمثل مستويات عمرية مختلفة، ولمعرفة مصدر التباين للفروق بين المتوسطات الحسابية

لمجموعات المبحوثين أُجري اختبار L.S.D لمعرفة دلالة هذه الفروق ولصالح أي من المجموعات المختلفة.

وأكدت نتائج اختبار L.S.D وجود اختلاف بين المبحوثين محل الدراسة ذوي العمر (أقل من 21 سنة)، والمبحوثين ذوي العمر (من 35 إلى أقل من 45) بفارق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 4.532*، وهو فرق دال لصالح ذوي العمر من 35 إلى أقل من 45.

وكذلك أكدت نتائج اختبار L.S.D وجود اختلاف بين المبحوثين محل الدراسة ذوي العمر (من 21 إلى أقل من 35) والمبحوثين ذوي العمر (من 35 إلى أقل من 45) بفارق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 5.867*، وهو فرق دال لصالح ذوي العمر من 35 إلى أقل من 45.

الفرض الرابع (ج): توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين من حيث المستوى التعليمي حول مقياس الخوف المجتمعي المتشكل لديهم.

جدول (21)

نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي (ANOVA) لقياس دلالة الفروق بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس الخوف المجتمعي المتشكل لديهم وفقًا للمستوى التعليمي

المتغيرات	مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	المعنوية	الدلالة
الخوف المجتمعى المتشكل لديهم	بين المجموعات	535.002	2	267.501	5.305	0.005	0.01
	داخل	20016.935	397	50.420			
	المجموع	20551.938	399				

تشير نتائج تطبيق الاختبار إلى وجود فروق بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس الخوف المجتمعي المتشكل لديهم وفقًا للمستوى التعليمي، حيث بلغت قيمة "ف" قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى ثقة 99٪.

ولمعرفة مصدر ودلالة الفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات المبحوثين محل الدراسة، استُخدم الاختبار البعدي بطريقة أقل فرق معنوي.

جدول (22)

نتائج تحليل L.S.D لمعرفة مصدر الفروق بين متوسطات درجات المبحوثين حول الخوف المجتمعي المتشكل لديهم وفقًا للمستوى التعليمي

متغير	المجموعات	أقل من جامعى	طالب جامعى	دراسات عليا
الخوف المجتمعى المتشكل لديهم	أقل من جامعى	_	-	0.01
	طالب جامعى	_	-	0.05
	دراسات عليا	_	-	_

يتضح من الجدول السابق: اختلاف المتوسطات الحسابية للمجموعات التي تمثل مستويات تعليمية مختلفة، ولمعرفة مصدر التباين للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات المبحوثين أُجري اختبار L.S.D لمعرفة مدى دلالة هذه الفروق ولصالح أي من المجموعات المختلفة.

أكدت نتائج اختبار L.S.D وجود اختلاف بين المبحوثين محل الدراسة ذوي التعليم (أقل من جامعي) والمبحوثين ذوي التعليم (دراسات عليا) بفراق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 3.531*، وهو فرق دال لصالح ذوي التعليم دراسات عليا.

وأكدت نتائج اختبار L.S.D ووجود اختلاف بين المبحوثين محل الدراسة ذوي التعليم (طالب جامعي) والمبحوثين ذوي التعليم (دراسات عليا) بفارق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.031*، وهو فرق دال لصالح ذوي التعليم دراسات عليا.

ويمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء أن الأعلى سنًا قد يتشكل لديهم وعي أكثر وأعلى من المستوى التعليمي الأقل، ولذلك فهم أكثر وعيًا بالتهديدات المجتمعية التي قد تتسبب في الشعور بالخوف.

الفرض الخامس:

يتأثر مستوى الخوف المجتمعى المتشكل لدى المبحوثين باختلاف شبكة التواصل الاجتماعى، ومستوى مصداقية شبكات التواصل الاجتماعى لديهم:

لاختبار تأثير المتغيرات: النوع، والمستوى التعليمي، ومدى تعرض المبحوثين شبكات التواصل الاجتماعي، وأنماط تفاعل المبحوثين مع القضايا والأحداث على مستوى الخوف المجتمعي المتشكل لديهم، تم تقدير علاقة الانحدار الخطية Linear Regression بطريقة Enter

جدول (23)

نتائج اختبار الانحدار للعلاقة بين المتغيرات ومستوى الخوف المجتمعي المتشكل لدى المبحوثين

المتغيرات	المعاملات غير القياسية Unstandardized Coefficients		المعاملات القياسية Standardized Coefficients	قيمة T	مستوى المعنوية Sig.
	B	Std. error	B		
(Constant)	34.402	2.143		16.056	0.000
مدى تعرض المبحوثين شبكات التواصل الاجتماعي	2.346	0.795	0.141	2.953	0.003
أنماط تفاعل المبحوثين مع القضايا والأحداث	0.743	0.394	0.190	1.885	0.040
النوع	3.461	0.720	0.229	4.807	0.000
التعليم	1.734	0.541	0.153	3.207	0.001

أشارت النتائج إلى أن قيمة معامل الارتباط المتعدد Multi- Correlation (R) بين المتغيرات السابقة هي 0.331[a]، وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية أقل من 0.05

- أشارت نتائج معادلة الانحدار إلى أن متغير مدى تعرض المبحوثين شبكات التواصل الاجتماعي يؤثر على مستوى الخوف المجتمعي، وكانت قيمة (T)= 2.953، وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية أقل من 0.05، وما ما يعني أن مجرد التعرض لشبكات التواصل الاجتماعي يخلق مشاعر الخوف لدى الأفراد، التي قد تكون مخاوف صحية أو اقتصادية أو الخوف من التعرض للجريمة كما ذكرنا، فشبكات التواصل الاجتماعي تخلق أنواعًا مختلفة من الخوف، فقد يخاف الفرد من كل مشكلة قد تعرض أمامه على الشبكة، ويفكر ماذا لو تعرض لمثلها في المستقبل.
- أشارت نتائج معادلة الانحدار إلى أن متغير أنماط تفاعل المبحوثين مع القضايا والأحداث يؤثر على مستوى الخوف المجتمعي، وكانت قيمة (T) = 1.885، وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية أقل من 0.05، فتفاعل الفرد مع المنشورات على شبكات التواصل الاجتماعي يكون نتاج اهتمامه بها، من ثمَّ قد ينتج عنه أيضًا معلومات إضافية كالتعليق والاستفسار، التي من شأنها التأثير على مشاعر الخوف لديه.

- أشارت نتائج معادلة الانحدار إلى أن متغير النوع يؤثر على مستوى الخوف المجتمعي، وكانت قيمة (T)= 4.807، وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية أقل من 0.05، وهي نتيجة منطقية لاختلاف طبيعة الذكور عن الإناث فيما يتعلق بمشاعر الخوف والقلق.
- أشارت نتائج معادلة الانحدار إلى أن متغير التعليم يؤثر على مستوى الخوف المجتمعي، وكانت قيمة (T)= 3.207، وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية أقل من 0.05، أي يوثر مستوى ثقافة الفرد وتعليمه في إدراكه لتعرضه لأي من المشكلات والأزمات التي يتعرض لها عبر شبكات التواصل الاجتماعي، وبذلك يؤثر إدراكه على مستوى الخوف المتشكل لديه.

مناقشة النتائج:

في ظل انتشار الأخبار السلبية، وتعدد مصادر المعلومات وتنوعها، على شبكات التواصل الاجتماعي من جهات رسمية وأخرى غير رسمية، أصبح هناك كم هائل من المعلومات المتاحة، بأساليب مختلفة وروايات متعددة، مما يتسبب في بث الخوف والذعر بين المستخدمين، جراء تعرضهم لتدفق هائل من المعلومات والأخبار، التي تنعكس بالسلب أحيانًا، وبالإيجاب أحيانًا أخرى، كما أشارت لذلك نتائج الدراسة.

وقد اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي في جمع المعلومات بغرض الوصول إلى تفسيرات توضح المشكلة محل الدراسة، وهي مدى تأثير اندماج المبحوثين في مواقع التواصل الاجتماعي على مستوى الخوف لديهم، وهل يؤثر مستوى اندماجهم فيها على إدراكهم للواقع من حولهم، وقد اختيرت شبكات التواصل الاجتماعي لما لها من قدرة على عرض المعلومات بشكل أسرع وبصورة متتالية، ومن أكثر من جهة، رسمية كانت أو غير رسمية، وكمصدر أولي يتحصل منه الأفراد لكل أنواع المعلومات.

ومن خلال تطبيق نظرية الغرس الثقافي، التي تشير إلى أن كثافة التعرض لشبكات التواصل الاجتماعي تؤثر على إدراك الجمهور للواقع من حولهم، تبين ارتفاع مستوى إدراك المبحوثين للواقع وإمكانية هذه الوسائل على تشكيل رؤيتهم للواقع من حولهم نتيجة التعرض لها باستمرار، كما أشارت نتائج الدراسة إلى تنوع المشاعر المدركة من قبل المبحوثين نتيجة تعرضهم لشبكات التواصل الاجتماعي، وجاء في مقدمتها الحزن والإحباط والإحاطة بالطاقة السلبية.

وفي ضوء اختبار الدراسة لتأثير التعرض لشبكات التواصل الاجتماعي على مستوى الخوف لدى المبحوثين، تبين أن أكثر من نصف العينة جاء مستوى الخوف لديهم مرتفعاً،

وتصدر الخوف من الجريمة مقدمة مخاوف المبحوثين على مقياس مستوى الخوف، ثم المخاوف المجتمعية، ثم المخاوف الصحية، وبالنظر إلى هذه النتيجة، يمكن تفسير تأخر المخاوف الصحية لدى المبحوثين من منطلق التعود على الوضع أو معرفة مدى تأثير الوضع الصحي الحالي على الفرد وأسرته، أي إمكانية التوقع لما سيحدث جراء الوضع الصحي من انتشار فيروس كورونا ومستجداته قد يكون سببًا في مجيء المخاوف الصحية في ترتيب متأخر، وأن الخوف من الجريمة "المجهول" نوعها وإمكانية التعرض لها سبب في ارتفاع مستوى الخوف منها لدى المبحوثين، بخاصةً في ظلِّ ارتفاع معدلات الجرائم في المجتمع المصري، فقد شهدت مصر في الأعوام الأخيرة تراجعًا ملحوظًا في المنظومة الاجتماعية والاقتصادية، أسفر عنه تراجعًا في سلوكيات الأفراد، وزادت معه حالات الطلاق والمشكلات الأسرية، وجرائم التعدي، والسرقة والقتل، وارتفعت معدلات البطالة وغيرها من المشكلات والأزمات التي أسفرت عن تزايد الجرائم، ومن ثمَّ انتشار متزايد لأخبار تلك الجرائم على شبكات التواصل الاجتماعي من الجهات الرسمية ومن خلال صحافة المواطنين، ما يجعل عصرنا الحالي يتميز بما يعرف بثقافة الخوف.

وفي إطار تلك النتيجة، سعت الدراسة إلى اختبار العلاقة بين مستوى الخوف المتكون لدى المبحوثين وعدة متغيرات، كمستوى الاندماج والمتغيرات الديموغرافية، وقد أظهرت النتائج وجود علاقة بين مستوى اندماج المبحوثين في شبكات التواصل الاجتماعي ومستوى الخوف لديهم، كما تبين وجود فروق في مستوى الخوف لصالح الإناث، والمستوى التعليمي المرتفع، والمبحوثين في الفئة العمرية الأعلى، فخوف الإناث مقارنة بالذكور نتيجة منطقية لما يحمله معنى الإناث من فقدان أو قلَّة القدرة على الدفاع عن النفس في حالِ التعرض للجريمة بأي أنواعها، كما أن ارتفاع مستوى الخوف لدى الفئة الأكثر تعليمًا والأكبر سنًا يكون من منطلق وعي هذه الفئة بالمخاطر التي تحدث في المجتمع.

وعلى الرغم من تأثرٍ مستوى الخوف باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، إلا أن نتائج الدراسة أظهرت أيضًا وجود علاقة طردية بين مستوى اندماج المبحوثين في شبكات التواصل الاجتماعي والاستجابة السلوكية لتفادي الخوف، ولكنها علاقة ضعيفة، ومن هنا يمكن القول إنه على الرغم من قدرة شبكات التواصل الاجتماعي على بثِّ الخوف والذعر بين مستخدميها؛ إلا أنها تمتلك القدرة أيضًا على بث الأخبار والمعلومات التي من شأنها الحد من مشاعر الخوف لدى الجمهور بمختلف تصنيفاته، وهو ما يستدعي ضرورة

الاستمرار في إجراء دراسات لوضع إستراتيجية فعَّالة للحد من المخاوف التي قد تعتري مستخدمي الشبكات في ضوء تأثيراتها الإيجابية على المتابعين.

توصي الدراسة بـ:

- وضع خطط طويلة المدى لزيادة الوعي الأخلاقي والديني، من خلال توظيف شبكات التواصل الاجتماعي واستثمار إمكانياتها التقنية والأساليب الجاذبة في نشر الرسائل الاتصالية والحملات الإعلامية، في سبيل توعية المستخدمين بسلبيات كثافة التعرض لشبكات التواصل الاجتماعي، وتأثير الاندماج فيها على خلق المشاعر السلبية وتعزيز مشاعر الخوف.
- إجراء دراسات حول السمات الشخصية للفئات الأكثر تأثراً بالأخبار السلبية المنشورة على شبكات التواصل الاجتماعي، ومحاولة وضع إستراتيجية للحد من هذه التأثيرات السلبية لديهم.
- ضرورة تطوير الصفحات الرسمية التابعة لمؤسسات الدولة المختلفة وتفعيل دورها الاتصالي في تهدئة المواطنين من الأخبار التي من شأنها أن تثير مخاوفهم.

المراجع:

(1) Paul M. Di Gangi & Molly Wasko,"Social Media Engagement Theory: Exploring the Influence of User Engagement on Social Media Usage", **Journal of Organizational and End User Computing** (JOEUC), Vol.28, No.2, 2016, P.P. 53-73, Retrieved from: https://www.igi-global.com/article/social-media-engagement-theory/148146

(2) Brian G.Smith &Tiffany D.Gallicano," Terms of engagement: Analyzing public engagement with organizations through social media", **Computers of Human Behavior**, Vol.53, 2015, P.P.82-90, Retrieved from: https://www.academia.edu/24431124/Terms_of_engagement_Analyzing_public_engagement_with_organizations_through_social_media

(3) Palous Insap Santosa, et.al," User involvement and user satisfaction with information-seeking activity", **European Journal of Information Systems**, Vol.14, No.4, 2005, P.P.361-370, Retrieved from: http://j.pelet.free.fr/publications/ecommerce/Santosa_User%20Involvement%20and%20User%20Satisfaction%20with%20Information-seeking%20Activity.pdf

(4) خالد أحمد جلال، غادة ممدوح، "دور شبكات التواصل الاجتماعي في الخوف من الوقوع ضحية لجريمة: في ضوء عوامل جودة الحياة لدى عينة من الشباب المصري"، **مجلة البحوث والدراسات الإعلامية**، المعهد الدولي العالي للإعلام بالشروق، العدد 9، يوليو – سبتمبر 2019م، ص182.

(5) عصام الدين مصطفى صالح، **"الإرهاب المعلوماتي بين صناعة الخوف ووسائل التصدي للإرهاب الإلكتروني ومدى تأثير تكنولوجيا الاتصال والإعلام على الجمهور العربي"**، (الاسكندرية: دار الفكر الجامعي، 2020م)، ص49.

(6) عصام الدين مصطفى صالح، **مرجع سابق**، ص46- 47.

(7) Best,J., "**Threatened children: rhetoric and concern about child-victims**", (Chicago, IL: University of Chicago Press, 1990).

(8) عصام الدين مصطفى صالح، **مرجع سابق**، ص46.

(9) حلمي خضر ساري، "دور المؤسسة الإعلامية في صناعة ثقافة الخوف"، **المنارة للبحوث والدراسات**، جامعة آل البيت عمادة البحث العلمي، العدد 2، مايو 2008م، ص171.

(10) Ruiter, R. A. C., & Kok, G., "Planning to frighten people? Think again!" In C. Abraham, & M. Kools (Eds.), **Writing health communication: An evidence-based guide**, 2012, London, United Kingdom: SAGE. pp. 117-133.

(11) Ruiter, R., Kessels, L., Peters, G. & Kok, G., "Sixty years of fear appeal research: Current state of the evidence", **International Journal of Psychology**, Vol.49, No.2, 2014, PP.63–70, Retrieved from: https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1002/ijop.12042

(12) إميل أمين، **"إعلام الخوف"**، 17 مارس 2020م، متاح على: https://www.skynewsarabia.com/blog/1328959-%D%8A%7D%95%9D%8B%9D%84%9D%8A%7D85%9-%D%8A%7D%84%9D%8AE%D%88%9D81%9

[013] عصام الدين مصطفى صالح، **مرجع سابق**، ص47 – 49.

(14) Yusuf,I.,Yahaya,S. & Qabli,S, "Role of media in portraying Ebola in and outside Africa", **Journal od tropical diseases**, Vol.3m No.1, 2015, Retrieved from: https://www.researchgate.net/publication/281341535_Role_of_Media_in_Portraying_Ebola_in_and_outside_Africa

(15) Burns, R. & Crawford, C., "School shootings, the media, and public fear: Ingredients for a moral panic, Crime, law & social change, 32 (2), October 1999, 147- 168.

(16) Allison Cavanagh, "Taxonomies of Anxiety: Risks, Panics, Pedophilia and the Internet", **Electronic Journal of Sociology**, (2007), Retrieved from: http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download;jsessionid=D6FEC7B9946C460AF2A7980F719A4181?doi=10.1.1.631.917&rep=rep1&type=pdf

(17) فلورا إكرام، "العلاقة بين أخبار جرائم الأسرة في عينة من المواقع الصحفية المصرية وبين مشاعر الخوف لدى جمهورها: دراسة تطبيقية مقارنة"، **مجلة البحوث الإعلامية**، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، العدد 1، يناير 2022م، ص 155.

(18) سمر عز الدين جلال، "تعرض الشباب للشائعات حول فيروس كورونا في مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بمستوى القلق لديهم: دراسة ميدانية"، **مجلة البحوث الإعلامية**، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، العدد 4، أبريل 2021م، ص1875.

(19) Luzi Shi, A Neglected Population: Media Consumption, Perceived Risk, and Fear of Crime Among International Students, **Journal of Interpersonal Violence**, Vol.36 issue: 5-6, 2018, Retrieved from: https://doi.org/10.1177/0886260518766428

(20) Steven A. Kohm, et al., " The Impact of Media on Fear of Crime among University Students: A Cross-National Comparison", **Canadian Journal of Criminology and Criminal Justice**, Vol 54, N. 1, January/Janvier 2012, pp. 67-100, Retrieved from: https://www.utpjournals.press/doi/abs/10.3138/cjccj.2011.E.01

(21) Hughes, Sean, "Effects of social media on depression anxiety and stress", **Submitted in partial fulfilment of the requirements of the BA Hons in Psychology at Dublin Business School**, 2018, Retrieved from: https://esource.dbs.ie/handle/10788/3481

(22) أسماء بنت فراج بن خليوي، "الاضطرابات النفسية المرتبطة باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى طلبة الجامعة، **مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات التربوية والنفسية**، فلسطين، العدد 4، أكتوبر 2017م، ص61.

(23) Yu, S., Wu, A. M. S., & Pesigan, I. J. A., "Cognitive and Psychosocial Health Risk Factors of Social Networking Addiction", **International Journal of Mental Health and Addiction**, vol 14, 2016, pp550–564, Retrieved from: https://link.springer.com/article/10.1007/s11469-015-9612-8

(24) أمل نبيل بدر، "الآثار الثقافية والاجتماعية والنفسية لاستخدام شباب الخليج لشبكات التواصل الاجتماعي"، **مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية**, الجزائر، العدد 28، يونيو 2015م، ص10.

(25) Allcott, H., Braghieri, L., Eichmeyer, S., & Gentzkow, M., "The Welfare Effects of social media", **Online Appendix**, 2019, Retrieved from:

https://web.stanford.edu/~gentzkow/research/facebook.pdf

(26) Wollebæk, D., Karlsen, R., & Steen-Johnsen, K., Anger, Fear, and Echo Chambers: The Emotional Basis for Online Behavior, **social media + Society**, Vol: 5 issue: 2, 2019, Retrieved from:
https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/2056305119829859

(27) Frank Furedi, **"How Fear Works: Culture of Fear in the Twenty-First Century"**, Bloomsbury Continuum: London, 2018; pp298, Retrieved from:
https://doi.org/10.1177/0268580920906750

(28) أبو بكر حبيب الصالحي، "علاقة تعرض الجمهور المصري للوضع الاقتصادي المصري كما تتناوله المواقع الإلكترونية للصحف المصرية والإحساس بالخطر المجتمعي دراسة في إطار مدخل التهديدات المجتمعية"، **المجلة العلمية لبحوث الصحافة**، جامعة القاهرة كلية الإعلام قسم الصحافة، العدد 12، ديسمبر 2017م، ص275.

(29) Rieger, D.& Hofer, M., " How Movies Can Ease the Fear of Death: The Survival or Death of the Protagonists in Meaningful Movies", **Mass Communication & Society**, Vol.20, No.3, March 2017, Retrieved from:
https://www.researchgate.net/publication/314681766_How_Movies_Can_Ease_the_Fear_of_Death_The_Survival_or_Death_of_the_Protagonists_in_Meaningful_Movies

(30) Ahmad A., Murad H., Gardner M. R., "The Impact of Social Media on Panic During the COVID-19 Pandemic in Iraqi Kurdistan: Online Questionnaire Study", **JMIR Mental Health**, Vol: 22, No:5, 19 May 2020, Retrieved from:
https://www.jmir.org/2020/5/e19556/

(31) إيناس عبد الحميد الخريبي، "دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة الخوف أثناء المخاطر وتمثلاتها لدى عينة من الجمهور المصري"، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، جامعة القاهرة كلية الإعلام، مركز بحوث الرأي العام، العدد 3، 2020م، ص425.

(32) Lee H. R., Lee, H. E., Choi J., Kim J. H., Han H. L., " Social media use, body image, and psychological well-being: a cross-cultural comparison of Korea and the United States", **Journal of Health Communication**, 19(12), Dec 2014, Retrieved from:
https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/24814665/

(33) Richard M. Perloff, "Social Media Effects on Young Women's Body Image Concerns: Theoretical Perspectives and an Agenda for Research", **Sex Roles**, Vol. 71, 2014, P.P.363–377. Retrieved from:
https://www.researchgate.net/publication/271740741_Social_Media_Effects_on_Young_Women's_Body_Image_Concerns_Theoretical_Perspectives_and_an_Agenda_for_Research

(34) Bennett B., Wagner A., Obleada K., et al., " Appearance-focused media use as a moderator of the relationship between fear of fat and weight bias: an exploratory study", **Eating and weight disorders: EWD,** Vol: 25, No: 3, June 2020, Retrieved from:
https://www.researchgate.net/publication/331662215_Appearance-focused_media_use_as_a_moderator_of_the_relationship_between_fear_of_fat_and_weight_bias_an_exploratory_study

(35) أحمد شحاتة، "مضامين الجريمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وانعكاساتها النفسية والاجتماعية على الشباب"، **المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال**، جامعة الأهرام الكندية كلية الإعلام، العدد 31، ديسمبر 2020م، ص548.

(36) إيمان عوض فيود، سحر محمد حسيب، "دور الإعلام التقليدي في الخوف من الوقع ضحية للجريمة في ضوء بعض المتغيرات الديموغرافية لدى طلاب الجامعة"، **مجلة البحوث والدراسات الإعلامية**، المعهد الدولي العالي للإعلام بالشروق، العدد 11، مارس 2020م، ص10.

(37) هشام رشدي خير الله، "التناول الإعلامي لظاهرة اختطاف الأطفال عبر مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالخوف المجتمعي وقلق المستقبل لدى الجمهور المصري: دراسة تطبيقية"، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، جامعة القاهرة كلية الإعلام، مركز بحوث الرأي العام، العدد 3، يوليو 2019م، ص83.

(38) Xie Zimeng, "The Effects of Violent Content in Sina Weibo on Chinese Generation Y's Perception", **M.A, The Faculty of the School of Communication in Partial Fulfillment**, 2018, Retrieved from:
http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/3770/1/Oxie_zime.pdf

(39) Jonathan Intravia," Investigating the relationship between social media consumption and fear of crime: A partial analysis of mostly young adults",**Computer in Human behavior**, Vol.77, Dec.2017,P.P.158-168, Retrieved from:
https://isiarticles.com/bundles/Article/pre/pdf/132040.pdf

(40) خالد أحمد جلال، غادة ممدوح، **مرجع سابق**، ص174.

(41) أماني عبد العظيم، هبة الله صالح، "دور البوابات الإخبارية الإلكترونية في الخوف من الوقوع ضحية للجريمة في ضوء العوامل الخمسة الكبرى للشخصية لدى طلاب الجامعة"، **مجلة البحوث والدراسات الإعلامية**، المعهد الدولي العالي للإعلام بالشروق، العدد 9، سبتمبر 2019م، ص275.

(42) Palous Insap Santosa, et.al., "User involvement and user satisfaction with information-seeking activity", **European Journal of Information Systems**,Vol.14,No.4, 2005, P.P.361-370, Retrieved from:
https://www.researchgate.net/publication/32042359_User_involvement_and_user_satisfaction_with_information-seeking_activity

(43) حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد، **"الاتصال ونظرياته المعاصرة"**، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 1998م)، ص304 – 305.

(44) Eman Mosharafa, "All you Need to Know About: The Cultivation Theory", Global **Journal of HUMAN-SOCIAL SCIENCE: Arts & Humanities – Psychology**, Vol.15 No.8, 2015, Retrieved from:
https://globaljournals.org/GJHSS_Volume15/3-All-you-Need-to-Know.pdf

(45) Raziye Nevzat ,et.al.,"Reviving Cultivation Theory for Social Media",***The Asian* Conference on Media, Communication & Film Conference**, 2018, Retrieved from:
https://25qt511nswfi49iayd31ch80-wpengine.netdna-ssl.com/wp-content/uploads/papers/mediasia2018/MediAsia2018_42554.pdf

(46) **أسماء السادة محكمي استمارة الاستبانة:**

أ. د/ ثروت فتحي كامل: أستاذ الصحافة ورئيس قسم الإعلام بكلية التربية النوعية – جامعة القاهرة.

أ. د/ شريف درويش اللبان: أستاذ ورئيس قسم الصحافة بكلية الإعلام – جامعة القاهرة.

أ. د/ عبد الهادي أحمد النجار: أستاذ الصحافة بكلية الآداب – جامعة المنصورة.
أ. د/ علياء عبد الفتاح رمضان: أستاذ الصحافة والإعلام ورئيس قسم الإعلام بكلية التربية النوعية جامعة طنطا سابقًا.
أ. د/ غادة عبد التواب اليماني: أستاذ الصحافة ورئيس قسم الإعلام بكلية الآداب – جامعة طنطا.
أ. د/ ماجد سالم تربان: أستاذ الصحافة والإعلام بجامعة الأقصى – فلسطين.
أ. د/ محمود عبد الحميد: أستاذ علم الاجتماع بكلية الآداب – جامعة دمياط، وعميد المعهد العالي للدراسات الإسلامية بالقاهرة.
د/ محمد عيسى محمد عيسى: مدرس الصحة النفسية ومدير مركز الإرشاد النفسي بكلية التربية – جامعة المنصورة.

(47) Judith L.Zaichkowsky,"Measuring the Involvement Construct", **Journal of Consumer Research**, Vol.12, N.3 December 1985, Retrieved from: https://www.researchgate.net/publication/24098436_Measuring_the_Involvement_Construct

(48) https://modoee.com/show-book-scroll/370 Retrieved at: 7-6-2022).

(49) التقرير العام الرقمي العالمي، متاح على:
https://datareportal.com/reports/digital-2022-global-overview-report (Retrieved at: 9-4-2022)

(50) Saleem Alhabash & Mengyan Ma,"A Tale of Four Platforms: Motivations and Uses of Facebook, Twitter, Instagram, and Snapchat Among College Students?", **Social Media & Society**, Vol. 3, No.1, January-March 2017,P.P. 1 –13, Retrieved from: https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/2056305117691544

(51) Adriana M. Manago ,et.al.,"Facebook Involvement, Objectified Body Consciousness, Body Shame, and Sexual Assertiveness in College Women and Men", **Sex Roles**, Vol.72, 2015, P.P.1-14, Retrieved from: https://www.academia.edu/10618836/Facebook_Involvement_Objectified_Body_Consciousness_Body_Shame_and_Sexual_Assertiveness_in_College_Women_and_Men

(52) أميرة أحمد سليمان، "تأثير فوضى المعلومات الإلكترونية على مصداقية شبكات التواصل الاجتماعي: دراسة ميدانية على عينة من جمهور شبكات التواصل الاجتماعي"، **مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية**، المركز القومي للبحوث، فلسطين (قطاع غزة)، العدد 1، يناير 2019م، ص1.

(53) الأميرة سماح فرج عبد الفتاح، "الإعلام وتشكيل الإحساس بالخطر الجمعي: أزمات المجتمع المصري نموذجًا"، **مركز دراسات الوحدة العربية**، لبنان (سلسلة أطروحات الدكتوراه؛ 106، سبتمبر 2012م)، ص339.

(54) أحمد محمد رفاعي، "استخدام المراهقين لمواقع التواصل الاجتماعي وإدراكهم لأضرار التنمر الإلكتروني"، **المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري**، جامعة بني سويف كلية الإعلام، عدد مايو 2021، ص167.

(55)https://www.youm7.com/Tags/Index?id=2473680&tag=%d8%a8%d8%b3%d9%86%d8%aa-%d8%ae%d8%a7%d9%84%d8%af

(56) أحمد شحاتة، **مرجع سابق**, ص584.

(57) Hughes, Sean, **Op. Cit**.

(58) أمل نبيل بدر، **مرجع سابق**، ص10.

(59) Adam Acar," Antecedents and Consequences of Online Social Networking Behavior: The Case of Facebook", **Journal of website promotion**, VOL. 3, 2008, Issue 1-2, P.P 62-83, Retrieved from: https://www.researchgate.net/publication/250892736_Antecedents_and_Consequences_of_Online_Social_Networking_Behavior_The_Case_of_Facebook

(60) Trnka, Radek and Lorencova, Radmila, Fear, Anger, and Media-Induced Trauma During the Outbreak of Covid-19 in the Czech Republic (2020). **Psychological Trauma: Theory, Research, Practice, and Policy**, 2020, doi:10.1037/tra0000675, Available at SSRN: Retrieved from: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3628392

(61) Ahmad A., Murad H., Gardner M. R., **Op. Cit**.

(62) هشام رشدي خير الله، **مرجع سابق**، ص131.

(63) Allcott, H., Braghieri, L., Eichmeyer, S., & Gentzkow, M., T "he Welfare Effects of social media", Online Appendix, 8 November (2019), Retrieved from: https://web.stanford.edu/~gentzkow/research/facebook.pdf

(64) Wollebæk, D., Karlsen, R., & Steen-Johnsen, K., **Op. Cit**.

(65) Li X, Liu Q, "Social Media Use, eHealth Literacy, Disease Knowledge, and Preventive Behaviors in the COVID-19 Pandemic: Cross-Sectional Study on Chinese Netizens", **J Med Internet Res**, Vol: 22, No. 10, 2020, Available at: https://www.jmir.org/2020/10/e19684/

(66) Araz Ramazan Ahmad, Hersh Rasool Murad, "The Impact of Social Media on Panic during the COVID-19 Pandemic in Iraqi Kurdistan: Online Questionnaire Study", Journal of medical internet research, vol. 22, No. 5, 2020, Retrieved from: https://www.jmir.org/2020/5/e19556/authors

(67) هشام رشدي خير الله، **مرجع سابق**، ص132.

(68) ماريان عماد جمعة نصار، "دراسة استكشافية للفروق بين الذكور والإناث في كل من القلق الاجتماعي وتقدير الذات"، **مجلة جامعة الفيوم للعلوم التربوية والنفسية**، جامعة الفيوم كلية التربية، العدد 13، 2019م، ص83.

Refrences

Paul M. Di Gangi & Molly Wasko,"Social Media Engagement Theory: Exploring the Influence of User Engagement on Social Media Usage", **Journal of Organizational and End User Computing** (JOEUC), Vol.28, No.2, 2016, P.P. 53-73, Retrieved from: https://www.igi-global.com/article/social-media-engagement-theory/148146

(68) Brian G.Smith &Tiffany D.Gallicano," Terms of engagement: Analyzing public engagement with organizations through social media", **Computers of Human Behavior**, Vol.53, 2015, P.P.82-90, Retrieved from: https://www.academia.edu/24431124/Terms_of_engagement_Analyzing_public_engagement_with_organizations_through_social_media

(68) Palous Insap Santosa, et.al," User involvement and user satisfaction with information-seeking activity", **European Journal of Information Systems**, Vol.14, No.4, 2005, P.P.361-370, Retrieved from: http://j.pelet.free.fr/publications/ecommerce/Santosa_User%20Involvement%20and%20User%20Satisfaction%20with%20Information-seeking%20Activity.pdf

-Jalal, K. (2019), "dawr shabakat altawasul alaijtimaeii fi alkhawf min alwuque dahiatan lijarimatin: fi daw' eawamil jawdat alhayaat ladaa eayinat min alshabab almisrii", majalat albuhuth waldirasat al'iielamiati, almaehad alduwalii aleali lil'iielam Aalshuruqi, 9(2), 182.

- Salih, E. (2020). "al'iirhab almaelumatii bayn sinaeat alkhawf wawasayil altasadiy lil'iirhab al'iiliktrunii wamadaa tathir tiknulujia alaitisal wal'iielam ealaa aljumhur alearabii", (Alaskandaria: dar Alfikr aljamieii), 49.

(68) Best,J., "**Threatened children: rhetoric and concern about child-victims**", (Chicago, IL: University of Chicago Press, 1990).

-Sary, H. (2008). "dawr almuasasat al'iielamiat fi sinaeat thaqafat alkhufi", almunarat lilbuhuth waldirasati, jamieat Al Albayt eimadat albahth alealamii, aleadad 2(1), 171.

(68) Ruiter, R. A. C., & Kok, G., "Planning to frighten people? Think again!" In C. Abraham, & M. Kools (Eds.), **Writing health communication: An evidence-based guide**, 2012, London, United Kingdom: SAGE. pp. 117-133.

(68) Ruiter, R., Kessels, L., Peters, G. & Kok, G., "Sixty years of fear appeal research: Current state of the evidence", **International Journal of Psychology**, Vol.49, No.2, 2014, PP.63–70, Retrieved from: https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1002/ijop.12042

-https://www.skynewsarabia.com/blog/1328959-%D%8A%7D%95%9D%8B%9D%84%9D%8A%7D85%9-%D%8A%7D%84%9D%8AE%D%88%9D81%9

(68) Yusuf,I.,Yahaya,S. & Qabli,S, "Role of media in portraying Ebola in and outside Africa", **Journal od tropical diseases**, Vol.3m No.1, 2015, Retrieved from: https://www.researchgate.net/publication/281341535_Role_of_Media_in_Portraying_Ebola_in_and_outside_Africa

(68) Burns, R. & Crawford, C., "School shootings, the media, and public fear: Ingredients for a moral panic, Crime, law & social change, 32 (2), October 1999, 147- 168.

(68) Allison Cavanagh, "Taxonomies of Anxiety: Risks, Panics, Pedophilia and the Internet", **Electronic Journal of Sociology**, (2007), Retrieved from:

http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download;jsessionid=D6FEC7B9946C460AF2A7980F719A4181?doi=10.1.1.631.917&rep=rep1&type=pdf
-Ikram, F. (2022). "alealaqat bayn 'akhbar jarayim al'usrat fi eayinat min almawaqie alsahufiat almisriat wabayn mashaeir alkhawf ladaa jumhurha: dirasat tatbiqiat muqaranati", majalat albuhuth al'iielamiati, jamieat al'azhar, kuliyat Al'iielam, 1(3), 155.
-Jalal, S. (2021). "taearad alshabab lilshaayieat hawl fayrus kuruna fi mawaqie altawasul alaijtimaeii waealaqatih bimustawaa alqalaq ladayhim: dirasat maydaniatun", majalat albuhuth al'iielamiati, jamieat Al'azhar, kuliyat al'iielami, 4(2), 1875.
(68) Luzi Shi, A Neglected Population: Media Consumption, Perceived Risk, and Fear of Crime Among International Students, **Journal of Interpersonal Violence**, Vol.36 issue: 5-6, 2018, Retrieved from:
https://doi.org/10.1177/0886260518766428
(68) Steven A. Kohm, et al., " The Impact of Media on Fear of Crime among University Students: A Cross-National Comparison", **Canadian Journal of Criminology and Criminal Justice**, Vol 54, N. 1, January/Janvier 2012, pp. 67-100, Retrieved from:
https://www.utpjournals.press/doi/abs/10.3138/cjccj.2011.E.01
(68) Hughes, Sean, "Effects of social media on depression anxiety and stress", **Submitted in partial fulfilment of the requirements of the BA Hons in Psychology at Dublin Business School**, 2018, Retrieved from:
https://esource.dbs.ie/handle/10788/3481
-Khelaiwi, A. (2017), "aliadtirabat alnafsiat almurtabitat biastikhdam mawaqie altawasul aliajtimaeii ladaa talabat aljamieati, majalat aljamieat al'iislamiat lildirasat altarbawiat walnafsiati, Filastin, 4(3), 61.
(68) Yu, S., Wu, A. M. S., & Pesigan, I. J. A., "Cognitive and Psychosocial Health Risk Factors of Social Networking Addiction", **International Journal of Mental Health and Addiction**, vol 14, 2016, pp550–564, Retrieved from:
https://link.springer.com/article/10.1007/s11469-015-9612-8
-Badr, A. (2015), "alathar althaqafiat waliajtimaeiat walnafsiat liaistikhdam shabab alkhalij lishabakat altawasul alaijtimaeii", majalat alhikmat lildirasat al'iielamiat walaitisaliati, Aljazayar, 28(2), sa10.
(68) Allcott, H., Braghieri, L., Eichmeyer, S., & Gentzkow, M., "The Welfare Effects of social media", **Online Appendix**, 2019, Retrieved from:
https://web.stanford.edu/~gentzkow/research/facebook.pdf
(68) Wollebæk, D., Karlsen, R., & Steen-Johnsen, K., Anger, Fear, and Echo Chambers: The Emotional Basis for Online Behavior, **social media + Society**, Vol: 5 issue: 2, 2019, Retrieved from:
https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/2056305119829859
(68) Frank Furedi, **"How Fear Works: Culture of Fear in the Twenty-First Century"**, Bloomsbury Continuum: London, 2018; pp298, Retrieved from:
https://doi.org/10.1177/0268580920906750
-Alsaalihy, A. (2017). "ealaqat taearud aljumhur almisrii lilwade alaiqtisadii Almisrii kama tatanawaluh almawaqie al'iiliktruniat lilsuhuf almisriat wal'iihsas bialkhatar almujtamaeii dirasatan fi 'iitar madkhal altahdidat almujtamaeiati", almajalat aleilmiat libuhuth alsahafati, jamieat Alqahira kuliyat al'iielam qism alsahafati, 12(4), 275.

(68) Rieger, D.& Hofer, M., " How Movies Can Ease the Fear of Death: The Survival or Death of the Protagonists in Meaningful Movies", **Mass Communication & Society**, Vol.20, No.3, March 2017, Retrieved from:
https://www.researchgate.net/publication/314681766_How_Movies_Can_Ease_the_Fear_of_Death_The_Survival_or_Death_of_the_Protagonists_in_Meaningful_Movies
(68) Ahmad A., Murad H., Gardner M. R., "The Impact of Social Media on Panic During the COVID-19 Pandemic in Iraqi Kurdistan: Online Questionnaire Study", **JMIR Mental Health**, Vol: 22, No:5, 19 May 2020, Retrieved from:
https://www.jmir.org/2020/5/e19556/
-Alkharibi, E. (2020). "dur shabakat altawasul alaijtimaeii fi nashr thaqafat alkhawf 'athna' almakhatir watamathulatiha ladaa eayinat min aljumhur almisrii", almajalat almisriat libuhuth alraay aleami, jamieat Alqahira kuliyat al'iielami, markaz buhuth alraay aleami, 3(2), 425.
(68) Lee H. R., Lee, H. E., Choi J., Kim J. H., Han H. L., " Social media use, body image, and psychological well-being: a cross-cultural comparison of Korea and the United States", **Journal of Health Communication**, 19(12), Dec 2014, Retrieved from:
https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/24814665/
(68) Richard M. Perloff, "Social Media Effects on Young Women's Body Image Concerns: Theoretical Perspectives and an Agenda for Research", **Sex Roles**, Vol. 71, 2014, P.P.363–377. Retrieved from:
https://www.researchgate.net/publication/271740741_Social_Media_Effects_on_Young_Women's_Body_Image_Concerns_Theoretical_Perspectives_and_an_Agenda_for_Research
(68) Bennett B., Wagner A., Obleada K., et al., " Appearance-focused media use as a moderator of the relationship between fear of fat and weight bias: an exploratory study", **Eating and weight disorders: EWD,** Vol: 25, No: 3, June 2020, Retrieved from:
https://www.researchgate.net/publication/331662215_Appearance-focused_media_use_as_a_moderator_of_the_relationship_between_fear_of_fat_and_weight_bias_an_exploratory_study
-Shehata, A. (2020), "madamin aljarimat eabr mawaqie altawasul alaijtimaeii waineikasatiha alnafsiat walaijtimaeiat ealaa alshababi", almajalat alearabiat libuhuth al'iielam walaitisali, jamieat Al'ahram Alkanadiat kuliyat al'iielami, 31(1), 548.
-Fayoud, E. (2020), "dawr al'iielam altaqlidii fi alkhawf min alwaqe dahiatan liljarimat fi daw' baed almutaghayirat aldiymughrafiat ladaa tulaab aljamieati", majalat albuhuth waldirasat al'iielamiati, almaehad alduwalii aleali lil'iielam Alshorouk, 11(3), 10.
-Khayr allah, H. (2019), "altanawul al'iielamii lizahirat aikhtitaf al'atfal eabr mawaqie altawasul alaijtimaeii waealaqatiha bialkhawf almujtamieii waqalaq almustaqbal ladaa aljumhur almisrii: dirasatan tatbiqiatan", almajalat almisriat libuhuth alraay aleami, jamieat Alqahira kuliyat al'iielami, markaz buhuth alraay aleami, 3(5), 83.
(68) Xie Zimeng, "The Effects of Violent Content in Sina Weibo on Chinese Generation Y's Perception", **M.A, The Faculty of the School of Communication in Partial Fulfillment**, 2018, Retrieved from:
http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/3770/1/Oxie_zime.pdf

(68) Jonathan Intravia," Investigating the relationship between social media consumption and fear of crime: A partial analysis of mostly young adults",**Computer in Human behavior**, Vol.77, Dec.2017,P.P.158-168, Retrieved from: https://isiarticles.com/bundles/Article/pre/pdf/132040.pdf

-Abdel Azim, A. (2019)، hibat allah salihu, "dawr albawaabat al'iikhbariat al'iiliktruniat fi alkhawf min alwuque dahiatan liljarimat fi daw' aleawamil alkhamsat alkubraa lilshakhsiat ladaa tulaab aljamieati", majalat albuhuth waldirasat al'iielamiati, almaehad alduwalii aleali lil'iielam Alshorouk, 9(2) , 275.

(68) Palous Insap Santosa, et.al., "User involvement and user satisfaction with information-seeking activity", **European Journal of Information Systems**,Vol.14,No.4, 2005, P.P.361-370, Retrieved from: https://www.researchgate.net/publication/32042359_User_involvement_and_user_satisfaction_with_information-seeking_activity

-Mikawi, H., Alsayid, L. (1998), "aliaitisal wanazariaatuh almueasiratu", (Alqahira: aldaar Almisriat Allubnania), 304 - 305.

(68) Eman Mosharafa, "All you Need to Know About: The Cultivation Theory", Global **Journal of HUMAN-SOCIAL SCIENCE: Arts & Humanities – Psychology**, Vol.15 No.8, 2015, Retrieved from: https://globaljournals.org/GJHSS_Volume15/3-All-you-Need-to-Know.pdf

(68) Raziye Nevzat ,et.al.,"Reviving Cultivation Theory for Social Media",***The Asian* Conference on Media, Communication & Film Conference**, 2018, Retrieved from: https://25qt511nswfi49iayd31ch80-wpengine.netdna-ssl.com/wp-content/uploads/papers/mediasia2018/MediAsia2018_42554.pdf

(68) Judith L.Zaichkowsky,"Measuring the Involvement Construct", **Journal of Consumer Research**, Vol.12, N.3 December 1985, Retrieved from: https://www.researchgate.net/publication/24098436_Measuring_the_Involvement_Construct

(68) https://modoee.com/show-book-scroll/370 Retrieved at: 7-6-2022).

https://datareportal.com/reports/digital-2022-global-overview-report (Retrieved at: 9-4-2022)

(68) Saleem Alhabash & Mengyan Ma,"A Tale of Four Platforms: Motivations and Uses of Facebook, Twitter, Instagram, and Snapchat Among College Students?", **Social Media & Society**, Vol. 3, No.1, January-March 2017,P.P. 1 –13, Retrieved from: https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/2056305117691544

(68) Adriana M. Manago ,et.al.,"Facebook Involvement, Objectified Body Consciousness, Body Shame, and Sexual Assertiveness in College Women and Men", **Sex Roles**, Vol.72, 2015, P.P.1-14, Retrieved from: https://www.academia.edu/10618836/Facebook_Involvement_Objectified_Body_Consciousness_Body_Shame_and_Sexual_Assertiveness_in_College_Women_and_Men

Suleiman, A. (2019), "tathir fawdaa almaelumat al'iiliktruniat ealaa misdaqiat shabakat altawasul alaijtimaeii: dirasatan maydaniatan ealaa eayinat min jumhur shabakat altawasul alaijtimaeii", majalat aleulum al'iinsaniat walaijtimaeiati, almarkaz alqawmia lilbuhuthi, Filastin (qitae Ghaza), 1(1).

-Abdel Fattah, A. (2012), "al'iielam watashkil al'iihsas bialkhatar aljamei: 'azamat almujtamae almisrii nmwdhjan", markaz dirasat alwahdat alearabiati, Lubnan 106,(4), 339.

-Rifai, A. (2021), "aistikhdam almurahiqin limawaqie altawasul alaijtimaeii wa'iidrakihim li'adrar altanamur al'iiliktrunii", almajalat almisriat libuhuth alaitisal aljamahiri, jamieat Bani suayf kuliyat Al'iielam, 167.

(68)https://www.youm7.com/Tags/Index?id=2473680&tag=%d8%a8%d8%b3%d9%86%d8%aa-%d8%ae%d8%a7%d9%84%d8%af

(68) Adam Acar," Antecedents and Consequences of Online Social Networking Behavior: The Case of Facebook", **Journal of website promotion**, VOL. 3, 2008, Issue 1-2, P.P 62-83,
https://www.researchgate.net/publication/250892736_Antecedents_and_Consequences_of_Online_Social_Networking_Behavior_The_Case_of_Facebook

(68) Trnka, Radek and Lorencova, Radmila, Fear, Anger, and Media-Induced Trauma During the Outbreak of Covid-19 in the Czech Republic (2020). **Psychological Trauma: Theory, Research, Practice, and Policy**, 2020, doi:10.1037/tra0000675, Available at SSRN: Retrieved from:
https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3628392

(68) Allcott, H., Braghieri, L., Eichmeyer, S., & Gentzkow, M., T "he Welfare Effects of social media", Online Appendix, 8 November (2019), Retrieved from:
https://web.stanford.edu/~gentzkow/research/facebook.pdf

(68) Li X, Liu Q, "Social Media Use, eHealth Literacy, Disease Knowledge, and Preventive Behaviors in the COVID-19 Pandemic: Cross-Sectional Study on Chinese Netizens", **J Med Internet Res**, Vol: 22, No. 10, 2020, Available at: https://www.jmir.org/2020/10/e19684/

(68) Araz Ramazan Ahmad, Hersh Rasool Murad, "The Impact of Social Media on Panic during the COVID-19 Pandemic in Iraqi Kurdistan: Online Questionnaire Study", Journal of medical internet research, vol. 22, No. 5, 2020, Retrieved from:
https://www.jmir.org/2020/5/e19556/authors

-Nasar, M. (2019). "dirasat aistikshafiat lilfuruq bayn aldhukur wal'iinath fi kulin min alqalaq alaijtimaeii wataqdir aldhaati", majalat jamieat alfayuwm lileulum altarbawiat walnafsiati, jamieat Fayoum kuliyat altarbiati, 13(4).

Journal of Mass Communication Research «J M C R»

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

Chairman: Prof. Mohamed Elmahrasawy

President of Al-Azhar University

Editor-in-chief: Prof. Reda Abdelwaged Amin

Dean of 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 : Omar Ghonem, Gamal Abogabal, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Correspondences

- Al-Azhar University- Faculty of Mass Communication.
- Telephone Number: 0225108256
- Our website: http://jsb.journals.ekb.eg
- E-mail: mediajournal2020@azhar.edu.eg

- **Issue 62 July 2022 - part 1**
- **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.