مجلة البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر/كلية الإعلام

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

رئيس التحرير: أ.د/ رضا عبد الواجد 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 الثالث والستون - الجزء الثالث- ربيع الأول ١٤٤٤هـ - أكتوبر 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 العبد الله (لبنان)

أستاذ الإعلام بالجامعة اللبنانية، بيروت.

٦. أ.د/ وديع العزعزي (اليمن)

أستاذ الإذاعة والتليفزيون بجامعة أم القرى، مكة المكرمة.

٧. أ.د/ العربي بو عمامة (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 مدى صلاحية المادة للنشر من عدمه.
- 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

- دور مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم الانتماء الوطني لدى الشباب المصري- دراسة مسحية على عينة من شباب الجامعات
  أ.م. د/ محمد أحمد هاشم الشريف — ١٣٣٣

- مِصداقية مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن الحرب الروسية الأوكرانية في المجتمع المصري - دراسة ميدانية
  أ.م.د/ نها عبد المقصود غالي — ١٣٧٧

- اتجاهات الجمهور نحو التغطية الإخبارية لمواقع التواصل الاجتماعي للمشاريع البيئية في السعودية: الاستمطار أنموذجًا - دراسة مَسحيَّة على جمهور مدينة الرياض
  د/ أحمد موسى معيدي — ١٤٣٣

- إدراك «الدعاة» لتأثرية الآخرين بمضامين العنف المقدَّمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي - دراسة ميدانية في إطار نظرية «تأثير الشخص الثالث»
  د/ مصطفى شكري محمد علوان — ١٤٨٥

- دور الآباء في مراقبة أطفالهم أثناء التعرض لمضامين تطبيقات الفيديو الترفيهية: دراسة كيفية لمنصتي تيك توك ويوتيوب
  د/ أسماء مسعد عبد المجيد أبو عيطه — ١٥٤١

- اتجاهات المستخدمين نحو التطبيقات الإخبارية وقضايا الاتحاد الأوروبي المطروحة خلالها
  د/ إنچى طه سيف النصر مناصير — ١٥٨٣

- تعرض الجمهور السعودي للأفلام السينمائية عبر المنصات الرقمية - دراسة مسحية على عينة من سكان مدينة الرياض
  د/ محمد بن فهد — ١٦٥٧

العلاقة بين التعرض لبرامج المقالب الساخرة ونشر العنف والقلق لدى المراهقين «دراسة ميدانية» د/ هبة الله محمد فتحي ١٦٨٩

أطر معالجة الصحف الإلكترونية الإقليمية لقضايا التنمية المستدامة وفق رؤية مصر ٢٠٣٠ م (دراسة تحليلية مقارنة) د/ شيماء محمد متولي ١٧٢٩

استخدام المراهقين لشبكة الفيس بوك وعلاقته بقلق الابتزاز الإلكتروني لديهم «دراسة ميدانية» د/ زينب عبد العظيم عبد الواحد ١٧٨٧

تعرض الجمهور المصري للبرامج التلفزيونية التكنولوجية وعلاقته بالتكنوفوبيا لديهم د/آلاء عزمي محمد فؤاد يسن المصري ١٨٦٧

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.

إدراك «الدعاة» لتأثرية الآخرين بمضامين العنف المقدَّمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي

دراسة ميدانية في إطار نظرية «تأثير الشخص الثالث»

The Preachers' Perception of the Influence of Violence in Social Media Content on Others: A field Study in the Framework of the Theory of "the Third Person Effect"

د/ مصطفى شكري محمد علوان

مدرس بقسم الصحافة والنشر - كلية الإعلام- جامعة الأزهر

Email: mustfaolwan@azhar.edu.eg

ملخص الدراسة

استهدف البحث رصد وتحليل وتفسير إدراك الدعاة المصريين لتأثر (الذات) و(الآخرين) نتيجة التعرض لمضامين العنف المقدَّمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، في إطار نظرية «تأثير الشخص الثالث» بشقيها الإدراكي والسلوكي، إضافة إلى التعرف على عادات وأنماط تعرض الدعاة لمضامين العنف المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ومدى تأييدهم تجاه فرض الرقابة على تلك المضامين. وطبقت الدراسة على عينة من الدعاة التابعين لمؤسستي (الأزهر الشريف، ووزارة الأوقاف).

أكدت نتائج البحث صحة فرضي نظرية «تأثير الشخص الثالث» (الإدراكي والسلوكي)، على الرغم من اختلاف بيئة البحث، وطبيعة المبحوثين؛ مما يؤكد قوة النظرية وجودتها وصلاحية تطبيقها في بيئات متنوعة، وأشارت النتائج إلى ارتفاع مستوى استخدام الدعاة لمواقع التواصل الاجتماعي، واهتمامهم بمتابعة مضامين العنف الاجتماعي المتنوعة المقدَّمة عبر تلك المواقع، تمهيدًا لرصدها ومعالجتها دعويًا، وأسفرت النتائج عن أنَّ طبيعة التكوين العلمي الديني والشرعي والدور الإصلاحي لدى الدعاة، جعلهم أقل تأثرًا بمضامين العنف الاجتماعي مقارنة بالآخرين. وكشفت النتائج عن تأييد غالبية الدعاة بنسبة (92 %) لفرض الرقابة؛ للحد من الآثار السلبية الناتجة عن التعرض لها، وهذا ما يدعم الفرض السلوكي لنظرية «تأثير الشخص الثالث».

الكلمات المفتاحية: إدراك، العنف الاجتماعي، مواقع التواصل الاجتماعي، المسافة الاجتماعية.

Abstract

The study aims to observe, analyze and demonstrate the Egyptian preachers' perceptions of the influence of violence in social media content on oneself and others. The study is conducted within the framework of the theory of Third Person Effect from both cognitive and behavioral aspects. This research paper, applied to a sample of preachers within the institutions of Al-Azhar Al-Sharif and the Ministry of Awqaf (Endowments), identifies the habits and patterns of preachers' exposure to violence in social media content, and the extent of their support for imposing censorship on this content.

The results of the research confirm the validity of the two hypotheses of the "Third Person Effect" theory (at the cognitive and behavioral levels) despite the different research samples and environments. This clearly confirms the strength of the theory, its quality and the validity of its application in a variety of environments. The results indicate the high usage rate of the preachers on social media platforms as well as their interest in following, as a means of observance and preparation to address, the violence in social media content. In addition, the results show that the religious background of preachers as well as their reformist role make them less affected by violence in social media content compared to others. The study, also, reveals that the majority of preachers' (92%) support imposing censorship on violence content to reduce its negative effects. This, also, supports the behavioral hypothesis of the theory of the "Third Person Effect".

Keywords: perception, social violence, social networking sites, social distance.

مقدمة:

تحظى ظاهرة العنف الاجتماعي باهتمام كبير عالميًا ومحليًا، خاصة مع النمو المتزايد لتلك الظاهرة في الآونة الأخيرة، فوفقًا لتصنيف مؤسسة "نامبيو" (Numbeo) لقياس معدلات الجرائم بين الدول عام (2022م)، زادت نسبة أحداث العنف والجرائم في مصر خلال السنوات الثلاث الماضية بمعدل (45.63)، وهي نسبة مرتفعة في معدل انتشار الجريمة، وطبقًا لنتائج هذا التصنيف احتلت "مصر" المركز الثالث عربيًا والـ (24) عالميًا في معدلات العنف والجريمة[1].

وقد عززت تكنولوجيا الاتصال والمعلومات من سرعة انتشار مضامين العنف، فقد أحدثت مواقع التواصل الاجتماعي طفرة اتصالية كبيرة، نظرًا لكونها تتسم بخصائص وسمات تفاعلية، مكَّنت لمستخدميها فرصة الوصول إلى المعلومات بسرعة فائقة، أو إرسالها ونشرها على نطاق واسع لم يسبق له مثيل في التاريخ، دون التقيد بنموذج الاتصال التقليدي (مرسل/ متلقي)، أو الخضوع لمؤسسات الضبط الاجتماعي، مما أدى إلى تداول مضامين العنف وسرعة انتشارها عبر تلك المواقع.

ومما يزيد من خطورة تداول مضامين العنف عبر مواقع التواصل الاجتماعي ذلك التنامي المستمر في أعداد مستخدمي تلك المواقع عالميًا ومحليًا♦، إضافة إلى أنَّ نشر تلك المضامين يمثل أحد روافد تشكيل صورة ذهنية عن المجتمع المصري، باعتباره مجتمعًا دمويًا يميل إلى العنف ويتلذذ بالدماء، بناءً على نشر مضامين عنف شاذة كحادثة "ذبح طالبة جامعة المنصورة"، وحادثة "قطع رأس أحد المواطنين في الإسماعيلية"، واستعراض ذلك علانية أمام الجماهير، وذلك على خلاف الواقع الذي يشير إلى أنَّ تلك الظواهر تعد أمرًا مناقضًا لأهم المعايير الاجتماعية الراسخة في وجدان المجتمع المصري، وهو معيار التراحم والترابط والتوادّ فيما بينهم.

وتعد مواقع التواصل الاجتماعي الآن أحد أهم المكونات الرئيسة في البناء الاجتماعي والتأثير فيه، مقارنة بالأسرة والمؤسسات التربوية والتعليمية الأخرى؛ وذلك نتيجة حتمية لاندماج الإنسان والآلة، وهيمنة تلك المواقع على كل مظاهر الحياة، وتحررها من التقاليد المهنية والضوبط التنظيمية التي تحكم العمل في الإعلام التقليدي، مما يثير كثيراً من المخاوف تجاه مخرجات الأداء الإعلامي لتلك المواقع، فقد تمثل أساليب تغطيتها لمضامين العنف –بوعي أو دون وعي– مصدراً محتملًا لحدوث مزيد من جرائم عنف أخرى، خاصة مع زيادة استخدام تلك المواقع من قبل فئة الشباب. وهذا ما أثبتته عديد من نتائج الدراسات التي أشارت إلى أنَّ استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من قبل الشباب المصري ربما يؤدي إلى حدوث عديد من الآثار السلبية والمشكلات السلوكية والاجتماعية وعدم الرضا عن الحياة[2]، وربما الشعور بعديد من المشكلات النفسية، مثل الاكتئاب والإحباط؛ نتيجة التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي لفترات طويلة[3].

وتعدَّ قضية بناء الوعي والحفاظ على تماسك المجتمع من أهم القضايا وأخطرها، التي فرضت نفسها بقوة على الساحة المصرية، فالوعي الجمعي يمثل الضمانة الرئيسة التي تعزز أسس بناء المجتمعات في الحاضر، ومقومات استمرارها في المستقبل.

وفي كل مجتمع بشري توجد عديد من المؤسسات المعنية بتنشئة الأفراد وتثقيفهم وتعليمهم، وتزويدهم بالقيم والعادات التي تشكل هويتهم الثقافية والحضارية. وتعد المؤسسات الدينية واحدة من أهم المؤسسات المنوط بها القيام بتلك المهام، كونها أحد العوامل المهمة في عملية التنشئة الاجتماعية؛ انطلاقًا من دورها الكبير في تشكيل الوعي المجتمعي والتأثير في الجماهير، ومواجهة الظواهر الشاذة المهددة لأمن المجتمع واستقراره، خاصة وأنَّ مفهوم الخطاب الديني لا يقتصر على أداء الشعائر التعبدية، بل يتعدى إلى كل ما يتصل بحياة الإنسان؛ لكي يكون مواكبًا للمتغيرات الحياتية، وملائمًا للظروف الزمانية والمكانية؛ لتحقيق سعادة الإنسان روحيًا وعقليًا واجتماعيًا، والحفاظ على المجتمعات من أي مؤثرات سلبية تؤثر في أمنها وتماسكها. فالاستقرار النفسي والاجتماعي من أهم مقاصد الشريعة التي يسعى الإسلام لتحقيقها لدى الفرد والمجتمع.

والدعاة إلى الله معنيون في المقام الأول بتشكيل هذا الوعي الجمعي وبنائه بناءً سليمًا، وتصحيح المفاهيم المغلوطة؛ لحماية العقول والأبدان، ومواجهة تلك الظواهر الدخيلة على

المجتمع، والغريبة عن تراثه وثقافته، نظراً لأنَّ الدين أحد المقومات الرئيسة لبناء الوعي وتشكيله.

وتستهدف الدراسة الحالية رصد وتحليل إدراك الدعاة المصريين التابعين لمؤسستي (الأزهر الشريف، ووزارة الأوقاف) لمستوى تأثرية الذات (الدعاة)، وتأثرية الآخرين (الجماهير)، نتيجة التعرض لمضامين العنف المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ودراسة العلاقة بين إدراك الدعاة لتأثير التعرض لتلك المضامين ودرجة تأييدهم لفرض الرقابة على نشرها، وذلك في إطار نظرية "تأثير الشخص الثالث".

مراجعة لأهم الدراسات السابقة:

من خلال اطلاع الباحث على عديد من الأدبيات المتاحة المرتبطة بموضوع الدراسة، تم تقسيم أهم الدراسات السابقة إلى محورين، على النحو الآتي:

المحور الأول: دراسات عنيت بالعلاقة بين الدعاة ومواقع التواصل الاجتماعي

المحور الثاني: دراسات عنيت بالعلاقة بين ظاهرة العنف ومواقع التواصل الاجتماعي

المحور الأول: دراسات تناولت العلاقة بين الدعاة ومواقع التواصل الاجتماعي

مع تنامي استخدامات الإنترنت وتطبيقاتها المتعددة، زاد الاهتمام الأكاديمي بدراسة العلاقة بين الدعاة ومواقع التواصل الاجتماعي، خاصة ما يتعلق بالاستفادة من تلك المواقع من ناحية الاستخدام، أو التوظيف في نشر الدعوة والتواصل مع الآخرين، أو تنمية معارفهم المتعددة، **ومن أبرز تلك الدراسات: دراسة (سامح عبد الغنى، 2022م)**[4]، التي استهدفت التعرف على توظيف الدعاة والأئمة والوعاظ تطبيقات الهاتف المحمول في الحد من خطاب الكراهية، المتمثل في الإساءة للرسول -صلَّى الله عليه وسلم، **ودراسة (Latepo, Suharto & Nurdin, 2021)**[5]، التي سعت لمعرفة مدى استخدام الطلاب المسلمين من الدعاة لوسائل التواصل الاجتماعي لأغراض الوعظ، وتوصلت إلى اتفاق معظم الطلاب على أنَّ استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ساعدهم في الوصول إلى معلومات جديدة تتعلق بالمعرفة الإسلامية، إضافة إلى مساعدتهم في بناء هوية شخصية تمكنهم من التفاعل مع الدعاة الآخرين في الفضاء عبر الإنترنت. وسعت **دراسة (على حمودة، محمد حسنى، 2021م)**[6] للتعرف على الخطاب الاتصالي لدى الدعاة العرب والأجانب في صفحات التواصل الاجتماعي، وانعكاساته على قبول الآخر، وذلك

بالتطبيق على موقع فيس بوك، وتوصلت الدراسة إلى اهتمام الصفحات الشخصية للدعاة بمضمون الخطاب الاتصالي الدعوي الموجه للآخر، وتميز الخطاب بالدعوة بالتي هي أحسن.

وفي السياق ذاته، استهدفت **دراسة (فودة محمد، 2021م)**[7] التعرف على استخدام الدعاة لمواقع التواصل الاجتماعي، وعلاقته بأساليبهم في التصدي للفكر المتطرف، وهذا ما سعت إليه **دراسة (محمد سيد، 2020م)**[8] للتعرف على توظيف وعَّاظ الأزهر لمواقع التواصل الاجتماعي في توعية الشباب بقضايا التطرف الفكري والديني، وسعت **دراسة (Sule & Abdulkareem, 2020)**[9] لتحليل كيف ساعدت وسائل الاتصال والتفاعل المرتبطة بالإنترنت في نشر التعاليم الدينية، وتوصلت نتائج الدراسة إلى تبني علماء المسلمين واستخدامهم وسائل التواصل الاجتماعي وسيلة للتفاعل الاجتماعي والدعوة إلى الله ونشر تعاليمه، حيث وفَّرت تلك المواقع والوسائل أرضية مثمرة لإنبات علماء الفضاء السيبراني، واستهدفت **دراسة (Atiqah, Azlan, Abidin & Saahar, 2020)**[10] إيجاد العلاقة بين الدعوة وعالم الإنترنت، ورصد مدى استفادة الدعاة من استخدام الإنترنت، خاصة مع انتشار منصات التواصل الاجتماعي، ومميزاتها المتعددة وخصائصها التي لا توجد في وسائل الإعلام التقليدي، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أنَّ مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة فعَّالة للغاية في إيصال المعلومات، حيث يمكنها الوصول إلى جمهور كبير في فترة زمنية قصيرة، ومع ذلك، فإنَّ استخدام تلك الوسائل في خدمة الدعوة ليست بالشكل الأمثل من قبل الدعاة، لأن تصور استخدام تلك الوسائل لا يزال موضع تساؤل أو شكّ. وسعت **دراسة (Briandana, Doktoralina, Hassan & Hasan, 2020)**[11] لتحليل وجهات نظر جيل الألفية في تفسيرهم لتوظيف منصات التواصل في نشر التعاليم الدينية، وتوصلت النتائج إلى أنَّ يسر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، خاصة (YouTube) مكَّن الجماهير - خاصة جيل الألفية - من رؤية الدعاة والاستماع إليهم، أو دراسة الدعوة في أي مكان وفي أي وقت. وهذا ما أكدته **دراسة (Zulhazmi & Hastuti, 2018)**[12] عن ضرورة استفادة الدعاة من وسائل الإعلام الجديد، حيث أصبحت تلك الوسائل التواصلية قناة ضخمة يستخدمها الدعاة الإندونيسيون على مدار العقد الماضي، خاصة مع ما توفره تلك الوسائل من فرص، لا سيما عند التعامل مع جيل الألفية بصفتهم أغلبية المستخدمين، **وسعت دراسة (نايف بن**

على، 2018م)[13] للتعرف على دور النخب الدينية في توجيه الرأي العام عبر شبكة تويتر، **ودراسة** (**bdul Qayyum & Mahmood,** 2015)[14] التي استهدفت التعرف على توظيف وسائل التواصل بهدف الوصول إلى الأشخاص الذين قد لا يعرفون الإسلام، حيث تعد الدعوة إلى الإسلام أحد الاستخدامات الرئيسة لوسائل التواصل الاجتماعي، لاسيما وأنَّ استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لم يعد مقتصراً على الدعاة فحسب، بل يستخدمها أيضًا المسلمون العاديون الذين يتواصلون مع بعضهم، ويشاركون عديدًا من الآيات والتعاليم الدينية عبر تلك المنصات.

وفي السياق ذاته، اهتم عديد من الباحثين بدراسة مدى استفادة الدعاة من مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية معارفهم ومهاراتهم، ومن أبرز تلك الدراسات: **دراسة** (**محمود محمد**، 2017م)[15]، التي استهدفت التعرف على استخدام قادة الرأي الدينيين للمواقع الإسلامية وعلاقته بتنمية معارفهم الدينية، **ودراسة** (**إسلام عبد الرؤوف**، 2011م)[16] عن اعتماد النخبة الدينية على شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته بمعرفتهم السياسية، **ودراسة** (**أميرة محمد**، 2015)[17] عن دور الصفحات الدينية على مواقع التواصل الاجتماعى فى تنمية الوعي الديني لدى الشباب، وتوصلت الدراسة إلى ارتفاع معدل إسهام الصفحات الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي في رفع مستوى الثقافة والمعارف الدينية للمبحوثين.

ثانيا: الدراسات التى تناولت العلاقة بين ظاهرة العنف ومواقع التواصل الاجتماعى

ترتب على انتشار مضامين العنف عبر مواقع التواصل الاجتماعي، اهتمام عدد من الباحثين بالتعرف على تلك المضامين، ودراسة العلاقة بين انتشارها والآثار المترتبة عليها، ومن أبرز تلك الدراسات: **دراسة** (**عمرو ممدوح**، 2022م)[18]، عن دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الصورة الذهنية للجمهور حول المنتحر، ومدى التأثيرات التي حدثت فيهم، إضافة إلى إدراكهم لمدى التأثيرات التي قد تحدث في الآخرين نتيجة التعرض لمضامين حوادث الانتحار عبر تلك المواقع، **ودراسة** (**عنايات محمد**، 2021م)[19] عن التناول الإخباري لمشاهد العنف في الفضائيات ومواقع التواصل الاجتماعي وتأثيراتها النفسية على المراهقين، **ودراسة** (**سميح زيد**، 2021م)[20] عن أثر مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة ظاهرة التحرش والعنف ضد المرأة، **ودراسة** (**جمعة قدور، خضرة خليفى**، 2021م)[21] عن العنف المدرسي وعلاقته بمواقع التواصل

الاجتماعي في المؤسسة التربوية الجزائرية، **ودراسة (بن كحيل شهرزاد، بوشيخاوي اسمهان**، 2021م)[22] عن العنف على مواقع التواصل الاجتماعي، فيس بوك نموذجاً، **ودراسة (نور الدين روابحي**، 2021م)[23] عن العنف اللفظي في مواقع التواصل الاجتماعي، **ودراسة (سريا عوض**، 2020م)[24] عن اتجاهات الشباب الأردني نحو العنف عبر منصات التواصل الاجتماعي، **ودراسة (Tripathi, 2017)**[25] عن تأثر مواقف الشباب في الهند وسلوكهم واتجاهاتهم نحو العنف عبر منصات وسائل التواصل الاجتماعي. ودراسة (**مناور عبيد**، 2017م)[26] عن التنمر الإلكتروني عبر مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بأنماط العنف المدرسي. **ودراسة (Patton, Hong, Ranney, Patel, Kelley & Eschmann, 2015)**[27] عن انتشار مضامين العنف عبر الإنترنت، والآثار السلبية المترتبة على ذلك. **وفي سياق متصل**، تناولت دراسات أخرى دور تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي في تناول قضايا العنف، **كدراسة (مها عبد المجيد**، 2015م)[28] التي استهدفت التعرف على دور تطبيقات الإعلام الجديد في تناول ظاهرة التحرش الجنسي، بالتطبيق على مواقع (فيس بوك، ويوتيوب، وتويتر).

التعليق على الدراسات السابقة:

تناولت الدراسات السابقة محورين: **المحور الأول** دراسات تناولت العلاقة بين الدعاة ومواقع التواصل الاجتماعي، **والمحور الثاني** دراسات خاصة بالعلاقة بين ظاهرة العنف ومواقع التواصل الاجتماعي، ومن خلال استعراض هذه الدراسات يمكن الخروج ببعض المؤشرات على النحو الآتي:

- عدم وجود دراسة عربية أو أجنبية – في حدود علم الباحث- اهتمت بمعرفة إدراك الدعاة – بوصفهم قادة رأي- بالمضامين السلبية المنتشرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وأثر التعرض لتلك المضامين في الذات (الدعاة) وفي الآخرين (الجماهير)؛ وهو ما تسعى الدراسة الحالية للقيام به، من خلال التعرف على إدراك الدعاة لإحدى الظواهر السلبية المنتشرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي – **ظاهرة العنف الاجتماعي**- وأثر التعرض لتلك المضامين، وذلك في إطار نظرية "تأثير الشخص الثالث"، لعلَّ نتائج تلك الدراسة تضيف جديداً للجهود العلمية السابقة.

- وجود عديد من الدراسات العربية والأجنبية التي تناولت ظاهرة العنف بأنواعه المختلفة، وتداول مضامينه عبر مواقع التواصل الاجتماعي، مما يدل على خطورة تلك الظاهرة، وتنوع الآثار المترتبة عليها التي استحقت هذا الاهتمام، خاصة مع الانتشار المتزايد لجرائم العنف الاجتماعي خلال السنوات الأخيرة.
- أشارت نتائج الدراسات السابقة إلى تعدد مواقع التواصل الاجتماعي، إضافة إلى يسر استخدامها، مما يزيد من مخاوف انتشار مضامين العنف عبر تلك المواقع؛ ووصولها لأكبر شريحة من الجماهير، نظراً للتزايد المتنامي لأعداد مستخدميها، **مما يستدعى ضرورة التعرف على إدراك الدعاة - بوصفهم قادة رأي دينيين- للآثار السلبية المترتبة على انتشار تلك المضامين عبر مواقع التواصل الاجتماعى؛ للوصول إلى آليات الخطاب الدعوي الأمثل لمواجهة تلك الظاهرة، والآثار السلبية المترتبة عليها.**
- أكدت نتائج بعض الدراسات الدور الإيجابي لمواقع التواصل الاجتماعي، من خلال دورها في تسهيل التواصل بين الأفراد، وتوظيفها في الدعوة إلى الله، كدراسة (**Latepo, Suharto & Nurdin,** 2021)، ودراسة (**فودة محمد،** 2021م)، ودراسة (**Zulhazmi & Hastuti,** 2018)،بينما أشارت نتائج دراسات أخرى إلى الدور السلبي لتلك المواقع، من خلال نشر مضامين عنف تتنافى مع القيم والتقاليد المجتمعية، كدراسة (**عنايات محمد،** 2021م)، ودراسة (**Tripathi,** 2017)، ودراسة (**Patton, Hong, Ranney, Patel, Kelley & Eschmann,** 2015) ، وتكمن الإشكالية هنا في إمكانية تكرار تلك النتائج المتباينة، نتيجة لاستمرار تداول مضامين العنف وما يترتب عليها من آثار سلبية، خاصة مع تزايد المخاوف من تكرار تلك الجرائم، وعدم إمكانية ضبط وتوجيه ما ينشر عبر تلك المواقع.

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

تتحدد أوجه استفادة الباحث من الدراسات السابقة في النقاط الآتية:

- التمكن من اختيار الإطار النظري المناسب لتفسير النتائج لاحقاً.
- الإحساس بخطورة شيوع مضامين العنف عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- تحديد أبعاد الدراسة والأهداف التي تسعى لإنجازها، والتعرف على آخر النتائج التي تم التوصل إليها.

- ساعدت الدراسات السابقة في بناء أداة الدراسة، والتعرف على كيفية قياس تأثر الشخص الثالث بمضامين العنف.

مشكلة الدراسة:

نتيجة لاندماج الإنسان مع الهواتف الذكية في العصر الرقمي، وهيمنة مواقع التواصل الاجتماعي على كل مظاهر الحياة، وعدم التزامها بالتقاليد المهنية والضوابط التنظيمية التي تحكم العمل في الإعلام التقليدي؛ توسع مفهوم الحرية الشخصية لمستخدمي تلك المواقع، وتم تسليع كل سلوك يقوم به الإنسان، وأصبح ارتكاب جرائم العنف أحد المنتجات التي تُسوَّق عبر مواقع التواصل الاجتماعي، على الرغم من الآثار العديدة المترتبة على ذلك.

وعلى الرغم من تعدد الدراسات الأجنبية والعربية التي طبقت **نظرية "تأثير الشخص الثالث"**، التي تشير إلى اعتقاد الأفراد بأنَّ الرسائل الإعلامية السلبية يكون تأثيرها في الآخرين أكبر بكثير من تأثيرها عليهم، لا توجد دراسة عربية واحدة - في حدود علم الباحث- اختبرت هذه النظرية على مجتمع **"الدعاة"**، رغم أهمية **دور الدعاة** وخطورته، بوصفهم قادة رأي في المجتمع؛ مما دعا الباحث إلى اختبار فروض تلك النظرية بشقيها **الإدراكى والسلوكى**؛ للتعرف على إدراك الدعاة لتأثيرات نشر مضامين العنف عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وعلاقته بمدى تأييدهم لفرض رقابة على عرض تلك المضامين، واتخاذ إجراءات لمواجهة تلك الظاهرة والآثار السلبية المترتبة عليها.

وبناء على ما سبق: يمكن تحديد مشكلة الدراسة في الإجابة عن التساؤل الآتي: **كيف يدرك الدعاة ظاهرة نشر مضامين العنف عبر مواقع التواصل الاجتماعى، وأثر ذلك في الذات وفي الآخرين، في إطار نظرية تأثير الشخص الثالث؟**

أهمية الدراسة:

تتلخص أهمية الدراسة في عدد من النقاط، منها:

1. ندرة الدراسات العربية التي تناولت العلاقة بين إدراك الدعاة لتأثيرات التعرض لمضامين العنف المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي في الذات وفي الآخرين، في إطار نظرية الشخص الثالث، لذا تعد الدراسة واحدة من الدراسات الارتيادية التي تطبق فروض هذه النظرية على الدعاة من مؤسسة الأزهر الشريف ووزارة

الأوقاف، ما يجعلها إضافة معرفية للجهود والأنشطة البحثية السابقة واللاحقة ذات الصلة بظاهرة العنف الاجتماعي.

2. خطورة ظاهرة العنف الاجتماعي، وتداعياتها السلبية، خاصة مع تزايد تلك الظاهرة خلال السنوات الثلاث الماضية، واهتمام مواقع التواصل الاجتماعي المتنامي بتداول مضامين تلك الظاهرة.

3. أهمية دراسة جمهور الدعاة وعلاقته بمواقع التواصل الاجتماعي، بوصفها مصدراً رئيسًا للأخبار المرتبطة بمضامين العنف، في إطار نظرية الشخص الثالث.

4. تعد الدراسة واحدة من الدراسات البينية، التي تجمع بين إحدى الظواهر التي تنتمي لعلم الاجتماع (**العنف الاجتماعى**)، وإحدى وسائل الإعلام الجديد، ممثلة في (**مواقع التواصل الاجتماعى**).

أهداف الدراسة:

1. رصد وتفسير عادات وأنماط تعرض الدعاة المصريين لمضامين العنف المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
2. رصد نوعية مضامين العنف الاجتماعي التي يتعرض لها الدعاة المصريون عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
3. اختبار فروض ومتغيرات "**نظرية الشخص الثالث**" في بيئة اتصالية جديدة (**مجتمع الدعاة**)، وصولًا إلى رؤية واضحة لمدى عمومية فروض هذه النظرية ولدرجة تحققها وثبوتها في المجتمعات المختلفة.
4. الوقوف على مدى رضا الدعاة عن نشر مضامين العنف عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
5. التوصل إلى العلاقة بين كثافة تعرض الدعاة لمضامين العنف المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وإدراكهم **لتأثير الشخص الثالث**.
6. اختبار الفروق بين مستوى إدراك الدعاة لتأثرهم بمضامين العنف المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي مقارنة بمستوى إدراكهم لتأثيرها **في الآخرين**.
7. قياس العلاقة بين إدراك الدعاة لتأثير الشخص الثالث، ودرجة تأييدهم لفرض الرقابة على نشر مضامين العنف عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

8. التعرف على الاجراءات والأنشطة الدعوية الواجب القيام بها لمواجهة ظاهرة العنف الاجتماعي والآثار المترتبة عليها.

تساؤلات الدراسة:

- ما مستوى تعرض الدعاة المصريين لمضامين العنف المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟
- ما نوعية مضامين العنف التي يتعرض لها الدعاة عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟
- ما مدى رضا الدعاة عن الواقع الافتراضي المتضمن مضامين عنف؟
- ما مدى موافقة الدعاة في فرض الرقابة على نشر مضامين العنف عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟
- ما أهم تأثيرات التعرض لمضامين العنف المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي في الذات، وفي الآخرين؟

فروض الدراسة:

فروض متعلقة بالجانب الإدراكي

- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة تعرض الدعاة لمضامين العنف المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ومستوى إدراكهم لتأثير الشخص الثالث.
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مستوى إدراك الدعاة بتأثرهم بمضامين العنف المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، مقارنة بمستوى إدراكهم لتأثيرها في الآخرين.
- تختلف مساحة الفجوة الإدراكية باختلاف الخصائص الديموجرافية للدعاة عينة الدراسة.

فروض متعلقة بالجانب السلوكي

- توجد علاقة ارتباطية إيجابية بين مساحة الفجوة الإدراكية ودرجة تأييد الدعاة لاتخاذ إجراءات نحو نشر مضامين العنف المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- توجد فروق دالة إحصائيًا بين مساحة الفجوة الإدراكية وبين درجة تأييد الدعاة لاتخاذ إجراءات نحو نشر مضامين العنف المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي باختلاف الخصائص الديموجرافية.

نوع الدراسة ومنهجها وأداتها:

أ. **نوع الدراسة:** تنتمي الدراسة إلى البحوث الوصفية الميدانية، التي تسعى لوصف خصائص موقف أو ظاهرة أو مجموعة معينة، وتتمثل تلك الظاهرة في إدراك الدعاة لتأثيرات التعرض لمضامين العنف المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك في إطار "نظرية الشخص الثالث".

ب. **منهج الدراسة:** اعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي، وتم توظيف هذا المنهج في إطار استخدام أسلوب المسح لعينة من الدعاة المصريين من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي.

ت. **أداة جمع البيانات:** تم تصميم استبانة إلكترونية (Google forms)، اشتملت على (20) سؤالًا في إطار أهداف الدراسة وتساؤلاتها، وذلك لقياس (المتغيرات الديموغرافية للمبحوثين، وكثافة التعرض وأنماطه، ودرجة الاعتقاد في تأثرية الشخص الأول والشخص الثالث، وفرض الرقابة على نشر مضامين العنف عبر مواقع التواصل الاجتماعي، والتعرف على الأدوار الواجب على الدعاة القيام بها لمواجهة ظاهرة العنف والآثار المترتبة عليها).

مجتمع الدراسة وعينتها:

طُبقت الدراسة على عينة من الدعاة المصريين المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي، وذلك من خلال عينة عشوائية من مختلف الأعمار، بلغ عددها (500) مفردة، تشمل (150) واعظًا من الأزهر الشريف، و(150) إمامًا وخطيبًا من وزارة الأوقاف، و(100) واعظة من الأزهر، و(100) واعظة من وزارة الأوقاف، تم فيها مراعاة المتغيرات الديموجرافية، التي تمثلت في (النوع، والسن، والمؤهل التعليمي، ومحل السكن).

ويوضح الجدول الآتى خصائص عينة الدراسة:

جدول (1)

الخصائص الديموجرافية للمبحوثين

الفئة	البدائل	ك	%
النوع	ذكور	300	60
	إناث	200	40
السن	من 25 إلى أقل من 35 عامًا	202	40.4
	من 35 إلى أقل من 45 عامًا	222	44.4
	من 45 فأكثر	76	15.2
المؤهل الدراسى	مؤهل جامعي	443	88.6
	مؤهل أعلى من الجامعي	57	11.4
جهة العمل	الأزهر الشريف	250	50
	وزارة الأوقاف	250	50

- **تشير بيانات الجدول السابق إلى** أنَّ عينة الدراسة تتوزع بين الذكور بنسبة (60%)، مقابل (40%) للإناث؛ ويرجع ذلك إلى حداثة عمل الواعظات في مجال التوعية الدينية، إضافة إلى قلَّة عددهن مقارنة بعدد الوعَّاظ في الأزهر الشريف والأئمة والخطباء في وزارة الأوقاف.
- **بالنسبة لفئة السن للمبحوثين**، فإنَّ العينة تتوزع بنسبة (44.4%) لذوي الأعمار من (35 سنة إلى أقل من 45 سنة)، مقابل (40.4%) لذوي الأعمار من (25 سنة إلى أقل من 35 سنة)، ونسبة (15.2%) لذوي الأعمار من (45 سنة فأكثر)، ويلاحظ أنَّ أكبر عدد من المبحوثين كان من حاملي المؤهل "**الجامعى**" بنسبة (88.6%)، بينما جاءت فئة المؤهل " **فوق الجامعى**" في المرتبة الثانية بنسبة (11.4%). وبالنسبة لفئة جهة العمل، فإن العينة تتوزع مناصفة بين الدعاة في الأزهر الشريف ووزارة الأوقاف.

وبناء على ما تقدم، يتضح تنوع أفراد العينة من حيث الخصائص الديموجرافية في استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي، مما يشير إلى تمثيل العينة للفئات المختلفة من

مجتمع الدعاة العاملين في مؤسسة الأزهر الشريف ووزارة الأوقاف. كما يلاحظ على بيانات فئة العمر غلبة الشريحة الشبابية على عينة البحث، وهو ما يمكن أن يؤثر في استجابات المبحوثين لمقاييس البحث في اتجاه معايشة الواقع الذي تشكل تقنية التواصل الحديثة أهم ملامحه، كما تؤكد هذه النتيجة ظهور جيل جديد من الدعاة والوعَّاظ في المؤسسات الدينية التي تؤكد أصالة التأهيل العلمي ومواكبة العصر في إطار استراتيجية الخطاب الديني.

قياس الصدق والثبات:

تم اختبار الصدق الظاهري للاستمارة الإلكترونية من خلال عرضها على عدد من المحكِّمين المتخصصين من الأساتذة في مجال الإعلام وعلم النفس والاجتماع[♦♦]، الذين أشاروا إلى صلاحيتها للتطبيق بعد إجراء بعض التعديلات على بعض الأسئلة، واعتمد الباحث في قياس الثبات على إجراء الاختبار بينه وبين أحد أعضاء هيئة التدريس[♦♦♦]، وذلك من خلال عمل اختبار قبلي (**pre-test**) على عينة بلغت (10%) من إجمالي العينة الكلية، للتأكد من استيعاب المبحوثين للأسئلة وعبارات المقاييس التي تتضمنها الاستمارة، واستخدم الباحث معادلة **هولستى** لقياس الثبات الذي بلغ نسبة (90.2%)، وهو ما يشير إلى ثبات التحليل ودقته.

التعريفات الإجرائية:

1. **الإدراك:** هو عملية استقبال المعلومات واختيارها ومعالجتها عبر جميع الحواس، وتفسيرها بوعي من قبل العقل[29]. **ويقصد** بهذا المفهوم في تلك الدراسة: مدى **رؤية** الدعاة لخطورة التعرض لمضامين العنف المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي **والآثار** المترتبة على ذلك، وكيفية معالجتها والتصدي لها.
2. **مضامين (Content)**: ويقصد بها جميع الأشكال التي يقدم من خلالها المحتوى المنشور على مواقع التواصل الاجتماعي.
3. **العنف الاجتماعي:**

يشير مصطلح "**العنف**" وفقًا **لمعاجم اللغة** إلى الشدة والقسوة وعدم اللين. وتعرّف **منظمة الصحة العالمية** "العنف" بأنه "الاستخدام المتعمد للقوة، سواء للتهديد أو للإيذاء الفعلي ضد النفس، أو ضد شخص آخر، أو ضد مجموعة أو

مجتمع، مما يؤدي أو يحتمل أن يؤدي إلى الإصابة، أو الوفاة، أو الضرر النفسي، أو سوء النمو، أو الحرمان"[30].

ويقصد الباحث **بالعنف الاجتماعى** كل سلوك أو تصرف فعلي أو قولي يصدر عن فرد أو جماعة، يترتب عليه إلحاق الأذى في النفس أو الآخرين.

4. **مواقع التواصل الاجتماعى**: هي تلك المواقع التي تعتمد على شبكة الإنترنت، وتسمح لمستخدميها باتصالات سريعة وتبادل للمعلومات الشخصية والملفات والوسائط المتعددة، والتفاعل مع الوسائط الاجتماعية عبر أجهزة الحاسوب أو الهواتف الذكية عبر البرامج أو التطبيقات المتصلة بالإنترنت.
5. **المسافة الاجتماعية**: تعني درجات الصلة والقرابة بين الأشخاص، ويقصد بها في الدراسة المسافة الاجتماعية بين **الشخص الأول** (الدعاة) و**الشخص الثانى** (أفراد الأسرة، والأقارب، والأصدقاء وزملاء العمل، وجمهور الدعاة)، **والشخص الثالث** (المواطنين بشكل عام).

الإطار النظري للدراسة:

تعتمد الدراسة في إطارها النظري وبناء فروضها على نظرية "**تأثير الشخص الثالث**"، التي وضعها عالم الاجتماع الألماني فيليبس دافيسون (**Philips Davison**) عام 1983م، وتتكون تلك النظرية من فرضين هما: (**الفرض الإدراكى**)، و(**الفرض السلوكى**). ينص الفرض الأول (**الإدراكى**) لتلك النظرية على "أنَّ الأفراد يبالغون في تقييم تأثير وسائل الإعلام في اتجاهات وسلوك الآخرين"[31]، وينص الفرض الثاني (**السلوكى**) على "أنَّ الأفراد نتيجة للموقف الإدراكي، سيتخذون موقفًا ويقومون ببعض الإجراءات لحماية الآخرين من التأثيرات المترتبة نتيجة التعرض لوسائل الإعلام"[32].

بناء على ما سبق: تسعى الدراسة الحالية لاختبار فرضي الدراسة (الإدراكي، والسلوكي) في مجتمع جديد (المجتمع المصري)، وفي بيئة اتصالية جديدة (بيئة الدعاة)؛ للتأكد من عمومية فروض تلك النظرية ودرجة تحققها في المجتمعات المختلفة، وذلك من خلال التعرف على مدى **إدراك الدعاة** المصريين لأثر التعرض لمضامين العنف المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي في **الذات** وفي **الآخرين**، والإجراءات والسلوكيات التي يقترحها ويتخذها الدعاة للتصدي للتأثيرات الناتجة عن التعرض لتلك المضامين.

التحليل الإحصائي للبيانات:

اعتمد الباحث في عمليات التحليل الإحصائي على برنامج (**SPSS v.26**)، حيث تم إدخال البيانات على الكمبيوتر، والمعالجة الإحصائية لها عبر تطبيق عدد من المعاملات الإحصائية، وتنوعت المتغيرات بين اسمية (**Nominal**)، ووزنية (**Scale**)، وطبَّق الباحث المعاملات الإحصائية التي تلائم كل متغير على النحو الآتي:

أولًا: المقاييس الوصفية، وتشمل:

1. **الجداول والتوزيعات التكرارية**: عرض الباحث بعض المتغيرات في جداول تهدف إلى الكشف عن التكرارات **Frequency** والنسب المئوية **Percent**، وتم ذلك في وصف عينة الدراسة وخصائصها.

2. **المتوسط الحسابي Mean. الانحراف المعياري std.Deviation.**

ثانيا: الاختبارات الإحصائية:

بالنسبة للاختبارات الإحصائية التي تقيس وجود فروق بين متغيرات الدراسة، كانت على النحو الآتي:

المتغيرات الوزنية:

- **اختبار F (On Way Anova)**: وذلك لقياس الفروق بين المتوسطات بين أكثر من مجموعتين والمعروف اختصاراً **ANOVA**.
- **اختبار T (Independent samples t Test)**: وذلك لقياس الفروق بين المتوسطات بين عينتين مستقلتين والمعروف اختصاراً باختبار "ت" أو (**T-Test**).
- **اختبار T (Paired samples t Test)**: وذلك لقياس الفروق بين المتوسطات بين عينتين مرتبطتين والمعروف اختصاراً باختبار "ت" أو (**T-Test**).
- **معامل ارتباط بيرسون (person Correlation)**: لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين كل منهما من البيانات المتصلة.

مستوى الدلالة المعتمد في هذه الدراسة: اعتمد الباحث على مستوى دلالة يبلغ (0.05) لاعتبار الفروق ذات دلالة إحصائية من عدمه، وتم قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة 95% فأكثر، أي عند مستوى معنوية (0.05%) فأقل.

النتائج العامة للدراسة:

1. نتائج استخدام عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي:

توضح نتائج الجدول الآتي شيوع استخدام الدعاة لمواقع التواصل جميع أيام الأسبوع، بمتوسط كمي من (ساعة إلى أقل من خمس ساعات) لدى نسبة (77.4%) من المبحوثين.

جدول (2)

معدل استخدام الدعاة لمواقع التواصل الاجتماعي (ن= 500)

المتغيرات	البدائل	ك	%	المتوسط الحسابى
معدل الاستخدام أسبوعيا	يوم	-	-	3.5160
	يومين إلى ستة أيام	73	14.6	
	جميع أيام الأسبوع	361	72.2	
	حسب الظروف	66	13.2	
معدل التصفح يوميا	أقل من ساعة	77	15.4	2.2300
	من ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات	307	61.4	
	من ثلاث إلى أقل من خمس ساعات	80	16	
	خمس ساعات فأكثر	36	7.2	

يتضح من بيانات الجدول السابق ما يلى:

- أشارت غالبية الدعاة –عينة الدراسة– إلى استخدامهم مواقع التواصل الاجتماعي "**جميع أيام الأسبوع**"، وذلك بنسبة (72.2%)، وجاء معدل الاستخدام "**من يومين إلى ستة أيام**" في المرتبة الثانية بنسبة (14.6%)، في حين بلغت نسبة استخدام مواقع التواصل "**حسب الظروف**" (13.2%).
- بالنسبة لمعدل التصفح يومياً، جاءت فئة (**من ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات**) يومياً في المرتبة الأولى بنسبة (61.4%)، وفي المرتبة الثانية جاءت فئة (**من ثلاث ساعات إلى أقل من خمس ساعات**) وذلك بنسبة (16%)، وجاءت فئة (**أقل من ساعة**) بنسبة (15.4%)، بينما فئة (**خمس ساعات فأكثر**) في الترتيب الأخير بنسبة (7.2%).

بناء على ما سبق: يمكن القول إنَّ كثافة تصفح الدعاة لمواقع التواصل الاجتماعي في

مجملها **مرتفعة**، حيث بلغ المتوسط الحسابي لمعدل الاستخدام أسبوعيًا (3.5160)، وبلغ المتوسط الحسابي لمعدل التصفح يوميًا (2.2300)، إضافة إلى تنوع المبحوثين في استخدام عديد من منصات التواصل الاجتماعي، حيث إنَّ (423) مفردة من عينة البحث يتعرضون لمواقع التواصل الاجتماعي بحد أدنى ساعة في اليوم، من بينهم عدد (80) مبحوثًا يتصفحون المواقع من (ثلاث ساعات إلى أقل من خمس ساعات)، وعدد (36) مبحوثًا يتصفحون المواقع من خمس ساعات فأكثر في اليوم.

ومن ثمَّ يفترض أن تكون قدرة المبحوثين على إدراك تأثرية الآخرين بمضامين العنف المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي **ستكون مرتفعة**، حيث إنَّ الفترة الزمنية (ساعة فأكثر) تعني أنَّ هذه النسبة من عينة المبحوثين تتصفح المواقع بصورة تمكّنهم من تذكر "مضامين العنف" المنشورة في مواقع التواصل التي يتصفحونها، ومن ثمَّ تزداد القدرة على تحديد نوعية تلك المضامين والآثار المترتبة عليها. وتتفق هذه النتيجة مع نتائج عديد من الدراسات التي أكدت كثافة تعرض الجمهور المصري لمواقع التواصل الاجتماعي.

2. **تفضيلات المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي:**

أكدت نتائج البحث ما أثبتته كثير من الدراسات السابقة، من أنَّ "فيس بوك" يتصدر استخدامات المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي، يليه استخدام تطبيق "واتساب"، وهو من السهولة وقلَّة التكلفة، بحيث أصبح **التطبيق الثانى** بين الدعاة عينة الدراسة في مصر.

جدول (3)

مواقع التواصل الاجتماعي المستخدمة من قبل المبحوثين

مواقع التواصل الاجتماعى	ن=500	
	ك	%
فيس بوك	486	97.2
واتساب	458	91.6
يوتيوب	423	84.6
تليجرام	218	43.6
انستجرام	88	17.6
تويتر	68	13.6
أخرى	19	3.8

توضح بيانات الجدول السابق تصدّر موقع "**فيس بوك**"، حيث كان الأكثر استخداماً من قبل المبحوثين وذلك بنسبة (97.2%)، وجاء موقع "**واتساب**" في المرتبة الثانية بنسبة (91.6%)، بينما احتل موقع "**يوتيوب**" المرتبة الثالثة بنسبة (84.6%)، وجاء موقع "**تليجرام**" في الترتيب الرابع بنسبة (43.6%)، بينما جاء موقع "**انستجرام**" في المرتبة الخامسة بنسبة (17.6%)، واحتل موقع " تويتر" الترتيب السادسة بنسبة (13.6%)، واشارت نسبة (3.8%) من المبحوثين استخدامهم لمواقع أخرى تمثلت في (تيك توك، ولينكد إن).

ويرى الباحث أنَّ هذا الترتيب منطقي وعلى اتساق تام مع الواقع الفعلي لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في مصر، من حيث تصدّر "**فيس بوك**" بين منصات التواصل الاجتماعي، حيث كان الأعلى استخداماً في مصر بين الفئة العمرية بين 16 حتى 64عاماً، وذلك وفقًا للبيانات الصادرة عن منصة "we are social" لعام 2022م[33]، بينما احتل تطبيق "**واتساب**" المرتبة الثانية في نتائج هذا البحث، على خلاف ما توصلت إليه البيانات الصادرة عن منصة "we are social" لعام 2022م، التي تضع فيها "يوتيوب" في المرتبة الثانية، **ولعل تفسير ذلك** يرجع إلى خصائص المبحوثين التي تتسم بالبساطة واستخدام التطبيق فيما بينهم بصفته الوسيلة الأسهل والأقل تكلفة.

3. **معدل متابعة المبحوثين لمضامين العنف المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي**

تشير بيانات الجدول الآتى إلى أنَّ جميع المبحوثين يتابعون مضامين أخبار العنف المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وإن تباينت درجة المتابعة ما بين دائمًا وأحيانًا.

جدول (4)

متابعة المبحوثين لمضامين العنف المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي

المتغيرات	البدائل	ن = 500	
		ك	%
مستوى المتابعة	دائمًا	272	54.4
	أحيانًا	228	45.6
	نادرًا	0	0
نوعية المضامين	العنف الأسري	383	76.6
	القتل	355	71.0
	الانتحار	336	67.2
	التنمر	242	48.4
	الاختطاف	195	39.0
	التحرش	163	32.6
	السب والقذف	147	29.4
	السرقة	144	28.8
	الاغتصاب	131	26.2

تشير بيانات الجدول إلى متابعة غالبية المبحوثين مضامين أخبار العنف "**بصفة دائمة**" بلغت (54.4%)، بينما بلغت نسبة المتابعين لمضامين العنف "**أحيانًا**" (45.6%)؛ وهو ما يشير إلى اهتمام المبحوثين بمتابعة مثل هذه المضامين. وعن **نوعية مضامين العنف** التي يوضحها الجدول، فقد تنوعت ما بين مضامين (عنف أسري، وقتل، وانتحار، وتنمر، واختطاف، وتحرش، وسب وقذف، وسرقة، واغتصاب) على الترتيب.

ويرى الباحث أنَّ تصدر مضامين "**العنف الأسري**" مقدمة مضامين العنف الاجتماعي المنتشرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي يأتي **نتيجة تعدد وتنوع أشكال وصور العنف**

الأسري كمَا وكيفًا على نحو غير مسبوق، التي تشمل العنف بين الأزواج، أو بين أحد الوالدين أو كليهما تجاه الأولاد، أو العكس، أو العنف بين الأقارب، سواء كان عنفًا جسديًا أو جنسيًا أو لفظيًا أو نفسيًا أو سلبًا أو ماديًا؛ الأمر الذي يؤدي إلى انتشار تلك المضامين، خاصة مع تركيز مواقع التواصل الاجتماعي على الأحداث الشاذة والغريبة والمثيرة للفت انتباه مستخدمي تلك المواقع، وتحقيق مزيد من المشاهدات.

واحتلت مضامين "**القتل**" المرتبة الثانية **نظرا لوقوع عديد من جرائم القتل في الآونة الأخيرة بطريقة وحشية**، كجريمة ذبح الطالبة "نيرة أشرف" على يد زميلها أمام جامعة المنصورة، وغيرها من الجرائم التي نالت اهتمامًا واسعًا من مواقع التواصل الاجتماعي من حيث التغطية والنشر، علمًا **بأنَّ هذا السلوك الإجرامى الشاذ يخالف ما استقرت عليه معايير التنشئة الاجتماعية في مصر**.

واحتلت مضامين "**الانتحار**" المرتبة الثالثة نظرًا لانتشار تلك الظاهرة في الآونة الأخيرة بين فئات متعددة خاصة الشباب، الأمر الذي أدى إلى التقدم بمشروع قانون إلى مجلس النواب المصري بشأن تجريم الانتحار والشروع فيه، وقيام "**الأزهر الشريف**" بإطلاق عديد من المبادرات والفعاليات لمواجهة تلك الظاهرة، من أهمها مبادرة بعنوان "**أنت غال علينا**"، للتواصل مع فئة الشباب وتقديم الدعم النفسي والمعنوي، ومساعدتهم على حل المشكلات وتجاوز الأزمات.

بناء على ما سبق: يمكن القول إنَّ الدعاة –عينة الدراسة– لديهم **إدراك واضح** بمدى انتشار مضامين العنف الاجتماعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ظهر ذلك واضحًا من خلال مستوى متابعة الدعاة لتلك المضامين، وتنوع تلك المضامين التي يتعرض لها المبحوثون، إضافة إلى تعدد دوافع متابعة تلك المضامين، التي جاء في مقدمتها "**الإحساس بكثرة تلك الظواهر وانتشارها وتأثيراتها في المجتمع**"، وتوضح الجزئية الآتية طبيعة دوافع متابعة الدعاة لهذه المضامين.

4. **دوافع متابعة الدعاة لمضامين العنف:**

يوضح الجدول الآتي غلبة الدوافع المرتبطة بوظيفة الدعاة ومسئوليتهم تجاه المجتمع وسلامته من ظواهر الانحراف والعنف، وما يترتب على ذلك من إحساسهم بضرورة رصد الظواهر وتحليلها؛ تمهيداً لتقديم معالجات دينية لها.

جدول (5)

دوافع متابعة الدعاة لمضامين العنف

الدوافع	ن= 500	
	ك	%
الإحساس بكثرة تلك الظواهر وانتشارها وتأثيراتها في المجتمع	386	77.2
التفاعل مع المحتوى المقدم ومعالجته دعويا	357	71.4
رصد ما ينشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي من مضامين عنف	217	43.4
التعرف على آراء الآخرين تجاه ما ينشر من محتوى	204	40.8
الفضول وحب الاستكشاف	67	13.4

توضح بيانات الجدول أنَّ دوافع متابعة المبحوثين لمضامين العنف جاءت بالترتيب كما يلي:

جاء دافع "**الإحساس بكثرة تلك الظواهر وانتشارها وتأثيراتها في المجتمع**" في المرتبة الأولى بنسبة (77.2%)، يليه دافع "**التفاعل مع المحتوى المقدم ومعالجته دعويا**" بنسبة (71.4%)، وجاء "**رصد ما ينشر عبر مواقع التواصل الاجتماعى من مضامين عنف اجتماعى**" في المرتبة الثالثة بنسبة (43.4%)، يليه دافع "**التعرف على آراء الآخرين تجاه ما ينشر من محتوى**" في المرتبة الرابعة بنسبة (40.8%)، واحتل دافع "**الفضول وحب الاستكشاف**" المرتبة الأخيرة بنسبة (13.4%).

وتشير تلك البيانات إلى تعدد وتنوع دوافع متابعة الدعاة لتلك المضامين، مما يدلل على اهتمام الدعاة برصد ومتابعة تلك المضامين، تمهيداً لمواجهتها ومعالجتها دعوياً.

5. **توجهات المبحوثين نحو عرض مضامين العنف على مواقع التواصل الاجتماعى:**

تباينت توجهات المبحوثين نحو عرض مضامين العنف على مواقع التواصل الاجتماعي بين أغلبية مؤيدة بضوابط وأقلية رافضة. ومن حيث الشعور الذاتي للمبحوثين بعد تعرضهم

لتلك المضامين، توضح بيانات الجدول الآتي أنَّ مشاعرهم تتوزع بين الغضب والرفض، وبين تفهم أسباب العرض وعفوية تقبل هذه المضامين.

جدول (6)

آراء الدعاة تجاه نشر مضامين العنف عبر مواقع التواصل الاجتماعي

المتغيرات	البدائل	ن= 500	
		ك	%
موقف المبحوثين تجاه عرض مضامين العنف	أوافق على النشر بضوابط	313	62.6
	أرفض نشر تلك المضامين؛ لخطورة تأثيرها في المجتمع	187	37.4
الشعور الذاتى للمبحوثين بعد التعرض لمضامين العنف	أشعر بالغضب والرفض لنشر تلك المضامين	292	58.4
	أشعر بتفهم أسباب وعوامل انتشار تلك المضامين	178	35.6
	أشعر باعتيادية نشر تلك المضامين	30	6.0

تشير بيانات الجدول إلى تباين آراء الدعاة تجاه نشر مضامين العنف عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث وافق (62.6%) من المبحوثين على نشر تلك المضامين **لكن بضوابط**؛ حتى لا تشيع الظواهر السلبية في المجتمع، بينما رفضت نسبة (37.4%) نشر تلك المضامين مطلقاً؛ لخطورة تأثيرها في المجتمع.

وتشير تلك النتيجة إلى إدراك الدعاة لخطورة نشر مضامين العنف عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وهو ما انعكس بالسلب تجاه الشعور الذاتي للدعاة إثر تعرضهم لتلك المضامين، حيث أكد معظم المبحوثين بنسبة (58.4%) شعورهم بالغضب والرفض لنشر تلك المضامين، بينما أشارت نسبة (35.6%) إلى شعورهم بتفهم أسباب وعوامل انتشار تلك المضامين، في حين أشار (6%) إلى شعورهم باعتيادية نشر تلك المضامين.

6. آراء المبحوثين تجاه التزام مواقع التواصل الاجتماعي بأخلاقيات عرض مضامين العنف:

تنوعت آراء المبحوثين تجاه أخلاقيات عرض مضامين العنف عبر مواقع التواصل الاجتماعي، بين انتهاك لحرمة الحياة الشخصية، وتضخيم الأحداث، وعدم احترام حرمة الموتى، وإبراز حوادث المشاهير، وبين التزام تلك المواقع بأخلاقيات عرض محتوى العنف.

جدول (7)

رؤية الدعاة لمدى التزام مواقع التواصل الاجتماعى بأخلاقيات نشر مضامين العنف

المتغير		موافق	محايد	غير موافق	المتوسط الحسابى	الوزن النسبى
مواقع التواصل الاجتماعي تنتهك حرمة الحياة الشخصية أثناء تناولها لمضامين العنف	ك	431	46	23	2.8160	28.160
	%	86.2	9.2	4.6		
مواقع التواصل الاجتماعي تضخم وتهول من حوادث العنف في المجتمع	ك	399	75	26	2.7460	27.460
	%	79.8	15.0	5.2		
مواقع التواصل الاجتماعي لا تراعي حرمة الموتى أثناء تناولها لمضامين العنف	ك	374	93	33	2.6820	26.820
	%	74.8	18.6	6.6		
مواقع التواصل الاجتماعي تركز على حوادث العنف المتصلة بالمشاهير	ك	275	119	106	2.3380	23.380
	%	55.0	23.8	21.2		
مواقع التواصل الاجتماعي تلتزم بمعايير وأخلاقيات النشر أثناء تناولها لمضامين العنف	ك	86	120	294	1.5840	15.840
	%	17.2	24.0	58.8		

تشير بيانات الجدول إلى رؤية الدعاة –عينة الدراسة– لمدى التزام مواقع التواصل الاجتماعي بأخلاقيات نشر مضامين العنف، حيث يرى غالبية المبحوثين بنسبة (86.2%) أنَّ مواقع التواصل الاجتماعي تنتهك حرمة الحياة الشخصية أثناء تناولها لمضامين العنف، ويرى (79.8%) من المبحوثين أنَّ مواقع التواصل الاجتماعي تضخم وتهول من حوادث العنف في المجتمع، ويرى (74.8%) أنَّ مواقع التواصل الاجتماعي لا تراعي حرمة الموتى أثناء تناولها لمضامين العنف، ويرى (55%) أنَّ مواقع التواصل الاجتماعي تركز على حوادث العنف المتصلة بالمشاهير، بينما يرى (58.8%) أنَّ مواقع التواصل الاجتماعي لا تلتزم بمعايير وأخلاقيات النشر أثناء تناولها لمضامين العنف.

ويمكن تفسير تلك النتيجة في ضوء سعي مواقع التواصل الاجتماعي لتحقيق "**الترينـد**" و"**الترافيك**"، من خلال الاهتمام بنشر مضامين العنف، خاصة إذا انطوت تلك المضامين على الإثارة والتحريض على ممارسة السلوك المنحرف والشاذ، أو ارتبطت بالمشاهير، أو الحوادث الغريبة، على حساب الالتزام بالمعايير والضوابط الأخلاقية. ويعزز ذلك تحرر

مواقع التواصل الاجتماعي من سيطرة "**حارس البوابة**"، التي كانت أساساً في تعزيز الضوابط الأخلاقية للأداء الإعلامي لوسائل الإعلام التقليدية، وعدم تطبيق القانون (175) لسنة (2018م) في شأن مكافحة جرائم تقنية المعلومات، وتعدَّ مصر من الدول الحريصة على سنّ تشريعات لمواجهة الجرائم المرتكبة عبر الإنترنت في إطار اتفاقية بودابست للجرائم الإلكترونية؛ مما يتطلب إنفاذ القانون في مثل هذه الجرائم.

7. **رؤية الدعاة للعوامل المؤدية لانتشار العنف في المجتمع:**

أوضحت نتائج البحث أنَّ عينة الدراسة ترى أنَّ ضعف الوازع الديني، وتراجع دور المؤسسات المعنية ومنها الأسرة، وكثافة عرض مضامين العنف على مواقع التواصل، وضعف الرقابة، هي العوامل التي تزيد من ظواهر العنف في المجتمع.

جدول (8)

العوامل المؤدية لانتشار ظواهر العنف في المجتمع

م	العوامل المؤدية لانتشار ظواهر العنف في المجتمع	ك	%
1	ضعف الوازع الديني	483	96.6
2	تراجع الأسرة عن أدوارها التربوية	467	93.4
3	شيوع مضامين العنف بكثافة في مختلف وسائل الإعلام وعفوية تلقيها	433	86.6
4	ضعف الرقابة على ما ينشر من مضامين عبر مواقع التواصل الاجتماعي	357	71.4
5	تراجع دور المؤسسات المعنية بالتنشئة الاجتماعية	359	71.8
ن= 500			

تشير بيانات الجدول إلى العوامل المؤدية لانتشار ظواهر العنف الاجتماعي من وجهة نظر الدعاة، وتمثلت تلك العوامل في "**ضعف الوازع الدينى**" وذلك بنسبة (96.6%)، يليه "**تراجع الأسرة عن أدوارها التربوية**" وذلك بنسبة (93.4%)، ثم "**شيوع مضامين العنف بكثافة في مختلف وسائل الإعلام وعفوية تلقيها**" وذلك بنسبة (86.6%)، يليه "**ضعف الرقابة على ما ينشر من مضامين عبر مواقع التواصل الاجتماعى**" وذلك بنسبة (71.4%)، ثم "**تراجع دور المؤسسات المعنية بالتنشئة الاجتماعية**" وذلك بنسبة (71.8%).

ويتفق الباحث مع ما ذكره الدعاة من أنَّ ضعف الوازع الديني يؤثر بشكل كبير في انتشار جرائم العنف، **حيث يعدّ تكوين الضمير الدينى لدى الفرد خط الدفاع الأول فيما يأتى وما يدع من سلوك اجتماعى. وتوجه النتائج السابقة** بضرورة الانتباه لأدوار المؤسسات المجتمعية في تكوين وعي يواجه هذا النوع من السلوك بالنبذ والعزلة؛ حتى لا يجد أرضية خصبة وتعاطفًا من الأجيال الناشئة والشباب، كما يجب تفعيل دور الرقابة الذاتية والرسمية للحد من هذه الظواهر على مواقع التواصل الاجتماعي التي تفتقر إلى آليات الرقابة الفعالة.

8. تقييم المبحوثين لتأثيرات عرض مضامين العنف في الذات والآخرين

أثبتت نتائج البحث في هذه الجزئية انخفاض تقييم المبحوثين لتأثرية الذات بالمضامين العنيفة وارتفاع تأثرية الآخرين بتلك المضامين، وهو ما يؤكد صحة الفرض الرئيس (الفرض الإدراكي) لنظرية تأثير الشخص الثالث.

جدول (9)

تأثير نشر مضامين العنف في الذات والآخرين ن = (500)

تأثير نشر مضامين العنف	تأثير نشر مضامين العنف										المتوسط الحسابي	درجة التأثر
	كبير جدا		كبير		متوسط		ضعيف		ضعيف جدا			
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
التأثير في الأنا (الذات)	28	5.6	48	9.6	95	19.0	224	44.8	105	21.0	2.340	منخفض
التأثير في الآخرين	162	32.4	153	30.6	127	25.4	25	5.0	33	6.6	3.772	مرتفع

(منخفض جدًا من 1: 1,8 - منخفض من 1,81: 2,6 - متوسط من 2,61: 3,4 - مرتفع من 3,41: 4,2 - مرتفع جدًا من 4,21: 5)

أوضحت بيانات الجدول أنَّ الدعاة – عينة الدراسة- يرون أنهم (**الذات**) أقل تأثرًا بمضامين العنف المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي من **الآخرين**، حيث جاءت درجة تأثر الآخرين نتيجة التعرض لمضامين العنف في مجملها **مرتفعة**، وبلغ المتوسط الحسابي لتأثير التعرض لمضامين العنف في الآخرين (3.772)، بينما كانت درجة تأثر **الأنا** (**الدعاة**) نتيجة التعرض لمضامين العنف الاجتماعي عبر مواقع التواصل في مجملها

"**منخفضة**"، حيث بلغ المتوسط الحسابي لتأثير التعرض لمضامين العنف في الذات (2.340). وتتفق تلك النتيجة مع **الفرض الإدراكى** لنظرية "تأثير الشخص الثالث"، الذي يشير إلى مبالغة الأفراد في تقييم تأثير وسائل الإعلام في اتجاهات وسلوك الآخرين (الشخص الثالث) مقارنة بأنفسهم (الشخص الأول).

ويمكن تفسير تلك النتيجة في **ضوء التكوين العلمى الدينى والشرعى والدور الإصلاحى لدى الدعاة**، الذي يدعو إلى التخلق بمكارم الأخلاق، والاستقامة في المعاملات، والتخلي عن الضغائن والأحقاد، وصيانة الدماء والأعراض، وحفظ الأموال والممتلكات، والسعي للبناء لا الهدم، وعدم الوقوع فريسة لليأس والقنوط، بعدِّ اليأس من لوازم الكفر، والقنوط أحد مظاهر الضلال، مصداقًا لعديد من الآيات القرآنية التي تؤكد ذلك، قال تعالى (**وَلا تَيْأَسُوا مِنْ رَوْحِ اللَّهِ إِنَّهُ لا يَيْأَسُ مِنْ رَوْحِ اللَّهِ إِلا الْقَوْمُ الْكَافِرُونَ**) [يوسف:87]، **وقال تعالى** (**وَمَنْ يَقْنَطُ مِنْ رَحْمَةِ رَبِّهِ إِلا الضَّالُّونَ**) [الحجر:56]، فالدعاة إلى الله انطلاقًا من دورهم **الإصلاحى** بمثابة أطباء اجتماعيين، يعالجون أمراض النفوس، ويصلحون أوضاع المجتمع الفاسدة، ويواجهون الظواهر السلبية، ويعالجون آثارها المترتبة عليها.

9. **استجابات المبحوثين لمقياس تأثر الذات بمضامين العنف**

تؤكد نتائج الجدول الآتي ضعف تأثر الدعاة (**الذات**) بمضامين العنف المقدَّمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

جدول (10)

تأثر الذات (الأنا) بمضامين العنف المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي (ن= 500)

تأثير مضامين العنف في الذات		درجة الموافقة					المتوسط الحسابى	درجة التأثر
		موافِق جدا	موافق	محايد	معارض	معارض جدا		
أقدّر الأدوار التي تقوم بها المؤسسات القضائية لردع مرتكبي أحداث العنف	ك	140	135	147	52	26	3.622	مرتفع
	%	28.0	27.0	29.4	10.4	5.2		
أشيد بدور الشرطة في ملاحقة الجناة	ك	68	153	168	71	40	3.276	متوسط
	%	13.6	30.6	33.6	14.2	8.0		

أتوقع مزيداً من جرائم عنف أكثر تهديداً للمجتمع	ك	15	62	235	125	63	2.682	منخفض
	%	3.0	12.4	47.0	25.0	12.6		
أخاف على نفسي وأسرتي	ك	17	102	138	165	78	2.630	منخفض
	%	3.4	20.4	27.6	33.0	15.6		
أشعر بالحذر والحيطة في التعامل مع أفراد المجتمع حتى لا أقع ضحية لجريمة ما	ك	14	66	168	171	81	2.522	منخفض
	%	2.8	13.2	33.6	34.2	16.2		
لدي قلق بشأن المستقبل	ك	22	49	92	262	75	2.362	منخفض
	%	4.4	9.8	18.4	52.4	15.0		
أشعر باليأس من الواقع	ك	12	38	124	203	123	2.226	منخفض
	%	2.4	7.6	24.8	40.6	24.6		
أشعر بعدم الأمان المجتمعي	ك	15	56	66	235	128	2.190	منخفض
	%	3.0	11.2	13.2	47.0	25.6		
أتكيف مع أحداث العنف وأشعر باللامبالاة	ك	0	0	87	206	207	1.760	منخفض
	%	0	0	17.4	41.2	41.4		
أفقد الثقة في المسئولين والمؤسسات	ك	11	18	85	184	202	1.904	منخفض
	%	2.2	3.6	17.0	36.8	40.4		
أميل نحو العنف والدموية (تقليد السلوك العنيف)	ك	0	0	62	183	255	1.614	منخفض جدا
	%	0	0	12.4	36.6	51.0		
لا أثق في أفراد المجتمع (العزلة الاجتماعية)	ك	0	0	41	173	286	1.510	منخفض جدا
	%	0	0	8.2	34.6	57.2		
المستوى العام = 2.358								

(منخفض جداً من 1: 1,8 - منخفض من 1,81: 2,6 - متوسط من 2,61: 3,4 - مرتفع من 3,41: 4,2- مرتفع جداً من 4,21: 5)

تشير بيانات الجدول السابق إلى رؤية الدعاة -عينة الدراسة- تجاه تأثرهم بمضامين العنف المقدَّمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، التي أكَّدت **انخفاض تأثر الدعاة** بتلك المضامين، وذلك بمستوى عام منخفض لمجموع التأثيرات السلبية بلغ (2.358)، واحتلت

ملامح التأثيرات الإيجابية الصدارة؛ وفقًا للوزن النسبي والمتوسط الحسابي، فجاء في المرتبة الأولى "**تقدير الدعاة للأدوار التى تقوم بها المؤسسات القضائية لردع مرتكبى أحداث العنف**" بمستوى عام **مرتفع**، وجاء في المرتبة الثانية "**إشادة الدعاة بدور الشرطة في ملاحقة الجناة**" بمستوى عام **متوسط**.

بينما احتلت التأثيرات **ذات الطابع السلبى** مراتب متأخرة -**بمستوى عام منخفض ومنخفض جدًا**- وفقًا للمتوسط الحسابي والوزن النسبي، وتمثلت ملامح التأثير السلبي لدى الدعاة في (توقع مزيد من جرائم عنف أكثر تهديدًا للمجتمع، والخوف على النفس وأفراد الأسرة، والشعور بالحذر والحيطة في التعامل مع أفراد المجتمع خشية الوقوع ضحية لجريمة ما، والإحساس بالقلق بشأن المستقبل، والشعور باليأس من الواقع، والشعور بعدم الأمان المجتمعي، وفقدان الثقة في المسئولين والمؤسسات).

وفي السياق ذاته، أشارت بيانات الجدول السابق إلى عدم موافقة أحد من الدعاة –عينة الدراسة- على خيارات "**التكيف مع أحداث العنف والشعور باللامبالاة**"، و"**الميل نحو العنف والدموية**"، و"**عدم الثقة في أفراد المجتمع (العزلة الاجتماعية)**".

ويرجع الباحث سبب ذلك إلى طبيعة عمل الدعاة، ودورهم الإصلاحي في المجتمع، الذي يقتضي مخالطة الناس ومجالستهم، والتحذير من العنف، وعدم اللجوء إليه، والدعوة إلى الله بالحكمة والموعظة الحسنة، امتثالًا للآيات القرآنية العديدة والأحاديث النبوية الصحيحة التي دعت إلى ذلك وأكدته، كقوله تعالى (**ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ**) "النحل: 125"، وقوله تعالى (**وَلَا تَقْرَبُوا الْفَوَاحِشَ مَا ظَهَرَ مِنْهَا وَمَا بَطَنَ وَلَا تَقْتُلُوا النَّفْسَ الَّتِي حَرَّمَ اللَّهُ إِلَّا بِالْحَقِّ ذَلِكُمْ وَصَّاكُمْ بِهِ لَعَلَّكُمْ تَعْقِلُونَ**) "الأنعام: 151"، وقول النبي صلى الله عليه وسلم: (**يا عائشة، إنَّ الله رفيق يحب الرفق، ويعطى على الرفق ما لا يعطى على العنف، وما لا يعطى على ما سواه**) "مسلم، حديث: 2593"، وقوله صلى الله عليه وسلم صلى الله عليه وسلم، (**إن الرفق لا يكون في شيء إلا زانه، ولا ينزع من شيء إلا شانه**) "مسلم، حديث 2594".

بناء على ما سبق: يتضح **انخفاض درجة** تأثر الدعاة بمضامين العنف المقدَّمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث بلغ المتوسط العام لمجموع التأثيرات (2.358). **وتتفق النتائج السابقة** مع الفرض الإدراكي لنظرية "تأثير الشخص الثالث"، حيث جاءت

التأثيرات السلبية في الذات لدى الدعاة بدرجة "**منخفضة**"، و"**منخفضة جداً**"، بينما جاءت التأثيرات ذات الطابع الإيجابي بدرجة "**مرتفعة**"، و"**متوسطة**".

10. **استجابات المبحوثين لمقياس تأثر الآخر بمضامين العنف**

تؤكّد نتائج الجدول الآتي **ارتفاع تأثر الآخرين** بمضامين العنف المقدَّمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

جدول (11)

تأثر الآخرين بمضامين العنف المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي (ن= 500)

تأثير مضامين العنف في الآخرين		درجة الموافقة					المتوسط الحسابي	المستوى العام
		موافِق جدا	موافق	محايد	معارض	معارض جدا		
يشعر الآخرون بعدم الأمان المجتمعي	ك	132	252	60	25	31	3.858	مرتفع
	%	26.4	50.4	12.0	5.0	6.2		
يخاف الآخرون على أنفسهم وعلى أفراد أسرهم	ك	41	321	98	23	17	3.692	مرتفع
	%	8.2	64.2	19.6	4.6	3.4		
يشعر الآخرون بالقلق بشأن المستقبل في ظل هذه الجرائم	ك	38	275	126	29	22	3.536	مرتفع
	%	7.6	55.0	25.2	7.8	4.4		
يتكيف الآخرون مع أحداث العنف والشعور باللامبالاة	ك	37	255	149	34	25	3.490	مرتفع
	%	7.4	51.0	29.8	6.8	5.0		
يتوقع الآخرون مزيدًا من جرائم عنف أكثر تهديدًا للمجتمع	ك	33	282	117	33	35	3.490	مرتفع
	%	6.6	56.4	23.4	6.6	7.0		

يميل الآخرون نحو العنف والدموية (تقليد السلوك العنيف)	ك	38	243	167	26	26	3.482	مرتفع
	%	7.6	48.6	33.4	5.2	5.2		
يشعر الآخرون بالحذر والحيطة في التعامل مع أفراد المجتمع حتى لا يقعوا ضحية لجريمة ما	ك	38	265	127	32	38	3.478	مرتفع
	%	7.6	53.0	25.4	6.4	7.6		
يشعر الآخرون باليأس والإحباط من الواقع	ك	38	247	157	28	30	3.474	مرتفع
	%	7.6	49.4	31.4	5.6	6.0		
يفقد الآخرون الثقة في المسئولين والمؤسسات	ك	34	241	157	35	33	3.412	مرتفع
	%	6.8	48.2	31.4	7.0	6.6		
يفقد الآخرون الثقة في أفراد المجتمع (العزلة الاجتماعية)	ك	35	234	158	35	38	3.392	مرتفع
	%	7,0	46.8	31.6	7.0	7.6		
يشيد الآخرون بدور الشرطة في ملاحقة الجناة	ك	32	154	257	25	32	3.272	متوسط
	%	6.4	30.8	51.4	5.0	6.4		
يقدر الآخرون الأدوار التي تقوم بها المؤسسات القضائية لردع مرتكبي الجرائم	ك	32	148	247	34	39	3.210	متوسط
	%	6.4	29.6	49.4	6.8	7.8		
المستوى العام = 3.482								

(منخفض جداً من 1: 1,8 - منخفض من 1,81: 2,6 - متوسط من 2,61: 3,4 - مرتفع من 3,41: 4,2- مرتفع جداً من 4,21: 5)

تشير بيانات الجدول السابق إلى رؤية الدعاة -عينة الدراسة- تجاه تأثرية الآخرين (الجماهير) بمضامين العنف المقدَّمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، التي أكَّدت **ارتفاع تأثر الآخرين** -على نحو سلبي- بمضامين العنف المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، بمستوى عام مرتفع لمجموع التأثيرات بلغ (3.482)، وتمثلت ملامح هذا التأثير السلبي -على نحو مرتفع- لدى الآخرين في (الشعور بعدم الأمان المجتمعي، والخوف على النفس وعلى أفراد الأسرة، والشعور بالقلق بشأن المستقبل في ظل هذه الجرائم، والتكيف مع أحداث العنف والشعور باللامبالاة، وتوقع مزيد من جرائم عنف أكثر تهديداً للمجتمع، والميل نحو العنف والدموية "تقليد السلوك العنيف"، والشعور بالحذر والحيطة في التعامل مع أفراد المجتمع خشية الوقوع ضحية لجريمة ما، والشعور باليأس والإحباط من الواقع، وفقدان الثقة في المسئولين والمؤسسات، وفقدان الثقة في أفراد المجتمع "العزلة الاجتماعية").

وفي السياق ذاته، يتضح من بيانات الجدول السابق مجيء الملامح الإيجابية في المرتبة الأخيرة بمستوى "**متوسط**"، وتمثلت تلك الملامح في "**إشادة الآخرين بدور الشرطة في ملاحقة الجناة**"، و"**تقدير الآخرين للأدوار التى تقوم بها المؤسسات القضائية لردع مرتكبى الجرائم**".

بناء على ما سبق: يتضح أنَّ غالبية الدعاة يرون أنَّ الآخرين أكثر تأثراً بمضامين العنف المقدَّمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي مقارنة بأنفسهم.

ويرى الباحث؛ أن هذه النتائج أثبتت فكرة جوهرية مفادها أنَّ **طبيعة عمل الدعاة ودورهم الإصلاحي**، المتمثل في الدعوة إلى الأمل وبث روح التفاؤل لدى الجماهير، والتحذير من الوقوع فريسة لليأس والقنوط من رحمة الله، وتعظيم شأن الدماء، وتغيير النسق الفكري لدى الأشخاص الصادر عنهم تلك السلوكيات؛ قد انعكست على استجاباتهم لمقياس **تأثر الذات** بمضامين العنف المقدَّمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، التي أكّدت **ضعف تأثرهم** (الدعاة) بالتعرض لتلك المضامين، مما دفع الباحث إلى قياس رؤية الدعاة **لتأثر الآخرين** (**الجماهير**) نتيجة التعرض لتلك المضامين، بصفته محكًّا لصدق تأثرهم وفقًا لفروض نظرية الشخص الثالث، وهذا ما أظهرته نتائج الجدول السابق، التي أكَّدت **ارتفاع تأثر الآخرين** -على نحو سلبي- بمضامين العنف المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، بمستوى عام **مرتفع** لمجموع التأثيرات السلبية. وهذا ما

يتفق مع الفرض الإدراكي لـ"نظرية الشخص الثالث"، الذي يشير إلى اعتقاد الأفراد بأنَّ الرسائل الإعلامية السلبية يكون تأثيرها في الآخرين أكبر بكثير من تأثيرها عليهم.

11. **موقف المبحوثين من فرض الرقابة على عرض مضامين العنف في مواقع التواصل الاجتماعي**

أثبتت النتائج أنَّ أكثر من (90%) يؤيدون فرض الرقابة على عرض مضامين العنف على مواقع التواصل الاجتماعي، **وتؤكد تلك النتيجة أمرين:**

الأول: عمق شعور الدعاة بوطأة تأثيرات عرض مضامين العنف على الفرد والمجتمع.

الثانى: إدراك الدعاة الواضح لضرورة المجابهة الرسمية، وذلك نابع من إدراكهم لعدم فاعلية الرقابة الذاتية لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي.

جدول (12)

تأييد الدعاة فرض الرقابة على نشر مضامين العنف عبر مواقع التواصل الاجتماعى

الإجراء	ك	%
وضع قوانين خاصة بمواقع التواصل الاجتماعي تمنع انتشار مضامين العنف الاجتماعي	460	92
ترك الحرية للرأي العام الافتراضي بتعديل ما ينشر على مواقع التواصل الاجتماعي من مضامين عنف	28	5.6
أحتار بين حرية التعبير المطلوبة في مواقع التواصل الاجتماعي والرقابة المرفوضة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي	12	2.4
المجموع	500	100

توضح بيانات الجدول تأييد الدعاة بنسبة (92%) **وضع قوانين خاصة بمواقع التواصل الاجتماعى تمنع انتشار مضامين العنف الاجتماعى**، بينما يرى (5.6%) من المبحوثين **ترك الحرية للرأي العام الافتراضى بتعديل ما ينشر على مواقع التواصل الاجتماعى من مضامين عنف**، في حين يشير (2.4%) من المبحوثين إلى **حيرتهم بين حرية التعبير المطلوبة في مواقع التواصل الاجتماعى والرقابة المرفوضة من مستخدمى مواقع التواصل الاجتماعى.**

مما سبق، يتضح تأييد غالبية الدعاة وضع قوانين خاصة لمنع انتشار مضامين العنف عبر مواقع التواصل الاجتماعي؛ للحد من الآثار السلبية الناتجة عن التعرض لتلك المضامين، وهذه النتيجة تتواءم مع آراء الدعاة تجاه نشر مضامين العنف عبر مواقع

التواصل الاجتماعي، حيث اشترط غالبية المبحوثين بنسبة (62.6%) وجود ضوابط لنشر تلك المضامين؛ حتى لا تشيع الظواهر السلبية في المجتمع، بينما رفض (37.4%) من المبحوثين نشر تلك المضامين مطلقًا؛ لخطورة تأثيرها في المجتمع، وهذا يعكس الإحساس بالمسئولية لدى المبحوثين من الدعاة تجاه الظواهر السلبية في المجتمع. وتتوافق تلك النتيجة مع الفرض السلوكي لنظرية تأثير الشخص الثالث، الذي يشير إلى اتخاذ الأفراد موقفًا مؤيدًا لفرض الرقابة على ما ينشر عبر وسائل الإعلام من مضامين سلبية، والقيام ببعض الإجراءات لحماية الآخرين من التأثيرات المترتبة نتيجة التعرض لتلك المضامين.

12. **رؤية الدعاة للإجراءات المطلوب اتخاذها لمواجهة ظاهرة العنف في المجتمع**

تشير بيانات الجدول التالي إلى الإجراءات الواجب اتخاذها من وجهة نظر الدعاة لمواجهة ظاهرة العنف؛ للحفاظ على أمن الأفراد وسلامتهم، وتماسك المجتمعات واستقرارها.

جدول (13)

الإجراءات اللازم اتخاذها لمواجهة ظاهرة العنف

الإجراء		درجة الموافقة					المتوسط الحسابى	الوزن النسبى
		موافق جدا	موافق	محايد	معارض	معارض جدا		
تقديم خطاب دعوي متفاعل مع الواقع والأحداث، للتوعية بمخاطر العنف ووسائل مواجهته	ك	236	254	10	0	0	4.452	31.800
	%	47.2	50.8	2.0	0	0		
بيان موقف الإسلام من العنف بكل صوره، ونشر قيم السلم المجتمعي (الرفق، التسامح، ...)	ك	232	249	19	0	0	4.426	31.614
	%	46.4	49.8	3.8	0	0		
توظيف المنصات	ك	235	190	75	0	0	4.320	30.857

الإجراء		درجة الموافقة					المتوسط الحسابى	الوزن النسبى
		موافق جدا	موافق	محايد	معارض	معارض جدا		
الإعلامية المتعددة لمعالجة هذه الظاهرة	%	47.0	38.0	15.0	0	0		
توجيه الجماهير للقيام بدورهم في إعداد النشء بعيداً عن المشوشات الدرامية والاجتماعية والسلوكية	ك	136	324	40	0	0	4.192	29.942
	%	27.2	64.8	8.0	0	0		
إرشاد الجمهور بضوابط التعامل مع مواقع التواصل الاجتماعي، في ضوء الضوابط الشرعية	ك	151	290	59	0	0	4.184	29.885
	%	30.2	58.0	11.8	0	0		
رصد ما ينشر من ظواهر عبر مواقع التواصل الاجتماعي؛ تمهيداً لمعالجتها دعوياً	ك	94	350	47	9	0	4.058	28.985
	%	18.8	70.0	9.4	1.8	0		
الإكثار من طرح النماذج والقدوات الحسنة في المجتمع، التي تمثل أنماط قدوة للشباب	ك	90	332	78	0	0	4.024	28.742
	%	18.0	66.4	15.6	0	0		
المستوى العام = 4.236								

(منخفض جدًا من 1: 1,8 - منخفض من 1,81: 2,6 - متوسط من 2,61: 3,4 - مرتفع من 3,41: 4,2 - مرتفع جدًا من 4,21: 5)

توضح بيانات الجدول الإجراءات الواجب اتخاذها من جهة نظر الدعاة –عينة الدراسة– لمواجهة ظاهرة العنف، التي جاءت بمتوسط عام (4.236) وبدرجة (مرتفع جدًا)، وتمثلت تلك الإجراءات في:

- تقديم خطاب دعوي متفاعل مع الواقع والأحداث؛ للتوعية بمخاطر العنف ووسائل مواجهته.
- بيان موقف الإسلام من العنف بكل صوره، ونشر قيم السلم المجتمعي (الرفق، التسامح، ...).
- توظيف المنصات الإعلامية المتعددة لمعالجة هذه الظاهرة.
- توجيه الجماهير للقيام بدورهم في إعداد النشء بعيدًا عن المشوشات الدرامية والاجتماعية والسلوكية.
- إرشاد الجمهور بضوابط التعامل مع مواقع التواصل الاجتماعي، في ضوء الضوابط الشرعية.
- رصد ما ينشر من ظواهر عبر مواقع التواصل الاجتماعي؛ تمهيدًا لمعالجتها دعويًا.
- الإكثار من طرح النماذج والقدوات الحسنة في المجتمع، التي تمثل أنماط قدوة للشباب.

ويرى الباحث أنَّ إجابات المبحوثين تميل إلى طرح حلول تكاملية بين الدولة بمؤسساتها، والمجتمع بمكوناته، والأفراد بقدراتهم في الحد من ظواهر العنف في المجتمع، وتنقية المناخ العام من مولدات العنف ومحفزات السلوك اللا اجتماعي، التي يستمدها النشء والشباب من "الحاضنة التكنولوجية" التي يُولد النش على يديها، فيتربى ويتعلم ويلعب ويعمل ويكتسب هويته منها، بينما تراجع دور الأسرة ومؤسسات التنشئة.

13. مقترحات المبحوثين لمعالجة آثار عرض مضامين العنف

تشير بيانات الجدول الآتي إلى الإجراءات الواجب اتخاذها من - وجهة نظر الدعاة- لمعالجة الآثار المترتبة على نشر مضامين العنف عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

جدول (14)

الإجراءات اللازم اتخاذها لمعالجة الآثار المترتبة على نشر مضامين العنف

الإجراء		درجة الموافقة					المتوسط الحسابى	الوزن النسبى
		موافق جدا	موافق	محايد	معارض	معارض جدا		
بيان الحكم الشرعي المترتب على إشاعة الخوف بين فئات المجتمع عبر وسائل التواصل الاجتماعي	ك	200	278	22	0	0	4.356	31.114
	%	40.0	55.6	4.4	0	0		
توضيح العقوبات الشرعية لمرتكبي تلك الظواهر	ك	117	347	36	0	0	4.162	29.728
	%	23.4	69.4	7.2	0	0		
دعم أجهزة تنفيذ القانون في الحد من انتشار تلك الظواهر	ك	48	404	48	0	0	4.000	28.571
	%	9.6	80.8	9.6	0	0		
بيان أهمية تفعيل دور المؤسسات المعنية بالتنشئة الاجتماعية	ك	44	398	58	0	0	3.972	28.371
	%	8.8	79.6	11.6	0	0		
الإسهام في رفع الروح المعنوية للجماهير، ومساعدتهم في التغلب على ثقافة اليأس والإحباط	ك	55	328	117	0	0	3.876	27.685
	%	11.0	65.6	23.4	0	0		
الرصد الدقيق للآثار الناجمة عن العنف، بعيدًا عن التهوين والتهويل	ك	12	293	195	0	0	3.634	25.957
	%	2.4	58.6	39.0	0	0		
بيان المردود النفسي لنشر الجرائم والمواقف المثيرة للخوف عبر وسائل الإعلام الجديد	ك	15	201	284	0	0	3.462	24.728
	%	3.0	40.2	56.8	0	0		
المستوى العام = 3.923								

توضح بيانات الجدول الإجراءات الواجب اتخاذها من جهة نظر الدعاة –عينة الدراسة– لمواجهة الآثار المترتبة على ظاهرة العنف، التي جاءت بمتوسط عام (3.923) وبدرجة (مرتفعة)، وتمثلت تلك الإجراءات في:

- بيان الحكم الشرعي المترتب على إشاعة الخوف بين فئات المجتمع عبر وسائل التواصل الاجتماعي.
- توضيح العقوبات الشرعية لمرتكبي تلك الظواهر.
- دعم أجهزة تنفيذ القانون في الحد من انتشار تلك الظواهر.
- بيان أهمية تفعيل دور المؤسسات المعنية بالتنشئة الاجتماعية.
- المساهمة في رفع الروح المعنوية للجماهير، ومساعدتهم في التغلب على ثقافة اليأس والإحباط.
- الرصد الدقيق للآثار الناجمة عن العنف، بعيداً عن التهوين والتهويل.
- بيان المردود النفسي لنشر الجرائم والمواقف المثيرة للخوف عبر وسائل الإعلام الجديد وأثرها في المجتمع.

ويرى الباحث أنَّ نتائج الجدول السابق تؤكد وضوح إدراك الدعاة لما ينبغي أن تكون عليه أساليب الحد من تفاقم آثار التوسع في عرض مضامين العنف، حيث أكد المبحوثون أهمية بيان الأحكام الشرعية في حق كل من يسعى لنشر الخوف وبث المحتوى المؤذي للنفس البشرية، مع توضيح العقوبات الشرعية المنصوص عليها في حق من يتعمد عرض المحتوى العنيف، كما أكد المبحوثون أهمية تجاوب المجتمع مع أجهزة إنفاذ القانون، وحفز المؤسسات المجتمعية للعمل على رفع الروح المعنوية، وإزالة اليأس من النفوس وغرس الأمل في حياة نقية، مع وجود دعم أنشطة مراصد العنف على الإنترنت.

نتائج اختبارات الفروض

أولًا: الفروض المتعلقة بالجانب الإدراكى

❖ **الفرض الأول:**

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مستوى إدراك الدعاة لتأثرهم بمضامين العنف الاجتماعى المقدمة عبر مواقع التواصل مقارنة بمستوى إدراكهم لتأثيرها في الآخرين.

وللتحقق من صحة هذا الفرض تم إجراء اختبار (T- Test) لمجموعتين مرتبطتين (Paired samples T-test)، وجاءت النتائج على النحو الآتي:

التأثر بمضامين العنف الاجتماعى	العدد	المتوسط الحسابى	الانحراف المعياري	قيمة T	درجة الحرية	مستوى المعنوية
في الذات	500	2.3400	1.08386	-21.579	499	.000
في الآخرين	500	3.7720	1.15007			

يتضح من بيانات الجدول السابق صحة الفرض فيما يتعلق بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مستوى إدراك الدعاة لتأثرهم بمضامين العنف المقدمة عبر مواقع تواصل الاجتماعي مقارنة بمستوى إدراكهم لتأثيرها في الآخرين، لصالح التأثير في الآخرين، حيث بلغت قيمة (T) (-21.579)، بمستوى معنوية (0.000)، وهي دالة عند مستوى معنوية (0.05)، مما يشير إلى أنَّ الدعاة يرون أنهم أقل تأثرًا بمضامين العنف المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي من الآخرين، وبذلك يتحقق صحة الفرض الإدراكي.

ويمكن تفسير ذلك في ضوء طبيعة التكوين العلمي والثقافي للدعاة، ما جعلهم ذوي توجهات إصلاحية في المجتمع، وقلَّل من تأثرهم السلبي تجاه الظواهر السلبية خلافًا للآخرين. وتتفق تلك النتيجة مع الفرض الإدراكي لنظرية "تأثير الشخص الثالث"، الذي يشير إلى مبالغة الأفراد في تقييم تأثير وسائل الإعلام في اتجاهات وسلوك الآخرين، حيث يعتقدون أنَّ التأثير الأكبر لوسائل الإعلام يكون على الآخرين (الشخص الثالث)، مقارنة بالتأثير في (الشخص الثاني)، ويكون التأثير الأقل في (الشخص الأول).

❖ **الفرض الثانى:**

توجد علاقة ارتباطية بين كثافة تعرض الدعاة لمضامين العنف الاجتماعى المقدمة عبر مواقع التواصل ومستوى إدراكهم لتأثرية الشخص الثالث.

كثافة التعرض مضامين العنف الاجتماعى	إدراكهم لتأثرية الشخص الثالث	
	معامل الارتباط	0.186**
	الدلالة المعنوية	0.000
	العدد	500

يتضح من بيانات الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية طردية بين كثافة تعرض الدعاة لمضامين العنف الاجتماعي المقدمة عبر مواقع التواصل ومستوى إدراكهم لتأثرية الشخص الثالث، حيث بلغت قيمة معامل "بيرسون" (0.186)، وهي دالة عند مستوى معنوية (0.00)، **مما يشير إلى صحة هذا الفرض.**

ويشير ذلك إلى أنَّ كثافة التعرض لمضامين العنف تمكّن الدعاة من تذكر "مضامين العنف" المنشورة في مواقع التواصل التي يتصفحونها، وبذلك تزداد القدرة على تحديد نوعية تلك المضامين، وإدراك الآثار السلبية المترتبة على التعرض لها.

❖ **الفرض الثالث:**

توجد علاقة ارتباطية بين كثافة تعرض الدعاة لمضامين العنف الاجتماعى المقدمة عبر مواقع التواصل ومستوى إدراكهم لتأثرهم (الدعاة) بتلك المضامين.

كثافة التعرض مضامين العنف الاجتماعى	إدراكهم لتأثرية الشخص الأول	
	معامل الارتباط	0.065
	الدلالة المعنوية	0.144
	العدد	500

يتضح من بيانات الجدول السابق عدم وجود علاقة ارتباطية بين كثافة تعرض الدعاة لمضامين العنف الاجتماعي المقدمة عبر مواقع التواصل ومستوى إدراكهم لتأثرهم بتلك المضامين، حيث بلغت قيمة معامل "بيرسون" (0.065)، وهي غير دالة عند مستوى معنوية (0.144)، مما يشير إلى عدم صحة هذا الفرض.

❖ **الفرض الرابع:**

تختلف مساحة الفجوة الإدراكية باختلاف الخصائص الديموجرافية للدعاة عينة الدراسة (النوع، والعمر، والمؤهل التعليمى، وجهة العمل، ومحل الإقامة).

وللتحقق من صحة هذا الفرض تم إجراء اختبار (T- Test)، و (One way anova)، وجاءت النتائج على النحو الآتي:

العوامل الديموجرافية / تأثر الشخص الثالث		التكرارات	المتوسط الحسابى	الانحراف المعياري	درجة الحرية	مستوى المعنوية
النوع	ذكر	300	3.7833	1.16372	498	.788
	أنثى	200	3.7550	1.13198		
قيمة T		0.270				
العمر	25: أقل من 35 عاما	202	3.8366	1.08267	2 497	.008
	35: أقل من 45 عاما	222	3.8423	1.14054		
	45 فأكثر	76	3.3947	1.28664		
	الإجمالى	500	3.7720	1.15007		
قيمة F		4.899				
المؤهل	جامعى	443	3.7269	1.17857	498	.277
	فوق الجامعى	57	4.1228	0.82527		
قيمة T		2.459-				
جهة العمل	الأزهر الشريف	250	3.7160	1.21707	498	.277
	وزارة الأوقاف	250	3.8280	1.07846		
قيمة T		1.089-				
محل الإقامة	ريف	274	3.7810	1.24457	498	.847
	حضر	226	3.7611	1.02653		
قيمة T		0.193				

– **تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلى:**

1. **النوع**: يتضح من بيانات الجدول السابق عدم وجود فروق دالة إحصائيًا بين نوع المبحوثين (ذكور، إناث)، ووجهة نظرهم تجاه تأثرية الآخرين (الشخص الثالث) بمضامين العنف الاجتماعي المقدمة عبر مواقع التواصل؛ حيث بلغت قيمة (T) لدى المبحوثين (0,270)، بمستوى معنوية (0.788)، وهي قيمة غير دالة إحصائيًا.

2. **العمر**: باستخدام تحليل التباين أحادي الاتجاه، ظهرت فروق دالة إحصائيًا بين المراحل العمرية لعينة المبحوثين، ووجهة نظرهم تجاه تأثرية الآخرين (الشخص الثالث) بمضامين العنف الاجتماعي المقدمة عبر مواقع التواصل، حيث بلغ مستوى المعنوية (0.008)، وهي قيمة دالة إحصائيًا. ولمعرفة مصدر التباين تم إجراء الاختبارات البعدية بطريقة أقل فرق معنوي، فأظهرت وجود فروق دالة إحصائيًا لصالح عينة المبحوثين من الفئة العمرية (45 سنة فأكثر)، حيث كانت الأكثر إدراكًا تجاه تأثرية الآخرين (الشخص الثالث) بمضامين العنف الاجتماعي المقدمة عبر مواقع التواصل، وذلك بمتوسط (3.3947)، مقابل متوسط (3.8423) لعينة المبحوثين من الفئة العمرية (35: أقل من 45 سنة)، و(3.8366) لعينة المبحوثين من الفئة العمرية (25: أقل من 35 سنة)، مما يعني وجود علاقة طردية بين إدراك المبحوثين تجاه تأثرية الآخرين (الشخص الثالث) بمضامين العنف الاجتماعي المقدمة عبر مواقع التواصل والفئة العمرية.

ولعل سبب ذلك يعود إلى خبرة تلك الفئة في المجال الدعوي، كونهم الأكبر سنًا بين المبحوثين، مما أتاح لهم فرصة الاختلاط بفئات المجتمع المختلفة، والاطلاع على ما يستجد من قضايا ومشكلات معاصرة، إضافة إلى تميز تلك الفئة بأنها الأكثر نضجًا من الناحية العقلية والأكثر اطلاعًا وثقافة؛ مما يؤهلها لأن تكون أكثر قدرة على الحكم والتقييم على الأحداث والمستجدات، خاصة وأنَّها عاصرت مرحلة الإعلام التقليدي ومرحلة الإعلام الجديد، مما يجعلها أكثر قدرة لإدراك خطورة نشر مضامين العنف عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

3. **المؤهل التعليمي**: باستخدام تحليل التباين أحادي الاتجاه، لم تظهر فروق دالة إحصائيًا بين المؤهل التعليمي للمبحوثين، وإدراكهم لتأثرية الآخرين (الشخص الثالث) بمضامين العنف الاجتماعي المقدمة عبر مواقع التواصل؛ حيث بلغت قيمة (T) لدى المبحوثين (-2.459)، بمستوى معنوية (0.277)، وهي قيمة غير دالة إحصائيًا.

ولعل سبب ذلك يعود إلى التماثل والتقارب بين فئات المبحوثين من ناحية المكون المعرفي والثقافي، حيث يشترط للدعاة في المؤسسات الرسمية (الأزهر الشريف،

ووزارة الأوقاف) أن يكونوا من خريجي الكليات الشرعية أو العربية، سواء كانت تابعة للأزهر الشريف أو الكليات المناظرة من جامعات أخرى.

4. **جهة العمل**: باستخدام تحليل التباين أحادي الاتجاه، لم تظهر فروق دالة إحصائيًا بين جهة العمل للمبحوثين، وإدراكهم لتأثرية الآخرين (الشخص الثالث) بمضامين العنف الاجتماعي المقدمة عبر مواقع التواصل؛ حيث بلغت قيمة (T) لدى المبحوثين (-1.089)، بمستوى معنوية (0.277)، وهي قيمة غير دالة إحصائيًا.

ولعل سبب ذلك يعود إلى التماثل والتقارب بين الجهتين محل الدراسة (الأزهر الشريف، ووزارة الأوقاف)؛ كونهما المؤسستين الرسميتين المنوط بهما نشر الدعوة والثقافة الإسلامية في مصر، إضافة إلى أن الأئمة والخطباء العاملين بوزارة الأوقاف من خريجي جامعة الأزهر الشريف. وتؤيد تلك النتيجة ما تم التوصل إليه فيما يتعلق بمتغير "المؤهل التعليمي".

5. **محل الإقامة**: باستخدام تحليل التباين أحادي الاتجاه، لم تظهر فروق دالة إحصائيًا بين محل الإقامة للمبحوثين، وإدراكهم لتأثرية الآخرين (الشخص الثالث) بمضامين العنف الاجتماعي المقدمة عبر مواقع التواصل؛ حيث بلغت قيمة (T) لدى المبحوثين (-1.193)، بمستوى معنوية (0.847)، وهي قيمة غير دالة إحصائيًا.

ولعل سبب ذلك يعود إلى أنَّ تكنولوجيا الاتصال الحديثة أذابت الفروق بين المجتمعات والثقافات بصفة عامة، أو داخل المجتمع الواحد بصفة خاصة، فأصبح بمقدور الجميع -بسهولة ويسر- استخدام منصات الإعلام الجديد، وبخاصة مواقع التواصل الاجتماعي، والتعرض لما ينشر عبر هذه المواقع من مضامين، دون التقيد بنطاق جغرافي معين.

مما سبق: تتضح صحة الفرض بشكل جزئي، حيث تشير نتائج اختبار الفرض إلى وجود فروق دالة إحصائيًا بين المبحوثين (الدعاة) تجاه تأثرية الآخرين (الشخص الثالث) بمضامين العنف الاجتماعي المقدمة عبر مواقع التواصل؛ وفقًا **لمتغير العمر**، بينما لم توجد علاقة ذات دلالة إحصائية **بين المبحوثين (الدعاة) تجاه تأثرية الآخرين (الشخص الثالث) بمضامين العنف الاجتماعى المقدمة عبر مواقع التواصل** وبقية

الخصائص الديموجرافية الأخرى (النوع، والمؤهل التعليمي، وجهة العمل، ومحل الإقامة).

❖ **الفرض الخامس:**

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المسافة الاجتماعية لدى الدعاة، وإدراكهم لمستوى تأثرية الآخرين نتيجة التعرض لمضامين العنف الاجتماعى المقدمة عبر مواقع التواصل

مجال التأثير	العدد	المتوسط الحسابى	الانحراف المعياري	قيمة T	درجة الحرية	مستوى المعنوية
الشخص الثالث	500	3.7720	1.15007	21.082	499	.000
أفراد الأسرة		2.3060	0.98096			
الشخص الثالث	500	3.7720	1.15007	16.995	499	.000
الأصدقاء وزملاء العمل		2.5400	1.10401			
الشخص الثالث	500	3.7720	1.15007	17.630	499	.000
الجيران		2.4900	1.11911			
الشخص الثالث	500	3.7720	1.15007	18.686	499	.000
جمهور الدعاة		2.4440	1.04932			

تشير بيانات الجدول إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إدراك الدعاة لتأثيرات مضامين العنف الاجتماعي المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي تجاه المجموعة الاجتماعية (الشخص الثاني) مقارنة بالشخص الثالث، حيث بلغت درجة الحرية على مستوى جميع المجموعة الاجتماعية 499، بينما بلغت جاءت مستوى المعنوية دالة بقيمة بلغت 000،. ، في حين بلغت قيمة T بين إدراك الدعاة لتأثيرات مضامين العنف الاجتماعي المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي تجاه أفراد الأسرة والشخص الثالث (21.082)، بينما بلغت قيمة T بين الأصدقاء وزملاء العمل والشخص الثالث (16.995)، في حين بلغت قيمة T بين الجيران والشخص الثالث (17.630)، بينما بلغت قيمة T بين جمهور الدعاة والشخص الثالث (18.686).

وبذلك يتحقق صحة الفرض القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إدراك الدعاة لتأثيرات مضامين العنف الاجتماعي المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي تجاه **المسافة**

الاجتماعية وتأثير الشخص الثالث، وعليه يزيد تقدير تأثير التعرض لمضامين العنف المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي كلما بعُدت المسافة مع جماعات آخرين.

ثانيا: الفروض المتعلقة بالجانب السلوكى

❖ **الفرض السادس:**

- **توجد علاقة ارتباطية إيجابية بين مساحة الفجوة الإدراكية ودرجة تأييد الدعاة لاتخاذ إجراءات نحو نشر مضامين العنف المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعى.**

حجم التعرض لمضامين العنف الاجتماعى	إدراكهم لتأثرية الشخص الثالث	
	معامل الارتباط	*0.093
	الدلالة المعنوية	0.037
	العدد	500

تشير بيانات الجدول إلى وجود علاقة ارتباطية بين إدراك الدعاة للتأثيرات المحتمل حدوثها في الجماهير؛ نتيجة التعرض لمضامين العنف الاجتماعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وتأييدهم لمراقبة تلك المضامين؛ للحفاظ على سلامة المجتمع من نشر مضامين العنف الاجتماعي، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون (0، .093)، وهي دالة عند مستوى معنوية بلغت (0.037)

وبذلك يتحقق صحة الفرض القائل بوجود علاقة ارتباطية بين إدراك الدعاة للتأثيرات المحتمل حدوثها في الجماهير (الشخص الثالث)؛ نتيجة التعرض لمضامين العنف الاجتماعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتأييدهم لفرض الرقابة على تلك المضاين؛ للحفاظ على حرية التعبير والحفاظ على سلامة المجتمع من نشر مضامين العنف الاجتماعي.

❖ الفرض السابع

توجد فروق دالة إحصائيا بين مساحة الفجوة الإدراكية ودرجة تأييد الدعاة لاتخاذ إجراءات نحو نشر مضامين العنف المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعى باختلاف الخصائص الديموجرافية.

العوامل الديموجرافية / مساحة الفجوة الإدراكية		التكرارات	المتوسط الحسابى	الانحراف المعياري	درجة الحرية	مستوى المعنوية
النوع	ذكر	300	1.4933	0.60926	498	.353
	أنثى	200	1.5450	0.60813		
قيمة T			0.930-			
العمر	25: أقل من 35 عاما	202	1.4653	0.65509	2 497	.295
	35: أقل من 45 عاما	222	1.5360	0.57556		
	45 فأكثر	76	1.5789	0.57185		
قيمة F			1.224			
المؤهل	جامعى	443	1.2632	0.48279	498	.001
	فوق الجامعى	57	1.5463	0.61615		
قيمة T			3.339			
جهة العمل	الأزهر الشريف	250	1.5400	0.62767	498	.340
	وزارة الأوقاف	250	1.4880	0.58927		
قيمة T			0.955			
محل السكن	ريف	274	1.5547	0.61626	498	.099
	حضر	226	1.4646	0.59709		
قيمة T			1.561			

- **تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلى:**

1. النوع: يتضح من بيانات الجدول السابق عدم وجود فروق دالة إحصائيًا بين مساحة الفجوة الإدراكية ودرجة تأييد الدعاة لاتخاذ إجراءات نحو نشر مضامين العنف المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وفقًا لنوع المبحوثين، حيث بلغت قيمة (T) لدى المبحوثين (-0.930)، بمستوى معنوية (0.353)، وهي قيمة غير دالة إحصائيًا.
2. العمر: يتضح من بيانات الجدول السابق عدم وجود فروق دالة إحصائيًا بين مساحة الفجوة الإدراكية ودرجة تأييد الدعاة لاتخاذ إجراءات نحو نشر مضامين العنف

المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وفقًا لعمر المبحوثين؛ حيث بلغت قيمة (F) لدى المبحوثين (1.224)، بمستوى معنوية (0.295)، وهي قيمة غير دالة إحصائيًا.

3. المؤهل التعليمي: باستخدام تحليل التباين أحادي الاتجاه، ظهرت فروق دالة إحصائيًا بين مساحة الفجوة الإدراكية ودرجة تأييد الدعاة لاتخاذ إجراءات نحو نشر مضامين العنف المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وفقًا للمؤهل التعليمي؛ حيث بلغت قيمة (T) لدى المبحوثين (3.339)، بمستوى معنوية (0.001)، وهي قيمة دالة إحصائيًا لصالح "المؤهل فوق الجامعي".

ويشير ذلك إلى وجود علاقة طردية بين المؤهل التعليمي والقدرة على إدراك المخاطر والآثار المترتبة على نشر مضامين العنف عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ومن ثم تزداد درجة تأييد فرض الرقابة على ما ينشر من مضامين سلبية عبر تلك المواقع؛ للحفاظ على سلامة الآخرين من تلك الآثار السلبية نتيجة التعرض لتلك المضامين.

4. جهة العمل: باستخدام تحليل التباين أحادي الاتجاه، لم تظهر فروق دالة إحصائيًا بين مساحة الفجوة الإدراكية ودرجة تأييد الدعاة لاتخاذ إجراءات نحو نشر مضامين العنف المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وفقًا لجهة عمل المبحوثين؛ حيث بلغت قيمة (T) لدى المبحوثين (0.955)، بمستوى معنوية (0.340)، وهي قيمة غير دالة إحصائيًا.

5. محل الإقامة: باستخدام تحليل التباين أحادي الاتجاه، لم تظهر فروق دالة إحصائيًا بين مساحة الفجوة الإدراكية ودرجة تأييد الدعاة لاتخاذ إجراءات نحو نشر مضامين العنف المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وفقًا لعمر المبحوثين؛ حيث بلغت قيمة (T) لدى المبحوثين (1.561)، بمستوى معنوية (0.099)، وهي قيمة غير دالة إحصائيًا.

مما سبق: تتضح صحة الفرض بشكل جزئي، حيث تشير نتائج اختبار الفرض إلى وجود فروق دالة إحصائيًا بين مساحة الفجوة الإدراكية ودرجة تأييد الدعاة لاتخاذ إجراءات نحو نشر مضامين العنف المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وفقًا للمؤهل التعليمي، بينما لم توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مساحة الفجوة الإدراكية ودرجة تأييد الدعاة لاتخاذ إجراءات نحو نشر مضامين العنف المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وبقية الخصائص الديموجرافية الأخرى (النوع، والعمر، وجهة العمل، ومحل الإقامة).

أهم النتائج العامة للبحث:

استهدف البحث التعرف على إدراك الدعاة لتأثرية الآخرين بمضامين العنف المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك في إطار نظرية "تأثير الشخص الثالث"، وذلك بالتطبيق على عينة قوامها (500) مفردة من الدعاة المصريين التابعين لمؤسستي (الأزهر الشريف، ووزارة الأوقاف)، واستخلص الباحث من نتائج الدراسة مجموعة من الدلالات النظرية والتطبيقية على النحو الآتي:

❖ **أولًا: الدلالات النظرية:**

- أكدت نتائج البحث صحة فرضي نظرية الشخص الثالث (الإدراكي، السلوكي)، على الرغم من اختلاف البيئة التي تم تطبيق البحث فيها (المجتمع المصري)، واختلاف طبيعة المبحوثين (الدعاة) الذين ينتمون إلى الحقل الديني، ويمثلون قادة رأي في المجتمع المصري، مما يؤكد قوة النظرية وجودتها، وشمول متغيراتها ومفاهيمها، وصلاحية تطبيقها في بيئات متنوعة، وقدرتها على وصف الظاهرة المدروسة وتفسيرها.
- أشارت النتائج إلى ارتفاع استخدام الدعاة لمواقع التواصل الاجتماعي، وتنوع تلك المواقع ما بين (فيس بوك، وواتساب، ويوتيوب، وتليجرام، وانستجرام، وتويتر، وتيك توك، ولينكد إن)، إضافة إلى تنوع مضامين العنف التي يتابعها الدعاة، وهو ما يشير إلى إدراك واضح لدى الدعاة بمدى خطورة انتشار تلك المضامين وشيوعها عبر مواقع التواصل الاجتماعي؛ وهذا مؤشر على اهتمام مرتفع لديهم لمتابعة ورصد ما يعرض عبر تلك المواقع، بصفتهم مستخدمين وبصفتهم قادة رأي ديني يستهدفون متابعة ما ينشر عبر هذه المواقع؛ تمهيدًا لمعالجتها دعويًا، ومن ثمَّ، فإنَّ قدرتهم مرتفعة تجاه إدراك تأثرية الآخرين بمضامين العنف المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- استخلص البحث من النتائج فكرة جوهرية، مفادها أن المبحوثين نتيجة طبيعة التكوين العلمي والثقافي لهم جعلهم ذوي توجهات إصلاحية في المجتمع، مما قلل من تأثرهم السلبي تجاه الظواهر السلبية خلافًا للآخرين.
- بخصوص دوافع متابعة الدعاة لمضامين العنف عبر مواقع التواصل الاجتماعي، أكدت النتائج غلبة الدافع الوظيفي المعرفي، المتمثل في رصد وتحليل ما يعرض عبر تلك المواقع تمهيدًا لمعالجة المحتويات السلبية دعويًا.
- أشارت النتائج إلى إدراك الدعاة لضعف التزام مواقع التواصل الاجتماعي

بأخلاقيات النشر وضوابطه، مما دفعهم لتأييد فرض رقابة على ما يعرض من مضامين عنف عبر تلك المواقع، وإحياء دور المؤسسات المعنية بالتوعية والتنشئة، وغرس الضمير الديني لدى أفراد المجتمع لضبط الفوضى في عرض مضامين العنف عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وهذا ما يدعم الفرض السلوكي لنظرية "تأثير الشخص الثالث".

- أكدت النتائج تعدد وتنوع أسباب انتشار العنف في المجتمع من وجهة نظر الدعاة، وبروز ضعف الوازع الديني كأحد الأسباب الرئيسة لانتشار ظاهرة العنف بصورها المختلفة، مما يشير إلى أهمية المكون الديني كأساس رئيس للضبط الاجتماعي، من خلال تربية الضمير الإنساني، وتهذيب السلوك، وتقويمه بالترغيب والترهيب.

❖ **ثانيا: الدلالات التطبيقية:**

تتعلق الدلالات التطبيقية بما يمكن أن يفيد الدعاة والمجتمع من نتائج هذا البحث، خاصة ما يتعلق بآليات الخطاب الدعوي لمواجهة الظاهرة على النحو الآتي:

- دعم برامج تأهيلية للدعاة، تنصب على تنمية مهارات الرصد والتحليل، وإنتاج محتوى دعوي متفاعل مع الواقع والأحداث للتوعية بمخاطر العنف ووسائل مواجهته.
- بيان موقف الإسلام من العنف بكل صوره، ونشر قيم السلم المجتمعي.
- توجيه خطاب دعوي يعتمد على التربية طويلة المدى للجمهور، ليكون قادراً على التفكير النقدي وفهم الرسالة الإعلامية في إطار القيم ومعايير السلوك المقبولة في المجتمع.
- توظيف المنصات الإعلامية المتنوعة للمؤسسات الدينية لمعالجة الظواهر السلبية، وفي مقدمتها ظاهرة العنف، بالنظر لشيوع انتشار هذا المحتوى في السنوات الأخيرة.
- بيان خطورة انحراف الدراما في إبراز العنف وسيلة لحل المشكلات.
- تدعم النتائج تفعيل دور الدعاة في إرشاد الجمهور بضوابط التعامل مع مواقع التواصل الاجتماعي في ضوء الضوابط الشرعية.
- الإكثار من طرح النماذج والقدوات الحسنة في المجتمع، التي تمثِل أنماط قدوة للشباب؛ وتوظيف تلك النماذج في إعادة بناء الوعي الجمعي بناء سليما.

كما أكدت النتائج ضرورة اتخاذ عديد من الإجراءات والتدابير لمعالجة آثار انتشار مضامين العنف عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وتمثلت تلك الإجراءات في بيان الحكم الشرعي المترتب على إشاعة الخوف بين فئات المجتمع عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وتوضيح العقوبات الشرعية لمرتكبي تلك الظواهر كإحدى آليات الردع، ودعم أجهزة

تنفيذ القانون للحد من انتشار تلك الظواهر، وبيان أهمية تفعيل دور المؤسسات المعنية بالتنشئة الاجتماعية، والإسهام في رفع الروح المعنوية للجماهير ومساعدتهم في التغلب على ثقافة اليأس والإحباط، وبيان المردود النفسي لنشر الجرائم والمواقف المثيرة للخوف عبر وسائل الإعلام الجديد وأثرها في المجتمع.

❖ مقترحات البحث:

في ضوء النتائج السابقة، يمكن وضع بعض المقترحات، على النحو الآتي:

- ضرورة الانتباه لخطورة اتشار مضامين عديد من الظواهر السلبية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، مما يستدعي إجراء مزيد من البحوث حول تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي في منظومة القيم الدينية الحاكمة للسلوك الاجتماعي.
- إجراء مزيد من البحوث على مجتمع الدعاة -بوصفهم قادة رأي- لتقييم دورهم في معالجة ما ينشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي من الظواهر السلبية.
- إجراء مزيد من البحوث لتطوير فروض نظرية "تأثير الشخص الثالث" تجاه ظواهر سلبية أخرى في المجتمع المصري.

هوامش الدراسة:

(1) لمزيد من التفاصيل: التقرير الصادر عن مؤسسة "نامبيو" على الرابط: https://www.numbeo.com/crime/country_result.jsp?country=Egypt، تاريخ المشاهدة: (الجمعة (30) من سبتمبر (2022م)، 11:30 مساءً).

♦ وفقًا لإنفوجراف صادر عن مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار التابع لمجلس الوزراء المصري، فإنَّه توجد زيادة في مصر بالنسبة لعدد مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في عام 2022م بواقع 2.5 مليون مستخدم مقارنة بعام 2011م، ليصل عدد مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي مطلع يناير 2022م إلى 51,45 مليون مستخدم.
لمزيد من التفاصيل عبر الرابط الآتي: https://digitalreport.wearesocial.com/

(2) Mamdouh Abdellatif, **The Impact of Social Media on Life Satisfaction: The Mediating Role of Social Comparison, Envy and Self- Esteem**, Information Sciences Letters, Vol. 11, No. 5, (2022), pp. 1805-1813.

(3) Mai-Ly N. Steers, **Robert E. Wickham and Linda K. Acitelli, Seeing Everyone Else's Highlight Reels: How Facebook Usage is Linked to Depressive Symptoms.** Journal of Social & Clinical Psychology, Vol. 33, N. 8, (2014), pp. 701–731.

(4) سامح عبد الغني، استخدام الدعاة والأئمة لتطبيقات الهاتف المحمول للحد من خطاب الكراهية (قضية الإساءة للرسول -صلى الله عليه وسلم- أنموذجًا) دراسة ميدانية، **مجلة البحوث الإعلامية**، كلية الاعلام جامعة الأزهر، ج62، ع2، يوليو 2022، ص697- 768.

(5) Ibrahim Latepo, Suharto Suharto, & Nurdin Nurdin, **Understanding Muslim preaching students' use of social media,** International Journal of International

Relations, Media and Mass Communication Studies,Vol. 7, N. 1, (2021), pp. 52-66.

(6) علي حمودة جمعة، محمد حسني حسين، **الخطاب الاتصالي لدى الدعاة العرب والأجانب في صفحات التواصل الاجتماعي وانعكاساته على قبول الآخر - دراسة تحليلية لصفحات الدعاة على الفيس بوك**، مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام جامعة الأزهر، ج3، ع57، أبريل (2021م)، ص 1073-1128.

(7) فودة محمد علي، **استخدام الدعاة لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بأساليبهم في التصدي للفكر المتطرف**، مجلة البحوث الإعلامية، ج57، ع 4، إبريل (2021م)، الصفحة 1647- 1700.

(8) محمد سيد محمد سيد، **توظيف وعاظ الأزهر لمواقع التواصل الاجتماعي في توعية الشباب بقضايا التطرف الفكري والديني**، دراسة ميدانية، مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام جامعة الأزهر، ج2، ع53، (2020)، ص 721- 764.

(9) Muhammad Maga Sule & Lawal Abdulkareem, **Muslim scholars and the world of social media: opportunities and challenges,** Islamic Communication Journal, Vol. 5, N. 2, (2020), pp. 223-238.

(10) Nurul Atiqah, Nurul Azlan, Shazni Zainal Abidin & Suhaimee Saahar, **Spiritualizing new media: The use of social media for da'wah purposes within Malaysian Muslim**, International Journal of Advanced Research in Islamic and Humanities, Vol. 2, No, 3, (2020), pp. 30-41.

(11) Rizki Briandana, Caturida Doktoralina, Shahir Hassan & Wan Hasan, **Da'wah communication and social media: The interpretation of millennials in Southeast Asia**. International Journal of Economics and Business Administration,Vol. 8, No, 1), (2020), pp. 216-226.

(12) Abraham Zakky Zulhazmi & Dewi Ayu Sri Hastuti, **Da'wa, Muslim Millennials and Social Media**, *Lentera, II*(2),(2018), pp. 121-138

(13) نايف بن علي آل مزاحم، **دور النخب الدينية في توجيه الرأي العام عبر شبكة تويتر (دراسة تحليل مضمون)**، ماجستير غير منشورة (جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية: كلية العلوم الاجتماعية، قسم الإعلام، 2018م).

(14) bdul Qayyum, & Zaid Mahmood, **Role of social media in the light of Islamic teaching,** Al Qalam, Vol.20, N. 2, (2015), pp. 26-35.

(15) محمود محمد فتحي، **استخدام قادة الرأي الدينيين للمواقع الإسلامية وعلاقته بتنمية معارفهم الدينية**، ماجستير غير منشورة (جامعة الأزهر: كلية الإعلام، 2017م).

(16) إسلام عبد الرؤوف، **اعتماد النخب الدينية على شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته بالمعرفة السياسية لديهم**، مجلة قطاع كليات اللغة العربية والشعب المناظرة لها (2011م)، ع10.

(17) أميرة محمد محمد سيد، **دور الصفحات الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الديني لدى الشباب** دراسة ميدانية، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، كلية الإعلام جامعة القاهرة، ج 2015، ع 3، يوليو (2015م)، ص 153- 218

(18) عمرو ممدوح محمد، **دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الصورة الذهنية للمنتحر لدى الجمهور المصري- دراسة ميدانية في إطار نظرية تأثير الشخص الثالث**، ج 63، ع1، أكتوبر (2022م)، ص 302- 330.

(19) عنايات محمد شحاته السيد شحاته، **التناول الإخباري لمشاهد العنف في الفضائيات ومواقع التواصل الاجتماعي وتأثيراتها النفسية على المراهقين دراسة ميدانية**، مجلة كلية الآداب، جامعة المنصورة، ج 71، ع 71، أغسطس (2022م).

(20) سميح زيد المجالي، **أثر مواقع التواصل الاجتماعي على زيادة ظاهرة التحرش والعنف ضد المرأة**، المجلة العربية للآداب والدراسات الإنسانية، ج 17، ع5، مارس (2021م)، ص 137 – 170.

(21) جمعة قدور، خضرة خليفي، **العنف المدرسي وعلاقته بمواقع التواصل الاجتماعي في المؤسسة التربوية الجزائرية، دراسة ميدانية لعينة من تلاميذ ثانوية – الشهيد علي دقعة – بلدية الحمراية – والية الوادي**، دكتوراة غير منشورة (الجزائر: جامعة الشهيد حمة لخضر، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، 2021م).

(22) بن كحيل شهرزاد، بوشيخاوي اسمهان، **العنف على مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك نموذجًا**، مجلة الفكر المتوسطي، جامعة محمد بن أحمد وهران، ج10، ع1، (2021)، ص122-136.

(23) نور الدين روابحي، **العنف اللفظي في مواقع التواصل الاجتماعي "الفيسبوك"**، ماجستير غير منشورة، (الجزائر: جامعة محمد بوضياف، معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية بالمسيلة، 2021م).

(24) سريا عوض الشمايلة، **اتجاهات الشباب الأردني نحو العنف عبر منصات التواصل الاجتماعي**، جامعة الأزهر، مجلة كلية التربية بالقاهرة، **المقالة 14**، ج 39، 188ج5، أكتوبر (2020)، الصفحة 448 – 479.

(25) Vivek tripathi, **Youth violence and social media**, Journal of Social Sciences, Vol.52, No.1-3, (2017), pp. 1-7.

(26) مناور عبيد صالح السبيعي، **التنمر الإلكتروني عبر مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بأنماط العنف المدرسي**، دكتوراة غير منشورة (الرياض: جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، كلية العلوم الاجتماعية، قسم علم الاجتماع، تخصص علم اجتماع الجريمة، 2017م).

(27) Desmond Patton, Jun Sung Hong, Megan Ranney, Sadiq Patel, Caitlin Kelley & Rob Eschmann, **Social media as a vector for youth violence: A review of the literature**, Computers in Human Behavior, 35, **(2014)**, pp. 548-553.

(28) مها عبد المجيد، **العنف ضد المرأة في الإعلام الجديد بالتطبيق على ظاهرة التحرش الجنسي**، المجلة الاجتماعية القومية، **مجلد 52، ع3، سبتمبر 2015م، ص65-98.**

♦♦ قام الباحث بتحكيم علمي لاستمارة الاستقصاء لدى مجموعة من الأساتذة الأكاديميين الآتية أسماؤهم:

- أ.د/ رضا عبد الواجد أمين، عميد كلية الإعلام، جامعة الأزهر.
- أ.د/ عادل الأبيض، أستاذ ورئيس قسم علم النفس التعليمي، كلية التربية بنين، جامعة الأزهر.
- أ.د/ عادل فهمي، أستاذ الإذاعة والتليفزيون، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- أ.د/ بسيوني سليم، أستاذ الصحة النفسية، كلية التربية بنين بالقاهرة، جامعة الأزهر.
- أ.د/ أسامة عبد الرحيم علي، أستاذ الصحافة، كلية التربية النوعية، جامعة المنصورة.

♦♦♦ شارك د/ إسماعيل عبد الرازق- المدرس بكلية الإعلام جامعة الأزهر- الباحثَ في قياس الثبات.

(29)Hans-Werner Franz, **Ruggiera Sarcina, Building Leadership in Project and Network Management**, p;31, available at: https://link.springer.com/content/pdf/10.1007/978-3-540-93956-6.pdf, (accessed at 1 -8- 2022 , 11:44 a.m).

(30) Etienne G. Krug, Linda L. Dahlberg, James A. Mercy, Anthony B. Zwi and Rafael Lozano, **World report on violence and health, World Health Organization**, Geneva, (2002), p.5, available at: https://injuryprevention.bmj.com/content/10/2/67.short, (accessed at 3 -8- 2022 , 11:14 a.m).

(31) Philips Davison, **The third person effect in communication**, Public opinion quarterly, vol.47, (1983), P.3.

(32) Philips Davison,**op, cit**., p.3.

(33) متاح على الرابط الآتي: https://wearesocial.com/us?s=egypt، تاريخ الاطلاع (الثلاثاء، 13) من سبتمبر 2022م، الساعة 8م).

References

-https://www.numbeo.com/crime/country_result.jsp?country=Egypt ،

-https://digitalreport.wearesocial.com /

- Mamdouh Abdellatif, **The Impact of Social Media on Life Satisfaction: The Mediating Role of Social Comparison**, **Envy and Self- Esteem**, Information Sciences Letters, Vol. 11, No. 5, (2022), pp. 1805-1813.

- Mai-Ly N. Steers, **Robert E. Wickham and Linda K. Acitelli, Seeing Everyone Else's Highlight Reels: How Facebook Usage is Linked to Depressive Symptoms.** Journal of Social & Clinical Psychology, Vol. 33, N. 8, (2014), pp. 701–731.

-Abd Alghani, S. (2022). astikhdam aldueat wal'ayimat litatbiqat alhatif almahmul lilhadi min khitab alkarahia (qadiat al'iisa'at lilrasul -salaa allah ealayh wasalama- anmwdhjan) dirasat maydaniatin, majalat albuhuth al'iielamiati, 2(1), 697- 768.

- Ibrahim Latepo, Suharto Suharto, & Nurdin Nurdin, **Understanding Muslim preaching students' use of social media,** International Journal of International Relations, Media and Mass Communication Studies,Vol. 7, N. 1, (2021), pp. 52-66.

-Gomma, A. (2021), muhamad husni husayn, alkhitaab alaitisaliu ladaa aldueaat alearab wal'ajanib fi safahat altawasul alaijtimaeii waineikasatih ealaa qubul alakhar - dirasat tahliliat lisafahat aldueaat ealaa alfis buk, majalat albuhuth al'iielamiati, kuliyat al'iielam jamieat Al'azhar, 57(3),1073- 1128.

-Ali, F. (2021), aistikhdam aldueaat limawaqie altawasul aliajtimaeii waealaqatih bi'asalibihim fi altasadiy lilfikr almutatarifi, majalat albuhuth al'iielamiati, 57(4), 1647- 1700.

-Sayid, M. (2020), tawzif waeaz al'azhar limawaqie altawasul alaijtimaeii fi taweiat alshabab biqadaya altataruf alfikrii waldiynii, dirasat maydaniatin, majalat albuhuth al'iielamiati, kuliyat al'iielam jamieat Al'azhar, 53(2), 721- 764.

- Muhammad Maga Sule & Lawal Abdulkareem, **Muslim scholars and the world of social media: opportunities and challenges,** Islamic Communication Journal, Vol. 5, N. 2, (2020), pp. 223-238.

- Nurul Atiqah, Nurul Azlan, Shazni Zainal Abidin & Suhaimee Saahar, **Spiritualizing new media: The use of social media for da'wah purposes within Malaysian Muslim**, International Journal of Advanced Research in Islamic and Humanities, Vol. 2, No, 3, (2020), pp. 30-41.

- Rizki Briandana, Caturida Doktoralina, Shahir Hassan & Wan Hasan, **Da'wah communication and social media: The interpretation of millennials in Southeast Asia**. International Journal of Economics and Business Administration,Vol. 8, No, 1), (2020), pp. 216-226.

- Abraham Zakky Zulhazmi & Dewi Ayu Sri Hastuti, **Da'wa, Muslim Millennials and Social Media**, *Lentera, II*(2),(2018), pp. 121-138

-Muzahim, N. (2018), dawr alnukhab aldiyniat fi tawjih alraay aleami eabr shabakat twitar (dirasat tahlil madmuni), majistir ghayr manshura (jamieat Nayif alearabiat lileulum al'amniati: kuliyat aleulum alaijtimaeiati, qism al'iielami).

- bdul Qayyum, & Zaid Mahmood, **Role of social media in the light of Islamic teaching,** Al Qalam, Vol.20, N. 2, (2015), pp. 26-35.

- Fatahi, M. (2017). aistikhdam qadat alraay aldiyniiyn lilmawaqie al'iislamiat waealaqatih bitanmiat maearifihim aldiyniati, majistir ghayr manshura (jamieat Al'azhar: kuliyat al'iielami).
-Abd Alrawuwf, I. (2011). aietimad alnukhab aldiyniat ealaa shabakat altawasul aliajtimaeii waealaqatih bialmaerifat alsiyasiat ladayhim, majalat qitae kuliyaat allughat alearabiat walshaeb almunazirat laha.
-Sayid, A. (2015). dawr alsafahat aldiyniat ealaa mawaqie altawasul alaijtimaeii fi tanmiat alwaey aldiynii ladaa alshabab dirasat maydaniata, almajalat aleilmiat libuhuth alsahafati, kuliyat al'iielam jamieat Alqahira, 3(2).153- 218
-Muhamad, A. (2022). dawr mawaqie altawasul alaijtimaeii fi tashkil alsuwrat aldhihniat lilmuntahar ladaa aljumhur almisrii- dirasat maydaniatan fi 'iitar nazariat tathir alshakhs althaalithi, 63(2). 302- 330.
-Shehata, I. (2022). altanawul al'iikhbariu limashahid aleunf fi alfadayiyaat wamawaqie altawasul alaijtimaeii watathiratiha alnafsiat ealaa almurahiqin dirasatan maydaniatan, majalat kuliyat aladab, jamieat Almansura, 71(1).
-Almajali, S. (2021). 'athar mawaqie altawasul alaijtimaeii ealaa ziadat zahirat altaharush waleunf dida almar'ati, almajalat alearabiat liladab waldirasat al'iinsaniati, 5(2), 137 - 170.
-Kaduwr, G. (2021). khudrat khilifi, aleunf almadrasiu waealaqatuh bimawaqie altawasul alaijtimaeii fi almuasasat altarbawiat aljazayiriati, dirasat maydaniatan laeayinatan min talamidh thanawiat - alshahid eali duqeat - baladiat alhamrayat - waliat alwadi, dukturat ghayr manshura (Aljazayar: jamieat Alshahid Hamat likhadr, kuliyat aleulum alaijtimaeiat wal'iinsaniati).
-Shahrazad, K. (2021). bushikhawi asmahan, aleunf ealaa mawaqie altawasul aliajtimaeii alfisbuk nmwdhjan, majalat alfikr almutawasiti, jamieat muhamad bin 'Ahmad Wahran, 1(3), 122-136.
-Rawabihi, N. (2021). aleunf allafzii fi mawaqie altawasul alaijtimaeii "alfisbuku", majistir ghayr manshuratin, (aljazayar: jamieat muhamad biwdyafi, maehad eulum watiqniaat alnashatat albadaniat walriyadiat bi Almasilati).
-Al-Shamayleh, S. (2020). aitijahat alshabab al'urduniyi nahw aleunf eabr minasaat altawasul alaijtimaeii, jamieat al'azhar, majalat kuliyat altarbiat bi Alqahira, 14(2), 448 - 479.
- Vivek tripathi, **Youth violence and social media**, Journal of Social Sciences, Vol.52, No.1-3, (2017), pp. 1-7.
-Alsubayeii, M. (2017). altanamur al'iiliktruniu eabr mawaqie altawasul alaijtimaeii waealaqatih bi'anmat aleunf almadrasi, dukturat ghayr manshura (Alrryad: jamieat Nayif alearabiat lileulum al'amniati, kuliyat aleulum alaijtimaeiati, qism ealm alaijtimae, tukhasis eilm aijtimae aljarimati).
- Desmond Patton, Jun Sung Hong, Megan Ranney, Sadiq Patel, Caitlin Kelley & Rob Eschmann, **Social media as a vector for youth violence: A review of the literature**, Computers in Human Behavior, 35, **(2014)**, pp. 548-553.
-Abd almajid, M. (2015). aleunf dida almar'at fi al'iielam aljadid bialtatbiq ealaa zahirat altaharush aljinsi, almajalat alaijtimaeiat alqawmiata, 3(2), 65-98.
.-Hans-Werner Franz, **Ruggiera Sarcina, Building Leadership in Project and Network Management**, p;31, available at:

https://link.springer.com/content/pdf/10.1007/978-3-540-93956-6.pdf, (accessed at 1 -8- 2022 , 11:44 a.m).

-Etienne G. Krug, Linda L. Dahlberg, James A. Mercy, Anthony B. Zwi and Rafael Lozano, **World report on violence and health, World Health Organization**, Geneva, (2002), p.5, available at: https://injuryprevention.bmj.com/content/10/2/67.short, (accessed at 3 -8- 2022 , 11:14 a.m).

- Philips Davison, **The third person effect in communication**, Public opinion quarterly, vol.47, (1983), P.3.

- https://wearesocial.com/us?s=egypt

Journal of Mass Communication Research «J M C R»

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

Chairman: Prof. Salama Daoud

President of Al-Azhar University

Editor-in-chief: Prof. Reda Abdelwaged Amin

Dean of Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

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 63 October 2022 - part 3**
- **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.