

# مجلة البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر/كلية الإعلام



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

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

مساعد رئيس التحرير:

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

أ. د/ فهد العسكر - وكيل جامعة الإمام محمد بن سعود للدراسات العليا والبحث العلمي (المملكة العربية السعودية)

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

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

مدير التحرير: د/ محمد فؤاد الدهراوي - مدرس العلاقات العامة والإعلان بالكلية.

د/ إبراهيم بسيوني - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

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

د/ رامى جمال مهدي - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

مدقق اللغة العربية: أ/ عمر غنيم - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

سكرتير فني: أ/ محمد كامل - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

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

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

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

المراسلات:

العدد الثامن والخمسون - الجزء الثاني - ذو القعدة ١٤٤٢هـ - يوليو ٢٠٢١ م

رقم الإيداع بدار الكتب المصرية ٦٥٥٥

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية: ٢٩٢-٢٦٨٢ X

الترقيم الدولي للنسخة الورقية: ١١١٠-٩٢٩٧

## قواعد النشر

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

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

## الهيئة الاستشارية للمجلة

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

## محتويات العدد

- ٥٦٣ جرائم الاتصال عبر الإنترنت وضبط أخلاقياته في ضوء الاتجاهات  
البحثية الحديثة (رؤية تحليلية ونقدية) أ.م.د. رشا عادل لطفي
- ٦٣١ رؤية مستقبلية لتفعيل دور أخصائي الإعلام التربوي في تطبيق التربية  
الإعلامية لدى طلاب المرحلة الإعدادية- دراسة ميدانية على الممارسين  
والأكاديميين أ.م.د. علاء محمد عبد العاطي
- ٦٩٧ توظيف القائم بالاتصال للأخبار الرائجة في الشبكات الاجتماعية  
وتأثيرها على الممارسة المهنية والأخلاقية - دراسة ميدانية  
د. إسماعيل عبد الرازق رمضان الشرنوبلي
- ٧٥٧ دور المبادرات الرقمية المتخصصة في تنقية المحتوى الصحفي من الأخبار  
الزائفة عبر منصات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الصحفيين  
المصريين - دراسة ميدانية د. مصطفى عبد الحي عبد العليم
- ٨١٣ مصداقية القنوات الفضائية العربية ووسائل التواصل الاجتماعي في  
تناول الأزمات الأسرية لدى الفتاة الجامعية السعودية - دراسة ميدانية  
د. هناء حفناوي يوسف
- ٨٧٥ مستقبل حرية الإعلام المرئي والمسموع في فلسطين: دراسة استشرافية  
حتى عام ٢٠٤١ د. غسان إبراهيم أحمد
- ٩٢٣ محددات عزوف الشباب عن المشاركة في انتخابات مجلس النواب لعام  
٢٠٢٠م، وعلاقتها بمستوى مشاركتهم الافتراضية على شبكات التواصل  
الاجتماعي د. شيماء أبو مندور عبد الغني أبو مندور

■ إدارة العمل الصحفي عن بُعد خلال جائحة كورونا: دراسة في ضوء  
نموذج غرف الأخبار الموزعة د. فاطمة الزهراء عبد الفتاح  
٩٧٩

---

■ تعرض الشباب المصري للشائعات الإلكترونية على مواقع التواصل  
الاجتماعي وعلاقته بمشاركتهم السياسية د. وسام صلاح محمد  
١٠٣١

---

■ How Personality Affects Social Media Self-Presentation of  
Egyptian Female University Students through Selfies?  
Prof. Dr. Shaima'a Zoelfakar Hamed Zoghaib  
١٠٨٥

---

ISSN- O	ISSN- P	نقاط المجلة (يونيو 2020)	نقاط المجلة (مارس 2020)	اسم الجهة / الجامعة	اسم المجلة	التصنيف	م
2682- 292X	1110- 9207	7	6.5	جامعة الأزهر	مجلة البحوث الإعلامية	الدراسات الإعلامية	1
2314- 873X	2314- 8721	7	6	الجمعية المصرية للعلاقات العامة	مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط	الدراسات الإعلامية	2
2636- 9393		5	5	جامعة الأهرام الكنتية	المجلة العربية لبحوث الإعلام و الإتصال	الدراسات الإعلامية	3
2366- 9891		4	4	Cairo University	مجلة إتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	الدراسات الإعلامية	4
2636- 9237		3.5	3.5	جامعة جنوب الوادي	المجلة العلمية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	الدراسات الإعلامية	5
2367- 0407		6.5	3.5	اكاديمية الشروق	مجلة البحوث و الدراسات الإعلامية	الدراسات الإعلامية	6
2366- 9131		6.5	3	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان	الدراسات الإعلامية	7
2366- 914X		6.5	3	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون	الدراسات الإعلامية	8
2366- 9168		6.5	3	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	المجلة العلمية لبحوث الصحافة	الدراسات الإعلامية	9
1110- 6836		6.5	3	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	المجلة المصرية لبحوث الإعلام	الدراسات الإعلامية	10
1110- 6844		6.5	3	Cairo University, Center of Public Opinion Research	المجلة المصرية لبحوث الرأي العام	الدراسات الإعلامية	11

- يطبق تقييم مارس 2020 للمجلات على كل الأبحاث التي نشرت فيها قبل 1 يوليو 2020
- يطبق تقييم يونيو 2020 للمجلات على كل الأبحاث التي ستنشر فيها بدء من 1 يوليو 2020 و حتى صدور تقييم جديد في يونيو 2021
- المجلات التي لم تتقدم بطلب إعادة تقييم سيظل تقييم مارس 2020 مطبقا على كل الأبحاث التي ستنشر بها وذلك لحين صدور تقييم جديد في يونيو 2021
- يتم إعادة تقييم المجلات المصرية دورياً في شهر يونيو من كل عام ويكون التقييم الجديد سارياً للسنة التالية للنشر في هذه المجلات



## تعرض الشباب المصري للشائعات الإلكترونية على مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بمشاركتهم السياسية

- Egyptian youth exposed to electronic rumors on social media and its relationship with their political participation

د. وسام صلاح محمد عبد المنعم

مدرس بقسم الإذاعة والتلفزيون بمعهد الجزيرة العالي للإعلام وعلوم الاتصال.

e- mail: wesamsalah89@gmail.com

## ملخص الدراسة

أصبح لتكنولوجيا الاتصال ومواقع التواصل الاجتماعي دور أساسي في حياة الإنسان منذ بداية القرن الحادي والعشرين، وذلك بسبب قدرتها على إيصال المعلومات والأخبار ونشرها في نفس لحظة حدوثها دون القيود المتعارف عليها في نشر المعلومات، وبتأثير الأخبار عبر وسائل الاتصال التقليدية، الأمر الذي أدى إلى سهولة في تداول الأخبار والمعلومات، ولكن مع كل هذه التيسيرات في نشر المعلومات أصبح هناك آفة تصاحب تداول المعلومات تسمى بالشائعات التي أصبحت تؤثر بشكل كبير على الفرد والمجتمع. وتكمن مشكلة الدراسة في دور الشائعات التي يتم تداولها عبر مواقع التواصل الاجتماعي في مشاركة الأفراد السياسية، فبعد حركات التغيير التي حدثت في مختلف دول العالم وخاصة في المنطقة العربية التي يطلق عليها (ثورات الربيع العربي) أصبح لدى المواطن العربي اهتمام زائد بالحياة السياسية، ورغبة ملحة في الاطلاع على آخر ما ورد من أخبار ومعلومات وزيادة رغبته في الحياة السياسية؛ وذلك من خلال التعبير الحر عن رأيه والمشاركة في التصويت، وتوصلت الدراسة إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي عامة والفييس بوك خاصة من أكثر الوسائل التي يتعرض لها الشباب، وعليه فهم أكثر الفئات تأثراً بكل ما يتم عرضه عبر هذه المنصة الإلكترونية من أخبار ومعلومات بصرف النظر عن مدى صحة هذه الأخبار، زيادة اهتمام الشباب بالأخبار السياسية. أن مواقع التواصل الاجتماعي توفر مجالاً ديمقراطياً للشباب يستطيعون من خلاله التعبير بحرية عن كل ما يدور بداخلهم، وذلك يتضح من خلال رغبتهم في المشاركة بالتعليقات المتواجدة على الأخبار.

الكلمات الافتتاحية: الشائعات، الشباب، المشاركة السياسية

## Abstract

Communication technology and social networking sites have become a fundamental role in human life since the beginning of the twenty-first century, due to their ability to deliver information and news and publish them at the same moment of their occurrence without the recognized restrictions in disseminating information and broadcasting news through traditional means of communication. This led to a fluidity in the circulation of news and information, but with all these facilities in the dissemination of information, there has become a pest accompanying the circulation of information called rumors that have become greatly affecting the individual and society in various aspects of life, and from here the problem of the study lies in the role of rumors that are circulating Through social networking sites in the political participation of individuals, after the change movements that took place in various countries of the world, especially in the Arab region called (the Arab Spring revolutions, It was found through the study that social networking sites provide a democratic space for young people through which they can freely express what is going on inside them, and this is evidenced by their desire to participate in the comments on the news.

Key words: Rumors,youth,politicalparticipation



أحدثت التطورات التكنولوجية المستمرة في الآونة الأخيرة، نقلة كبيرة في مجال الاتصالات وشبكات الإنترنت التي أصبحت المظلة التي تغطي العالم بأكمله<sup>1</sup>، حيث أصبح الإنترنت هو الوسيلة الفعالة والقوية لتحقيق التواصل السريع بين الأفراد في مختلف أنحاء العالم، الأمر الذي أدى إلى تفعيل التواصل عبر مواقع التواصل المختلفة مثل "الفيسبوك، وتويتر وغيرها من المواقع المختلفة التي غيرت من شكل ومضمون الإعلام الحديث، وخلقت نوعًا جديدًا من أنواع التواصل لم يكن متعارف عليه من قبل، كما أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي مصدرًا رئيسًا للحصول على المعلومات في مختلف المجالات العلمية والسياسية والاقتصادية وغيرها من المعلومات التي يهتم بها أفراد المجتمع<sup>2</sup>، وكان من أهم تبعات هذا التطور الكبير هو قدرة شبكة الإنترنت من تغير اهتمامات واتجاهات مستخدميها؛ وذلك بسبب قدرة مستخدميها على التحكم في المحتوى الذي يقومون بنشره وتبادله مع غيرهم من المستخدمين بقدر كبير من الحرية والقدرة على إبداء الرأي، وخاصة في الحياة السياسية حيث برز دور مواقع التواصل الاجتماعي أثناء حركات التغيير التي ظهرت في العالم العربي فقد وفرت فرصًا عديدة لكل من المواطنين والناشطين السياسيين للتعبير عن آرائهم والمشاركة في صناعة القرار<sup>3</sup>. فمواقع التواصل الاجتماعي ظهرت لتكون نافذة يستطيع الجميع التعبير عن رأيه في إطار ديمقراطي عن طريق خلقها لبيئة اتصالية مفتوحة تستطيع في كثير من الأحيان أن تخلق جماعات ضغط تعمل على طرح الأفكار وتبادل الآراء المختلفة فيما بينهم، وقد تزامن مع وجود هذا القدر الكبير من الحرية في تبادل المعلومات والآراء ظهور شائعات إلكترونية ومعلومات مجهولة المصدر وتعمل على تهديد أمن واستقرار المجتمع<sup>4</sup>.

تعد الشائعات الإلكترونية المنتشرة على مواقع التواصل الاجتماعي من أكثر الظواهر الاجتماعية خطورة، وأشدها تأثيرًا على الواقع الاجتماعي والسياسي، ويعد السبب الأساسي الذي يكمن وراء خطورة الشائعات الإلكترونية هي فقدانها المصدقية مما يؤدي

إلى اتخاذ قرارات وخطوات خاطئة تؤثر على الفرد والمجتمع، وتعمل على تعطيل القدرة على اتخاذ القرار السليم، فالشائعات الإلكترونية هي المسؤولة عن انتشار العديد من الظواهر السلبية ومظاهر العنف المختلفة، والتي تنتج عن نقص المعلومات مما يؤدي إلى اتخاذ الأفراد الشائعات بسبب نقص المعلومات الصحيحة ونقص الشفافية في نقل الأخبار؛ مما يؤدي إلى انتشار العديد من الظواهر السلبية في العديد من المجالات التي كان لمواقع التواصل الاجتماعي الدور الأكبر في إبراز مدى أهميتها في المجتمع<sup>5</sup>.

وتعد من أهم الأساليب التي أسهمت مواقع التواصل الاجتماعي في الاهتمام بها، هي المشاركة السياسية، حيث تعد إحدى أهم الأدوات التي عن طريقها يستطيع الشباب التعبير عن رأيه، وذلك من خلال رغبته في الأدلاء بصوته في الانتخابات سواء كانت انتخابات رئاسية أو نيابية<sup>6</sup>.

ومن هنا يظهر دور الشائعات الإلكترونية في مدى تأثيرها في المشاركة السياسية للشباب، فمع زيادة اهتمام الشباب بالمشاركة السياسية رغبةً منهم في إحداث التغيير في الحياة السياسية تأتي الشائعات الإلكترونية ليكون لها دور من الممكن أن يؤثر في الحياة السياسية بشكل عام والمشاركة السياسية بشكل خاص داخل المجتمع، وهذا ما تم تناوله في إطار مدخل نظرية الاستخدامات والإشباع.

#### مشكلة الدراسة:

للشائعات الإلكترونية تأثير كبير وخطير على المجتمعات؛ فقد تؤدي إلى تفكك المجتمع وتدهوره، فمن خلالها يمكن أن تتبدل مواقف الأفراد واتجاهاتهم، الأمر الذي يوضح مدى خطورة الشائعات الإلكترونية لما لها من تأثيرات سلبية على الرأي العام؛ الأمر الذي يؤثر على مدى مشاركتهم في الحياة السياسية؛ ومن هنا تتبلور مشكلة الدراسة في تحديد دور الشائعات الإلكترونية على مواقع التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية للشباب، وذلك من خلال فحص العلاقة بين تأثير الشباب بالشائعات الإلكترونية على مواقع التواصل الاجتماعي، ومدى إقبالهم على المشاركة السياسية؛ وذلك في إطار تطبيق نظرية الاستخدامات والإشباع.

#### أهمية الدراسة:

تتمثل أهمية الدراسة في كل من:

1- تسليط الضوء على مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في نشر الشائعات الإلكترونية.

- 2- تحديد دور الشائعات الإلكترونية على مواقع التواصل الاجتماعي في مشاركة الشباب السياسية.
- 3- أهمية تطبيق الدراسة على فئة الشباب الجامعي المصري بوصفهم العنصر الأساسي الذي يعتمد عليه المجتمع في التطور.
- 4- تطبيق نظرية الاستخدامات والإشباعات في ظروف بحثية ملائمة بالتطبيق على مشكلة الشائعات الإلكترونية وعلاقتها بالمشاركة السياسية لدى الشباب المصري.

#### أهداف الدراسة:

- يتمثل الهدف الرئيس للدراسة في تحديد دور الشائعات الإلكترونية وتعرض الشباب لها عبر مواقع التواصل الاجتماعي في مشاركتهم السياسية، وذلك في إطار تطبيق فرضيات نظرية الاستخدامات والإشباعات، وينبثق من هذا الهدف الأهداف الفرعية التالية:
- 1- التعرف على السمات الديموجرافية للشباب الجامعي المستخدم لمواقع التواصل الاجتماعي من حيث (النوع - السن - نوع التعليم).
  - 2- رصد معدل تعرض الشباب الجامعي المصري لمواقع التواصل الاجتماعي.
  - 3- التعرف على دوافع تعرض الشباب الجامعي المصري لمواقع التواصل الاجتماعي.
  - 4- تحديد إسهام مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات الإلكترونية.
  - 5- التعرف على دور الشائعات الإلكترونية في مشاركة الشباب السياسية.

#### الدراسات السابقة:

قامت الباحثة بتقسيم الدراسات السابقة المتصلة بالموضوع إلى محورين هما:

المحور الأول: دراسات تناولت الشائعات الإلكترونية.

المحور الثاني: دراسات تناولت مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في المشاركة السياسية للشباب.

#### المحور الأول: دراسات تناولت الشائعات الإلكترونية:

- 1- دراسة سينتا، كيشوري 2020 بعنوان: تأثير شائعات مواقع التواصل الاجتماعي على المستخدمين<sup>7</sup>

وهدفت الدراسة للتعرف على الأوقات والمواقف التي تنتشر فيها الشائعة بشكل أسرع، وأثر ذلك على مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي، وتم استخدام الأدوات التالية في تجميع البيانات: استبانة استطلاع رأي على عينة قوامها (400) مفردة، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها:

- أن للشائعات تأثيرًا سلبيًا على المجتمع.
  - أن الشائعات تنتشر بشكل أسرع في أوقات الأزمات والأوقات العصيبة.
- 2- دراسة هانت، الكوت 2019 بعنوان "الاتجاهات في انتشار المعلومات المضللة على

#### مواقع التواصل الاجتماعي<sup>8</sup>

هدفت الدراسة للتعرف على حجم المعلومات المضللة التي يتم تناولها على مواقع التواصل الاجتماعي، ورصد نسبة تفاعل الجمهور معها، وحجم مشاركتهم للأخبار الزائفة، والشائعات وتم استخدام المنهج الوصفي، وتم استخدام الأدوات التالية في تجميع البيانات: تحليل مضمون لصفحات كل من موقع فيسبوك وتويتر خلال الفترة من (يناير 2010 إلى يوليو 2018)، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج منها:

- وجود 9540 شائعة على فيسبوك وتويتر منذ أوائل عام 2015.
- 3- دراسة رمضان، نصر 2019 بعنوان: الشائعات ونشرها عبر مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي دراسة مقارنة<sup>9</sup>

هدفت الدراسة إلى التعرف على الدور الذي تقوم به مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات، وقد استخدمت الدراسة المنهج المقارن، وتم استخدام الأدوات التالية في تجميع البيانات: استبانة استطلاع رأي على عينة قوامها (400) مفردة، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج منها:

- تعد شبكات التواصل الاجتماعي من أهم وسائل نشر الشائعات عامة (الإلكترونية)، خاصة التي اعتمدت عليها الجماعات التي تهدف إلى نشر العنف والفوضى.

#### 4- دراسة الشمري، إسماعيل بن 2017 بعنوان: الإشاعة في الصحافة الإلكترونية العربية وتأثيرها على المجتمع<sup>10</sup>.

هدفت الدراسة إلى رصد الإشاعة، والتعرف على تأثيرها في المجتمعات العربية، ودور الصحافة الإلكترونية في انتشارها، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي، وتم استخدام الأدوات التالية في تجميع البيانات: استبانة استطلاع رأي على عينة قوامها (104) مبحوًا من ذوي الاختصاص ينتمون إلى الصحف الإلكترونية ومؤسسات صحفية لها مواقع إلكترونية، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج منها:

- نصف عدد العينة عارض الرأي العام القائل بأن "ما تنشره الصحف الإلكترونية يرتقي لمستوى المصادقية".

- عدم الاتفاق مع الرأي القائل بأن "الإشاعة في الصحافة الإلكترونية على الخبر تصل إلى نسبة 58.85% من إجمالي عينة الدراسة".

5- دراسة غازي، عمر 2017 بعنوان: الشائعات في عصر وسائل التواصل الاجتماعي الواقع وسبل المواجهة<sup>11</sup>.

هدفت الدراسة التعرف على الوسائل المسببة لحدوث الشائعات وانتشارها والأسباب التي من شأنها زيادة الأثر السلبي في الشائعات المتداولة عبر وسائل التواصل الاجتماعي والوسائل الإلكترونية بشكل عام، واستخدمت الدراسة منهج المسح، وتم استخدام الأدوات التالية في تجميع البيانات: استبانة استطلاع رأي على عينة قوامها (400) مفردة، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج منها:

- إيجاد مظلة لدعم الصفحات والحسابات والمواقع التي تهدف إلى كشف الشائعات.

- انتشار مركز إعلامي وبحثي مستقل للسيطرة على الشائعات، ويعمل على تتبع مصادرها وتحليلها ونفيها على أسس علمية ونشر ثقافة التعامل معها.

- ضبط تعريف الشائعة ووضع عقوبات واضحة لكافة أشكال التعاطي الإلكتروني معها.

6- دراسة ديانى، شابرا، كاديان كوشال 2016 بعنوان: دراسة استكشافية لدور شبكة التواصل الاجتماعي تويتر في نشر الشائعات بين مجتمع طلاب الجامعة<sup>12</sup>.

هدفت الدراسة إلى استكشاف دور استخدام شبكة التواصل الاجتماعي تويتر في نشر الشائعات بين مجتمع طلاب الجامعات، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي، وتم استخدام الأدوات التالية في تجميع البيانات: استبانة استطلاع رأي على عينة مكونة من (400) مفردة من طلاب الجامعات المختلفة، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج ومنها:

- وجود علاقة موجبة دالة إحصائيًا بين شبكة التواصل الاجتماعي تويتر وانتشار الشائعات، ويتم ذلك بوجود فاعلية من خلال خصائص تويتر التفاعلية وسهولة المشاركة وإمكانية إعادة التغريد.

- احتلال الإشاعة الأخلاقية أعلى معدل في النتائج الخاصة بالدراسة بنسبة 39.3% ويليها الإشاعة الاقتصادية بنسبة 30.4%.

7- دراسة بلوك، يمانج، كرانتون 2016 بعنوان: العلاقة بين شبكات التواصل الاجتماعي والترويج للشائعات بين شباب الجامعات<sup>13</sup>.

هدفت الدراسة إلى فحص دور شبكات التواصل الاجتماعي خصوصاً تويتر في نشر الشائعات بين الشباب، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي، وتم استخدام الأدوات التالية في تجميع البيانات: استبانة استطلاع رأي على عينة بلغت (400) مفردة من الشباب الجامعي، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج التالية:

- ظهور مجموعة من الآفاق العامة لاستخدام تويتر كأداة لنشر الشائعات الإلكترونية التي تمثلت في قوة أسلوب جذب الانتباه للشائعات وقوة الأخبار المغلوطة ومصادرها.

8- دراسة فوسوجي 2016 بعنوان: دور تويتر في نشر الشائعات بين طلاب الجامعات الأمريكية: دراسة استطلاعية<sup>14</sup>

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور شبكة التواصل الاجتماعي تويتر في نشر الشائعات الإلكترونية بين الطلاب واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي، وتم استخدام الأدوات التالية في تجميع البيانات: استبانة استطلاع رأي على عينة بلغت (100) مفردة من الشباب الجامعي، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج ومنها:

- وجود علاقة موجبة بين استخدام تويتر والتعرض للشائعات الإلكترونية.  
9- دراسة لي، ليو، فانج، نورياكش وشاه 2016 بعنوان: دور شبكات التواصل الاجتماعي في الترويج للشائعات الإلكترونية وانعكاساتها على سلوكيات الشباب: دراسة حالة على شبكات التواصل الاجتماعي<sup>15</sup>.

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور شبكات التواصل الاجتماعي في الترويج للشائعات الإلكترونية وانعكاساتها على الشباب، وقد استخدمت الدراسة المنهج الوصفي، وتم استخدام الأدوات التالية في تجميع البيانات: استبانة استطلاع رأي على عينة قوامها (400) مفردة من الشباب الجامعي، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج منها:

- أظهرت الدراسة استجابات أفراد العينة على وجود علاقة بين شبكات التواصل الاجتماعي وانتشار الشائعات الإلكترونية.

10- دراسة فوتنولاسكي، بانجيوتي، وسورولاند 2016 بعنوان: تحليل ديناميكي لدور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات الإلكترونية بين الشباب.

هدفت الدراسة للتعرف على دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات الإلكترونية بين الشباب واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي، وتم استخدام الأدوات

التالية في تجميع البيانات: استبانة استطلاع رأي على عينة قوامها (400) مفردة من الشباب، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج منها:

- ظهور اتجاه لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي عامة، و (تويتر خاصة) كأداة لنشر الشائعات الإلكترونية نتيجة قوة الأسلوب المستخدم في جذب الانتباه للشائعات، وقوة الأخبار المغلوطة ومصدرها.

11- دراسة ثويني 2015 بعنوان: تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على انتشار الشائعات الإلكترونية بين طلاب الجامعات<sup>16</sup>.

هدفت الدراسة إلى التعرف على تأثير شبكات التواصل الاجتماعي (فيس بوك- تويتر) على انتشار الشائعات الإلكترونية بين طلاب الجامعات، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي، وتم استخدام الأدوات التالية في تجميع البيانات: استبانة استطلاع رأي على عينة قوامها (400) مفردة من طلاب الجامعات، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج منها:

- وجود علاقة موجبة ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0,05) بين تكرار التعرض لشبكات التواصل الاجتماعي والتأثر بالشائعات الإلكترونية لصالح التعرض الأعلى.

ثانياً: دراسات تناولت دور مواقع التواصل الاجتماعي في المشاركة السياسية للشباب:

1- دراسة الفتلاوي والتميمي 2015: دور مواقع التواصل الاجتماعي في ترتيب أولويات الإصلاح السياسي لدى أساتذة الجامعات<sup>17</sup>.

هدفت الدراسة إلى معرفة ترتيب أولويات قضايا الإصلاح السياسي عبر مواقع التواصل الاجتماعي لدى أساتذة الجامعات والتعرف على نوع الأنشطة والمشاركات السياسية والاقتصادية التي يتابعها أساتذة الجامعات، ودور مواقع التواصل الاجتماعي في إكسابهم ثقافة الإصلاح السياسي، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي، وتم استخدام الأدوات التالية في تجميع البيانات: استبانة استطلاع رأي على عينة مكونة من (100) من أساتذة الجامعات الذين ينشطون على مواقع التواصل الاجتماعي، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج ومنها:

- أن القضايا السياسية تأتي في مقدمة القضايا التي أعطيت الأولوية في المتابعة.

## 2- دراسة أمين، جيهان حسن 2014 بعنوان: دور شبكات التواصل الاجتماعي في

تنمية الوعي السياسي "دراسة حالة لشباب ثورة 25 يناير"<sup>18</sup>:

هدفت الدراسة إلى الوقوف على دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي لشباب ثورة 25 يناير 2011، وذلك من خلال التعرف على دوافع استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي، ومدى ثقة الشباب في هذه الشبكات ودورها في تجميع وحشد المظاهرات والاستفادة السياسية منها، واعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وتم استخدام الأدوات التالية في تجميع البيانات: إجراء تحليل المضمون لصفحة "كلنا خالد سعيد" على الفيسبوك، وأيضاً استخدام أداة الاستبانة على عينة مكونة من (400) مفردة، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج منها:

- الشباب يشعرون بأن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي يحدث تغييراً في اتجاهات الشباب السياسية بالإيجاب.
- أهم الموضوعات التي يهتم الشباب بمناقشتها عبر شبكات التواصل الاجتماعي السياسية.
- ارتفاع نسبة أفراد العينة الذين اعتمدوا على شبكات التواصل الاجتماعي السياسية.
- ارتفاع نسبة العينة الذين اعتمدوا على شبكات التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات أثناء ثورة 25 يناير.

## 3- دراسة روبن ايفينج، جوس فان هيلجرزبرج، ثيو هيبيرز (2013) بعنوان:

الإعلام الاجتماعي والمشاركة السياسية: هل يفضي الفيسبوك والتويتر

الصبغة الديمقراطية على الأنظمة السياسية<sup>19</sup>.

هدفت الدراسة إلى مناقشة ما يتعلق بوسائل الإعلام الاجتماعي والمشاركة السياسية، وذلك لفهم تأثير الإعلام الاجتماعي في الانتخابات، حيث اتجهت الدراسة للتعرف على الجهود المسبقة لتشكيل المشاركة السياسية من خلال أساليب الإنترنت التقليدية التي لم تصادف نجاحاً، ولكن مع الإعلام الجديد أصبح هناك من المعطيات التي من الممكن أن تحدث تغييراً، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي، وتم استخدام الأدوات التالية في تجميع البيانات: استمارة استقصاء على عينة عشوائية مكونة من (100) مفردة، وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج منها:

- أن السياسيين في هولندا داخل الكثير من الأحزاب حصلوا على نتائج إيجابية بنسب كبيرة عند اعتمادهم على وسائل الإعلام الجديد في تغطيتهم الانتخابية.



4- دراسة لوسيا 2012 بعنوان: المشاركة السياسية والويب 2.0 في أوروبا دراسة حالة على الفيس بوك<sup>20</sup>.

هدفت الدراسة إلى الحصول على نموذج للمشاركة السياسية على مواقع التواصل الاجتماعي في أوروبا مع التركيز على السياسة الأوروبية، وعلى الفيس بوك في الاتصال السياسي على المستوى الأوروبي، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي، وتم استخدام الأدوات التالية في تجميع البيانات: استبانة استطلاع رأي على عينة قوامها (361) من مواطنين الاتحاد الأوروبي والتي تزيد أعمارهم عن 18 عامًا، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج منها:

- أن الفيس بوك يساعد على وصول الحملة ليس فقط للفئة المستهدفة والتي تكون غالبًا مما يطلقون عليهم "صناع الرأي"، وذلك بسبب مشاركتهم المتقدمة في المجتمع بالمقارنة مع المواطن العادي.

- يزداد دور الفيس بوك في نشر المعلومات خلال الحملات السياسية.

5- دراسة ميريديث وآخرين 2012 بعنوان: الفيس بوك والمشاركة السياسية "دراسة حول عضوية مجموعة سياسية عبر الإنترنت والمشاركة السياسية الفعلية"<sup>21</sup>.

هدفت الدراسة إلى تحليل صفحات جماعات سياسية عبر موقع فيس بوك، ودراسة لمستخدمي الفيس بوك لتقييم العلاقة بين عضوية الجماعات السياسية عبر المواقع والمشاركة السياسية من خلال المعرفة السياسية والمشاركة السياسية بالانتخابات الرئاسية الأمريكية عام 2008، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي، وتم استخدام الأدوات التالية في تجميع البيانات: استبانة استطلاع رأي على عينة قوامه (455) طالبًا من طلاب الجامعات وتحليل مضمون للصفحات الإلكترونية لمجموعة من الجماعات السياسية عبر الفيس بوك، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج منها:

- أن الفيس بوك وغيره من مواقع التواصل الاجتماعي أوجد وسائل جديدة للتواصل مع المستخدمين من خلال التفاعلية وأثر ذلك على مشاركتهم السياسية.

- أظهرت نتائج تحليل المحتوى أن نشر معلومات عن هذه الجماعات عبر المواقع المختلفة تساعد في اكتساب المعرفة السياسية.

#### 4- دراسة بومجارتنارند موريس 2010 بعنوان: سياسات (الفييس تيوب):

الشبكات الاجتماعية وعلاقتها بامشاركة السياسية لدى الشباب<sup>22</sup>.

هدفت الدراسة للتعرف على دور الشبكات الاجتماعية في زيادة الوعي السياسي لدى الشباب، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي، وتم استخدام الأدوات التالية في تجميع البيانات: استبانة استطلاع رأي على عينة قوامها (400) من الشباب، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج منها:

- أن الشبكات الاجتماعية مثلت مصدرًا رئيسًا للأخبار حول المرشحين في الانتخابات.
- الشبكات الاجتماعية مكنت مستخدميها من ممارسة الديمقراطية عبر الإنترنت.

#### 5- دراسة بوروجز 2010 بعنوان: مواقع التواصل الاجتماعي وتوجهات

الناخبين<sup>23</sup>.

هدفت هذه الدراسة التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في تغيير توجهات الناخبين نحو المرشحين في الانتخابات، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي، وتم استخدام الأدوات التالية في تجميع البيانات: صحيفة استقصاء على عينة قوامها (400) مفردة، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج التالية ومنها:

- هناك علاقة دالة إحصائيًا بين التعرض للمحتويات السياسية في مواقع التواصل الاجتماعي واحتمالية التصويت في الانتخابات.

#### 6- دراسة بوداك 2010 بعنوان: فيس بوك وتويتر وباراك أوباما: الإعلام الجديد

والانتخابات الرئاسية 2008<sup>24</sup>.

هدفت الدراسة إلى التعرف على الدور الذي يؤديه الإعلام الجديد المتمثل في مواقع التواصل الاجتماعي عامة (فيس بوك - تويتر) خاصة في تحديد اتجاهات الناخبين خلال انتخابات الرئاسة الأمريكية 2008، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي، وتم استخدام الأدوات التالية في تجميع البيانات: استبانة استطلاع رأي على عينة قوامها (400) مفردة من الشباب، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج منها:

- أن موقعي فيس بوك وتويتر كان لها أثر كبير في تحديد اتجاهات الشباب خلال الانتخابات الأمريكية.

7- دراسة سارة وارن 2009 بعنوان: الإنترنت والسياسية (الفييس بوك والحملات السياسية)<sup>25</sup>.

هدفت الدراسة إلى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة (فييس بوك) في الحملات الانتخابية السياسية استخدمت الدراسة المنهج الوصفي، وتم استخدام الأدوات التالية في تجميع البيانات: استبانة استطلاع رأي على عينة قوامها (400) مفردة، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج التالية ومنها:

- من يستخدمون موقع فييس بوك تمكنوا من اختيار المرشحين بشكل أفضل، وذلك بسبب تبادلهم للأخبار السياسية عبر (الفييس بوك) مع الأصدقاء.

8- دراسة هايرز 2009 بعنوان: الشباب وتوفير ما يريدون ويحتاجون على الشبكات الاجتماعية<sup>26</sup>.

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور الشبكات الاجتماعية في زيادة مشاركة الشباب السياسية لدى الشباب الأمريكي، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي، وتم استخدام الأدوات التالية في تجميع البيانات: استبانة استطلاع رأي على عينة قوامها (400) من الشباب، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج منها:

- زيادة مشاركة الشباب في الموضوعات والقضايا الخاصة بالانتخابات في الشبكات الاجتماعية

- الشبكات الاجتماعية أدت إلى زيادة المعلومات السياسية لدى الشباب

9- دراسة عبد القوي، محمود حمدي 2009 بعنوان: دور الإعلام البديل في تفعيل المشاركة السياسية لدى الشباب (دراسة تطبيقية على الشبكات الاجتماعية الافتراضية)<sup>27</sup>.

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور الشبكات الاجتماعية الافتراضية في تنمية الوعي السياسي لدى الشباب وتشكيل اتجاهاته نحو المشاركة السياسية، وقد استخدمت الدراسة المنهج الوصفي، وتم استخدام الأدوات التالية في تجميع البيانات: استبانة استطلاع رأي على عينة قوامها (400) مفردة، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج منها:

- 93,43% من عينة الدراسة يستخدمون الإنترنت.

- 96% من عينة الدراسة من الشباب يعتمدون على (الفييس بوك) في تزويدهم بالمعرفة السياسية وتشجيعهم على المشاركة في الحياة السياسية.

### التعليق على الدراسات السابقة:

- يتضح من استعراض الدراسات السابقة يتضح أن نسبة كبيرة من الدراسات تناولت دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات الإلكترونية سواء كانت عربية أو أجنبية، ويساعد هذا سهولة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي هذا ما أشارت إليه العديد من الدراسات منها: دراسة (رمضان، نصر 2019)، دراسة (الشمري، إسماعيل بن صالح 2017)، دراسة (بلوك، يمانج، كرانتون 2016)، دراسة (لي، ليو، فانج، نورياكش وشاه 2016).
- نسبة كبيرة من الدراسات تناولت دور مواقع التواصل الاجتماعي في المشاركة السياسية للشباب سواء كانت عربية أو أجنبية، وهذا ما أشارت إليه العديد من الدراسات منها: دراسة (أمين، جيهان حسن 2014) ودراسة (روبن ايضنج، جوس فان هيلجرزبرج، ثيو هيبرز 2013)، دراسة (بومجارتنارد موريس 2010)، دراسة (بوروجز 2010).
- نسبة كبيرة من الدراسات اتفقت على فئة الشباب الجامعي كعينة للدراسة، وهذا ما أشارت إليه العديد من الدراسات منها: دراسة (روبن ايضنج، جوس فان هيلجرزبرج، ثيو هيبرز 2013)، دراسة (بومجارتنارد موريس 2010)، دراسة (بوروجز 2010).
- اعتمدت غالبية الدراسات على المنهج الوصفي، كما اعتمدت أغلبها على استبانة استطلاع الرأي كأداة لتجميع البيانات، كما اعتمدت بعض الدراسات على استمارة تحليل المضمون، كما اعتمد بعضها على أداة المقابلة.
- اهتمام الدراسات التي أجريت حول المشاركة السياسية بمتغيرات وسيطة قد تسهم في زيادة أو تقليل أثر الشائعات الإلكترونية على مواقع التواصل الاجتماعي في المشاركة السياسية للشباب.
- تبين النتائج حول التأثيرات الإيجابية والسلبية في مشاركة الشباب السياسية نتيجة تعرضهم للشائعات الإلكترونية على مواقع التواصل الاجتماعي.
- اهتمام الدراسات التي أجريت المشاركة السياسية بمتغيرات وسيطة قد تسهم في زيادة أو تقليل أثر الشائعات التي يتم بثها عبر مواقع التواصل الاجتماعي في مشاركة الشباب السياسية، وتمثلت أهم هذه المتغيرات في "الفاعلية السياسية، النقاش السياسي مع الآخرين عبر الإنترنت".

- يعتمد قيام مواقع التواصل الاجتماعي على تحفيز الشباب على المشاركة السياسية، وذلك من خلال كيفية استخدامهم لهذه المواقع واعتمادهم عليها، وأيضًا من خلال المضمون الذي يتعرض له الشباب عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

#### الاستفادة من الدراسات السابقة:

- فهم أبعاد المشكلة البحثية والتأكد من وجودها، وتساؤلها بشكل دقيق.
- تحديد الإطار النظري المناسب لطبيعة الدراسة الحالية.
- التأكد من المنهج المستخدم وإعداد أدوات ومقاييس الدراسة بشكل جيد.
- كيفية تصميم استمارة الاستبيان وإعدادها علميًا بما يتناسب مع موضوع الدراسة.
- ساعدت النتائج المختلفة التي تم التوصل إليها في الدراسات السابقة الباحثة في صياغة. تساؤلات الدراسة وفروضها وأهدافها.

#### مصطلحات الدراسة ومفاهيمها الإجرائية:

##### أولاً: الشائعات الإلكترونية:

توصف الشائعة بأنها سلوك تعبيرى إنساني في صورة أقوال متداولة بين الناس بدون مصدر معروف في الغالب، كما يعبر مفهوم الشائعات عن معلومات أو أفكار لا تستند إلى مصدر موثوق أو هي الترويج لخبر غير صحيح<sup>28</sup>.

##### - المفهوم الإجرائي للشائعات الإلكترونية:

المقصود بها المعلومات والأخبار غير الدقيقة، وغير معروف مصدرها المنتشرة على مواقع التواصل الاجتماعي بشكل عام (فيس بوك - تويتر - يوتيوب وغيرها)

##### ثانياً: المشاركة السياسية:

هي مشاركة أعداد كبيرة من الأفراد والجماعات في أكبر عدد ممكن من الأنشطة والمجالات السياسية المختلفة بحيث تتماشى هذه المجالات مع قدرات هؤلاء الأفراد<sup>29</sup>.

##### - المفهوم الإجرائي للمشاركة السياسية:

يمكن أن نتوصل إلى المفهوم الإجرائي الخاص بالمشاركة السياسية بأنها إشراك أفراد المجتمع في عملية اتخاذ القرار السياسي داخل البلاد عن طريق مجموعة من الخطوات متمثلة في:

- التصويت في الانتخابات النيابية والرئاسية.

- الانضمام إلى الأحزاب السياسية المختلفة دون قيود.

### ثالثاً: مواقع التواصل الاجتماعي:

هي المواقع والبرامج التي تعتمد على شبكة الإنترنت؛ لتسهيل التواصل بين المستخدمين وتبادل المعلومات فيما بينهم من خلال أجهزة الكمبيوتر أو أجهزة الهواتف المحمولة<sup>30</sup>.

#### - المفهوم الإجرائي لمواقع التواصل الاجتماعي:

يمكن أن نتوصل إلى المفهوم الإجرائي الخاص بمواقع التواصل الاجتماعي بأنها المواقع التي أتاحت للأفراد إمكانية التواصل باختلاف الزمان والمكان، كما أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي أحد أهم الوسائل المستخدمة في الحصول على المعلومات وتبادلها بين الأفراد.

#### الإطار النظري للدراسة:

أولاً: النظرية التي تقوم عليها الدراسة:

#### نظرية الاستخدامات والإشباع:

يأخذ منظور الاستخدامات والإشباع وجهة نظر المستخدم لوسائل الإعلام ويبحث في كيفية استخدام الناس لوسائل الإعلام والإشباع تحقيقها من خلال استخدامهم لتلك الوسائل<sup>31</sup>، فتهتم نظرية الاستخدامات والإشباع بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة<sup>32</sup>، وتتحصر رؤيتها للجماهير على أنها فعالة في انتقاء أفرادها لرسائل ومضمون وسائل الإعلام، وأيضاً تهتم نظرية الاستخدامات والإشباع بالسمات الفردية وعلاقتها بالرضا والإشباع وأنماط الدوافع والحاجات الفردية والمدخل السلوكي، الذي تعتمد عليه الدراسات لرصد عادات وكثافة التعرض، ووفقاً لنظرية الاستخدامات والإشباع فإن وسائل الإعلام تشكل مورداً لتلبية احتياجات الجمهور المختلفة، ومن هنا تحول السؤال: ما الذي تفعله وسائل الإعلام بالجمهور؟ إلى ما الذي يفعله الجمهور بوسائل الإعلام؟<sup>33</sup>

#### نظرية الاستخدامات والإشباع والإنترنت:

يعد الإنترنت وسيلة اتصال جديدة ومبتكرة يمكن أن تغير حياة الناس، فقد مكن الإنترنت الأشخاص من الوصول إلى المعلومات ضخمة، وإمكانية نشرها بسهولة، مكنتهم أيضاً من التواصل مع أنواع مختلفة من الأشخاص بشكل سريع باختلاف الزمان والمكان<sup>34</sup>.

حيث تقوم صفحات الإنترنت بفرض تفاعلاً نشطاً ومستمرًا لمستخدميها، وذلك في اختيار الارتباطات التشعبية التي سيتم اختيارها أو تحديد معايير البحث المطلوب تحديدها، كما تتيح شبكة الإنترنت إمكانية إعادة زيارة المواقع وحفظ وتنزيل المحتوى

وغيرها من خيارات التحكم، وبذلك تعد نظرية الاستخدامات والإشباع هي المدخل الأكثر ملاءمة للدراسات الخاصة باستخدام الإنترنت<sup>35</sup>.

#### ثانياً: الإعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي:

ساعدت شبكة الإنترنت في ظهور إعلام جديد ومختلف قادر على الانتشار السريع بين الأوساط الإعلامية المختلفة، وذلك عن طريق خلق ما يسمى بالمدونات أو المنتديات ومواقع التواصل الاجتماعي على مختلف أشكالها واتجاهاتها، والتي أحدثت ثورة كبيرة في مجال تكنولوجيا الاتصال، فأصبحت هذه المواقع قادرة على بث ونشر المحتوى الإعلامي الذي يصعب بثه ونشره عبر وسائل الاتصال التقليدية (الصحف - الإذاعة - التلفزيون) بسبب الرقابة الحكومية المتواجدة على هذه الوسائل، ومن هنا فقد ظهر محتوى إعلامي مختلف من حيث الرسائل والمضامين الإعلامية والتي تختلف كل الاختلاف عن المضامين الإعلامية التي يتم بثها عبر وسائل الإعلام التقليدية<sup>36</sup>.

#### - مواقع التواصل الاجتماعي:

تعد مواقع التواصل الاجتماعي ما هي إلا وسيلة يستطيع عن طريقها عدد من الناس أن يقوموا بعملية التواصل من خلال مواقع وخدمات إلكترونية توفر سرعة توصيل المعلومات على نطاق واسع وتمكنها أيضاً من إمكانية تبادل المعلومات بشكل قوي عن طريق شبكة الإنترنت<sup>37</sup>، وأيضاً تمكن الأفراد من تمثيل أنفسهم إلكترونياً من خلال الحسابات الشخصية والتي تمكنهم من تكوين علاقات اجتماعية وتبادل الاهتمامات المشتركة والقدرة عن التعبير عن آرائهم بحرية دون أي قيود المتمثلة في القيود الاجتماعية (التمثلة في العادات والتقاليد والانتماءات القبلية والعائلية)، أو القيود التي تفرضها الحكومات على وسائل الاتصال التقليدية المختلفة<sup>38</sup>.

#### تصنيف مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي<sup>39</sup>:

##### التصنيف الأول:

متمثلة في فئة الشباب وأصحاب الشهادات وخريجي الجامعات والمراهقين، حيث هي الفئة الأكثر انتشاراً عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

##### التصنيف الثاني:

متمثلة في فئة النخبة سواء كانت منتمة لأحزاب سياسية أو منظمات المدني أو شخصيات مستقلة.

الشباب جمهور نشط لمواقع التواصل الاجتماعي<sup>40</sup>:

يلجأ المستخدمون لوسائل الإعلام وفقاً لاحتياجاتهم لذلك يعد الشباب هم الجمهور الأكثر انتشاراً ونشاطاً على وسائل الإعلام سواء كانت وسائل الإعلام التقليدية أو الحديثة، فالشباب ليسوا جمهوراً سلبياً غير متفاعل، بل هم جمهور إيجابي نشط له مجموعة من الدوافع لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

دوافع الشباب في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي:

- دوافع معرفية information motive
  - دوافع طقوسية وحياتية Ritualized viewing motives
  - دوافع متعلقة بإرضاء الذات Personal integrative motives
  - دوافع اجتماعية Social motives
- ويتزامن مع وجود هذه الدوافع التي تجعل الشباب أكثر رغبة ونشاطاً في الاتصال بمواقع التواصل الاجتماعي يوجد أيضاً مجموعة من الإشباعات التي يحققها الشباب في استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي ومنها<sup>41</sup>:
- إشباعات متعلقة بالمجتمع الافتراضي Virtual communication
  - إشباعات متعلقة بالحصول على المعلومات Information seeking
  - إشباعات الاجتماعية Social gratification

ومع وجود كلٍ من الدوافع والإشباعات التي تدفع بالمستخدمين وخاصة فئة الشباب من النشاط والتواجد عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومع وجود سهولة في تداول المعلومات والأخبار عبر هذه المواقع، أصبح من السهل الحصول على المعلومات والأخبار فور حدوثها دون التحقق من مصدر هذه المعلومات وعليه فقد أصبح هناك فرصة كبيرة في ظهور وتداول الشائعات الإلكترونية.

- الشائعات الإلكترونية:

انتشرت الشائعات عامة، والشائعات الإلكترونية خاصة بشكل كبير جداً في العديد من المجتمعات، وهي الشائعات التي شملت جميع جوانب الحياة، فأصبحت من العادات المحببة لدى البعض، وكأنها أمر طبيعي يسهم الجميع في انتشاره والمشاركة في نشره، وعليه فقد أصبحت الشائعات الإلكترونية بسبب سرعة انتشارها قادرة على التحول إلى حقائق، وأصبحت قابلة للتصديق أكثر من المعلومات والحقائق المثبت صحتها والمتعارف على مصدرها، وذلك بسبب توفر البيئة التي تمكن من انتشار الشائعات ونموها المتمثلة في مواقع التواصل الاجتماعي<sup>42</sup>.



فالشائعات الإلكترونية التي يتم نشرها على مواقع التواصل الاجتماعي تلحق الضرر بكل أفراد المجتمع في مختلف المجالات فهي تشكل ضغطاً اجتماعياً مجهول المصدر يحيطه الغموض يحظى باهتمام قطاعات عريضة من أفراد المجتمع، ولا يكمن الهدف من تداول الإشاعات الإلكترونية في نقل المعلومات وإنما يهدف إلى التحريض، إثارة البلبلة، نشر الفوضى، التأثير على قنوات الرأي العام وزعزعة استقراره الذهني، مما أدى إلى اتخاذ مجموعة من التدابير الوقائية التي تسهم في انتشار الشائعات الإلكترونية على استقرار الرأي العام والسلم الأهلي والتأثير على الاقتصاد وزعزعة الأمن الداخلي<sup>43</sup>.

ولأنه من الصعب التعرف والتحقق من مصدر الشائعة فقد أثرت الشائعات بصفة عامة والإلكترونية بصفة خاصة على المجتمعات بشكل سلبي المتمثلة في (إثارة الكثير من المشاكل والقلق والفتن<sup>44</sup>)

وللشائعات الإلكترونية أشكال متعددة فمن الممكن أن تظهر الشائعة في صورة توقعات أو نكات أو ثرثرة تمس أموراً غاية في الأهمية مثل الحروب والكوارث والأزمات الأمنية، وارتفاع الأسعار، وعلاقات سياسية واقتصادية بين الدول، وأيضاً لها دور كبير في مشاركات الأفراد الاجتماعية والسياسية داخل المجتمع<sup>45</sup>.

الشباب والمشاركة السياسية<sup>46</sup>:

المشاركة السياسية هي إسهامات المواطنين بطريقة مبارزة أو غير مباشرة في عملية اتخاذ القرار في إطار النظام السياسي القائم.

هناك العديد من المؤشرات التي توحى بوجود مشاركة سياسية داخل المجتمع منها:

- حق المواطن في التصويت.

- حق المواطن في تولي وظائف عامة.

- حق المواطن في المشاركة في اتخاذ القرار.

فللمشاركة السياسية مستويات مختلفة ومتعددة منها ما هو إيجابي، ومنها ما هو سلبي، وتختلف وتتوسع هذه المستويات باختلاف النظم الحاكمة في الدولة سواء كان نظاماً سياسياً قائماً على الديمقراطية والمشاركة في اتخاذ القرار، أو ديكتاتورية قائمة على الانفراد بالحكم وعدم وجود مشاركة في اتخاذ القرار، فالمشاركة السياسية هي إحدى أهم حقوق المواطنين في ممارسة الديمقراطية سواء كانت حقوق سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية، ولكي ندرك أن هذا المجتمع مجتمع مشارك سياسياً لابد من توافر مجموعة من الإجراءات ومنها<sup>47</sup>:

- الانتخابات.

- سيادة القانون.
- الشفافية.
- وجود تعددية حزبية.

#### الشائعات الإلكترونية والمشاركة السياسية للشباب:

أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي إحدى أهم الأدوات التي يتم استخدامها في نشر وترويج الشائعات، فهناك علاقة طردية بين انتشار الشائعات الإلكترونية والتطور التكنولوجي الكبير في مجال الاتصالات وانتشار مواقع التواصل الاجتماعي بين أفراد المجتمع، حيث يلجأ مستخدمو مواقع التواصل الاجتماعي لهذه الوسائل في إخفاء هويتهم الحقيقية لنشر بعض الأخبار الكاذبة التي سرعان ما تنتشر بين أفراد المجتمع.

فانتشار الشائعات الإلكترونية بسهولة لا يقتصر فقط على زيادة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وإنما بسبب تنامي الأحداث والتطورات التي شهدتها المنطقة العربية منذ بداية العقد الثاني من القرن الحادي والعشرين؛ مما أدى إلى توفير بيئة خصبة لنمو الشائعات الإلكترونية وتكرارها بشكل كبير<sup>48</sup>.

تصنف الشائعات الإلكترونية على مواقع التواصل الاجتماعي إلى<sup>49</sup>:

#### التصنيف الأول:

نشر الشائعات والمعلومات التي ينشرها أصحابها وتكون معلومات وأخبار ليس لها أساس من الصحة، إنما يتم نشر هذه الشائعات بهدف معين، وذلك على حسب نوعية الأخبار التي يتم نشرها سواء كان نوعها تجاري يهدف إلى ترويج منتج معين.

#### التصنيف الثاني:

هناك شائعات يتم نشرها عن قلة دراية بالمعلومات الصحيحة، ويعد هذا النوع من الشائعات شائعات عضوية ينتشر بشكل غير مقصود سواء بسبب التسرع في نشر الأخبار من دون التحقق من مصدرها الأصلي أو عن طريق تحريف الكلام الصادر عن المصدر الأصلي.

- تصنيف الشائعات الإلكترونية بناءً على سرعة انتشارها وترويجها على مواقع التواصل الاجتماعي<sup>50</sup>:

- شائعات بطيئة تستغرق وقت أطول في نشرها نظرًا لصعوبة تصديقها.
- شائعات سريعة تتميز بسرعة انتشارها نظرًا لتبنيها موضوعات قادرة لجذب انتباه الجمهور.

- ويمكن تصنيف الشائعات الإلكترونية إلى<sup>51</sup>:

- شائعات سياسية:

تعمل على توجيه الشباب والرأي العام نحو توجه سياسي أو شخصية سياسية معينة. وهذا النوع من الشائعات يلقي رواجًا كبيرًا بين أوساط الشباب.

- شائعات اجتماعية:

تهدف إلى تغيير المفاهيم والقيم الاجتماعية السائدة في محاوله منها لغرس قيم ومبادئ اجتماعية جديدة.

ويعد سهولة إنتاج ونشر المعلومات بأقل تكلفة خلال فترة زمنية قصيرة من أهم الأسباب التي تسهم في انتشار الشائعة بسرعة كبيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، أيضًا يسهم عدم القدرة على مراقبة المحتوى الذي يتم نشره عبر مواقع التواصل الاجتماعي من أهم أسباب انتشار الشائعات بشكل كبير<sup>52</sup>.

ومع تزايد الأدوار التي تقوم بها مواقع التواصل الاجتماعي والتي أسهمت في ظهور مفهوم جديد من المشاركة السياسية والتي عن طريقها أصبح من السهل إجراء استطلاعات رأي فورية والقدرة على المشاركة وتصميم وإدارة الحملات الانتخابية، الأمر الذي أدى إلى انتشار فكرة المجتمع المدني بشكل صريح ومباشر ومتكامل، فمن أهم العوامل التي تحقق فكرة المجتمع المدني وهي القدرة على المشاركة في النقاشات وإمكانية إجراء مناظرات سياسية وإتاحتها للجميع<sup>53</sup>.

تؤثر مواقع التواصل الاجتماعي بشكل واسع وكبير في تكوين الرأي العام والأفكار والقناعات حول مختلف الموضوعات والقضايا التي يهتم بها المجتمع، ويمتد هذا التأثير لمختلف أفراد المجتمع والفئات والطبقات الأمر الذي يؤثر على اهتمامات المجتمع حول هذه القضايا، ويسهم في انتشار وتداول هذه الموضوعات عبر وسائل الإعلام الأخرى، ومن هنا يتضح الدور المؤثر الذي تقوم به مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل أفكار المجتمع وخاصة فئة الشباب منهم نحو المشاركة السياسية حيث تقوم مواقع التواصل الاجتماعي بتقديم دور فعال ومؤثر في انتشار الثقافة السياسية وذلك عن طريق نشر "ثقافة المشاركة" في المحافل السياسية المختلفة<sup>54</sup>، ذلك من خلال نشر المفاهيم السياسية بأساليب جديدة مبتكرة، فقد أسهمت مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة مشاركة الشباب السياسية من خلال العديد من المبادرات مثل (القدرة على التصويت عبر بطاقة الرقم القومي بعد أن كانت تطلب هذه العملية بطاقة انتخابية خاصة لها مجموعة من الشروط والتي كانت تحول دون وجود مشاركة سياسية حقيقية)، وأيضًا تسهم مواقع

التواصل الاجتماعي في زيادة المشاركة السياسية من خلال استخدام المرشحين لها للقيام بحملات إلكترونية للترويج لبرامجهم الانتخابية، وأيضًا يتم نشر أماكن التصويت وأرقام اللجان الانتخابية من خلالها مما ييسر على الناخبين الإدلاء بأصواتهم. فمع انتشار مواقع التواصل الاجتماعي واحتلالها مكانة كبيرة بين أوساط المجتمع المختلفة وخاصة فئة الشباب منهم وقدرتها على تشكيل الوعي السياسي لديهم، وحثهم على المشاركة السياسية بسبب قدرتها على نشر العديد من الأحداث، الأخبار والمعلومات السياسية مما جعلها بيئة خصبة لانتشار الشائعات التي يتزامن انتشارها مع ما يتم نشره من معلومات وأخبار على مدار الساعة عبر مواقع التواصل الاجتماعي. فللشائعات القدرة على التحكم في وجهة نظر المجتمع بفئاته المختلفة خاصة الشباب منهم سواء بالسلب أو الإيجاب تجاه العديد من الموضوعات السياسية والتي يكون لها تأثير قوي ومباشر تجاه مشاركة الشباب السياسية، الأمر الذي دفع العديد من الأفراد للبحث عن مجموعة من الاستراتيجيات التي تساهم في مواجهة الشائعات الإلكترونية على مواقع التواصل الاجتماعي هي<sup>55</sup>:

- استراتيجية خلق الشائعات بالحقائق.
- استراتيجية إعادة الشائعات.
- استراتيجية الاستثمار الإيجابي للشائعات المعادية.

#### تساؤلات الدراسة:

- 1- ما مدى تعرض الشباب للإنترنت؟
- 2- ما مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر استخدامًا على الإنترنت؟
- 3- ما أسباب استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي؟
- 4- ما نوع الأخبار التي يفضل الشباب متابعتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟
- 5- كيف يتعامل الشباب مع الشائعات التي يتم نشرها عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟
- 6- ما مدى مشاركة الشباب في التعليق أو النقاش حول موضوعات المشاركة السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟
- 7- ما مدى ثقة الشباب فيما ينشر من أخبار حول المشاركة السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

## - فروض الدراسة:

- 1- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مدى تعرض الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي وفقاً للمتغيرات الديموجرافية قيد الدراسة.
- 2- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين دوافع التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي وفقاً للمتغيرات الديموجرافية قيد الدراسة.
- 3- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مدى إدراك الشباب للشائعات الإلكترونية وفقاً للمتغيرات الديموجرافية قيد الدراسة.
- 4- توجد علاقة ارتباطية بين حجم تعرض الشباب للشائعات الإلكترونية على مواقع التواصل الاجتماعي ومدى المشاركة السياسية.

## نوع الدراسة وإجراءاتها المنهجية:

تنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية، والتي تستهدف تتبع ظاهرة معينة بغرض وصفها وتحليلها ومعرفة الأسباب التي تقف وراءها، وهي لا تقف عند مجرد الوصف، إنما تتعدى ذلك لمحاولة تفسير العلاقة بين المتغيرات المستقلة والتابعة، وذلك للتوصل إلى درجة عالية من الدقة في صياغة النتائج التي يتم التوصل إليها.

## منهج الدراسة:

اعتمدت الدراسة على منهج المسح (المسح بالعينة) والذي يكتفى فيه بدراسة عدد محدود من المفردات أو الحالات، وهو الذي يكثر استخدامه نظراً لأنه يوفر الوقت والجهد والمال، كما أنه يأتي بنتائج دقيقة.

## مجتمع الدراسة وعينتها:

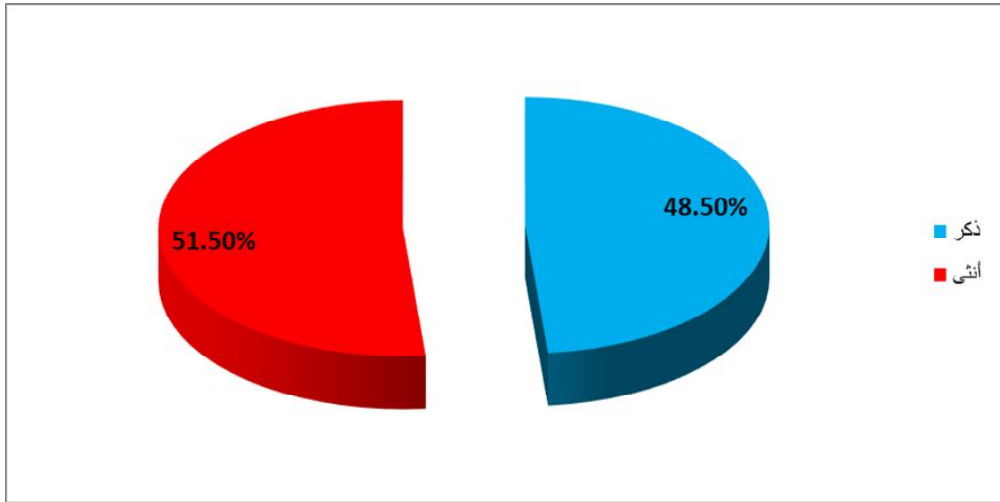
يتمثل مجتمع الدراسة في الشباب الجامعي من الذكور والإناث بالجامعات المصرية على اختلاف أعمارهم.

أما عينة الدراسة: تم تطبيق الدراسة على عينة قوامها (400) مفردة من الشباب الجامعي المصري بجامعة الزقازيق كممثل للجامعات الحكومية، ومعاهد الجزيرة كممثل للمعاهد الخاصة بواقع (200) مفردة لكل جامعة.

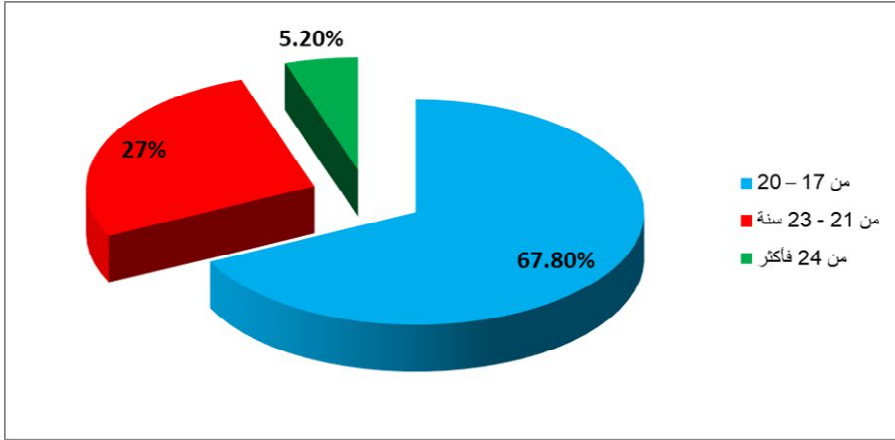
توصيف العينة:

جدول (1) خصائص عينة الدراسة  
توزيع مجتمع الدراسة وفقاً للمتغيرات الديموجرافية

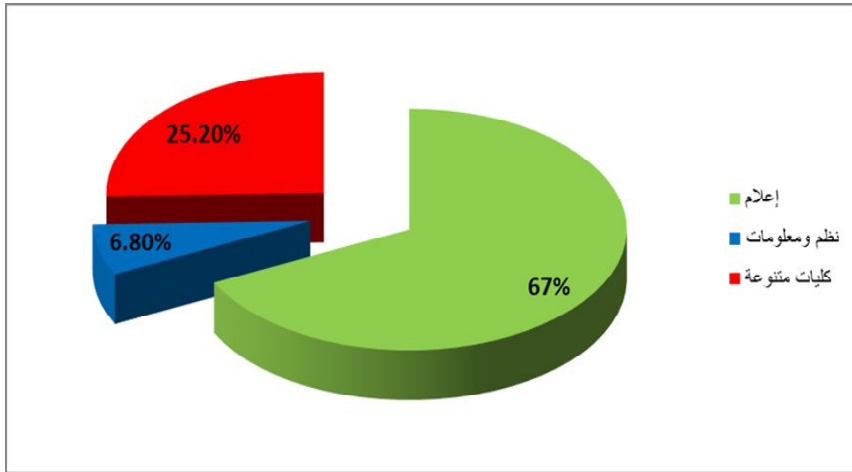
المتغيرات	العدد	%
النوع	أنثى	51.5%
	ذكر	48.5%
الإجمالي		
السن	من 17 – 20	67.8%
	من 21 – 23 سنة	27%
	من 24 فأكثر	5.2%
الإجمالي		
نوع الدراسة	إعلام	67%
	كليات متنوعة	25.2%
	نظم ومعلومات	6.8%
	الإجمالي	100%



شكل (1) توزيع مجتمع الدراسة وفقاً لمتغير النوع



شكل (2) توزيع مجتمع الدراسة وفقاً لمتغير السن



شكل (3) توزيع مجتمع الدراسة وفقاً لمتغير نوع التعليم

#### أدوات ومقاييس الدراسة:

قامت الباحثة بتصميم استمارة استبيان مقننة كأداة لجمع البيانات؛ بهدف رصد وقياس متغيرات الدراسة والعلاقات المرتبطة فيما بينها، وفيما يأتي وصف مفصل لهذه الأداة وخطوات إعدادها وتطبيقها:

#### الاستبيان:

يتكون الاستبيان من أسئلة يتناول فيها كافة التساؤلات ومتغيرات الدراسة، وتم إعداد الاستمارة في شكل أسئلة لقياس كل متغير من متغيرات الدراسة، وتم عرض الاستمارة على مجموعة من أساتذة الإعلام، وبعد عرضها قامت الباحثة بإجراء التعديلات الجوهرية التي وضعها المحكمون للباحثة حتى تكون الاستمارة قابلة للتطبيق.

التحقيق من كفاءة الأداة:

1 / حساب الاتساق الداخلي لكل من مقياس (إدراك الشائعات والمشاركة السياسية،

التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي) قيد الدراسة:

قامت الباحثة بتطبيق مقياسي "إسهامات الشائعات الإلكترونية في المشاركة السياسية للشباب، دوافع التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي"، قيد البحث على عينة الدراسة الاستطلاعية البالغ عددها (100) فرد من مجتمع البحث وبخلاف العينة الأساسية، حيث تم حساب الاتساق الداخلي للمقياسين بحساب معاملات الارتباط بين درجة كل مفردة والدرجة الكلية للمقياس، وكما يتضح في الجدولين (4)، (5).

جدول (2)

معاملات الارتباط بين درجة كل مفردة والدرجة الكلية لمقياس إدراك الشائعات والمشاركة السياسية لأفراد العينة الاستطلاعية قيد البحث

ن = 100

رقم المفردة	معامل الارتباط	مستوى الدلالة	رقم المفردة	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
1	**0.567	0.01	11	**0.619	0.01
2	**0.488	0.01	12	**0.512	0.01
3	**0.387	0.01	13	**0.557	0.01
4	**0.455	0.01	14	**0.515	0.01
5	**0.548	0.01	15	**0.681	0.01
6	**0.533	0.01	16	**0.581	0.01
7	**0.513	0.01	17	**0.756	0.01
8	**0.522	0.01	18	**0.600	0.01
9	**0.601	0.01	19	**0.626	0.01
10	**0.484	0.01			

يتضح من جدول (2) أنه توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً عند مستوى (0.01) بين درجة كل مفردة والدرجة الكلية لمقياس إدراك الشائعات والمشاركة السياسية، حيث تتراوح قيم معامل الارتباط ما بين (0.455 - 0.756) مما يدل على أن هناك اتساقاً ما بين أسئلة المقياس والمحتوى الكلي له.



### جدول (3)

معاملات الارتباط بين درجة كل مفردة والدرجة الكلية لمقياس التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي لأفراد العينة الاستطلاعية قيد البحث

ن = 100

رقم المفردة	معامل الارتباط	مستوى الدلالة	رقم المفردة	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
1	**0.732	0.01	11	**0.755	0.01
2	**0.639	0.01	12	**0.673	0.01
3	**0.716	0.01	13	**0.675	0.01
4	**0.715	0.01	14	**0.608	0.01
5	**0.651	0.01	15	**0.703	0.01
6	**0.751	0.01	16	**0.723	0.01
7	**0.707	0.01	17	**0.653	0.01
8	**0.662	0.01	18	**0.775	0.01
9	**0.752	0.01	19	**0.839	0.01
10	**0.635	0.01	20	**0.764	0.01

يتضح من جدول (5) أنه توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً عند مستوى (0.01) بين درجة كل مفردة والدرجة الكلية لمقياس التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي، حيث تتراوح قيم معامل الارتباط ما بين (0.608 - 0.839) مما يدل على أن هناك اتساقاً ما بين أسئلة المقياس والمحتوى الكلي له.

#### 2/ حساب معامل الثبات:

بعد التأكد من صدق مقياسي "إدراك الشائعات والمشاركة السياسية، التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي"، قيد الدراسة قامت الباحثة باستخدام البيانات التي تم الحصول عليها من عينة الدراسة الاستطلاعية، والبالغ عددها (100) فرد من مجتمع الدراسة وبخلاف العينة الأساسية، وذلك لحساب معامل الثبات للمقياسين وذلك بطريقة معامل (ألفا كرونباخ)، وكما يتضح في الجدولين (4)، (5).

#### جدول (4)

حساب معامل الثبات لمقياس إدراك الشائعات والمشاركة السياسية  
لأفراد العينة الاستطلاعية قيد البحث بطريقة (ألفا كرونباخ)

$$n = 100$$

ألفا كرونباخ	المفردة	ألفا كرونباخ	المفردة
0.824	11	0.827	1
0.836	12	0.830	2
0.827	13	0.834	3
0.829	14	0.833	4
0.820	15	0.828	5
0.826	16	0.828	6
0.815	17	0.833	7
0.825	18	0.829	8
0.832	19	0.825	9
		0.831	10

\* قيمة ألفا كرونباخ الكلية = 0.837

يتضح من جدول (4) أن معامل الثبات لمقياس إدراك الشائعات والمشاركة السياسية، قد حققت قيم مرتفعة في جميع مفردات المقياس حيث تتراوح ما بين (0.815 - 0.836)، وبمقارنة جميع قيم ألفا كرونباخ المحسوبة نجد أنها أقل من قيمة ألفا كرونباخ الكلية والتي تبلغ (0.837)، مما يدل على تمتع مقياس إدراك الشائعات والمشاركة السياسية قيد الدراسة بدرجة عالية من الثبات.

جدول (5)

حساب معامل الثبات لمقياس التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي  
لأفراد العينة الاستطلاعية قيد البحث بطريقة (ألفا كرونباخ)  
ن = 100

المفردة	ألفا كرونباخ	المفردة	ألفا كرونباخ
1	0.943	11	0.943
2	0.944	12	0.944
3	0.943	13	0.943
4	0.943	14	0.943
5	0.944	15	0.944
6	0.943	16	0.943
7	0.943	17	0.943
8	0.944	18	0.944
9	0.943	19	0.943
10	0.945	20	0.945

\* قيمة ألفا كرونباخ الكلية = 0.946

يتضح من جدول (5) أن معامل الثبات لمقياس التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي، قد حققت قيم مرتفعة في جميع مفردات المقياس حيث تتراوح ما بين (0.941 - 0.945)، وبمقارنة جميع قيم ألفا كرونباخ المحسوبة نجد أنها أقل من قيمة ألفا كرونباخ الكلية والتي تبلغ (0.946)، مما يدل على تمتع مقياس التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي قيد الدراسة بدرجة عالية من الثبات.  
نتائج الدراسة:

- تعرض الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي

جدول (6) توزيع مجتمع الدراسة فيما يتعلق بتعرضهم لمواقع التواصل الاجتماعي

م	مدى التعرض	العدد	%
1	أكثر من مرة في اليوم	338	84.5%
2	2 - 3 مرات أسبوعيًا	23	5.8%
3	مرة في الأسبوع	18	4.5%
4	6 مرات فأكثر	15	3.8%
5	4 - 5 مرات أسبوعيًا	6	1.5%
	الإجمالي	400	100%

يتضح من جدول (6) والخاص بآراء أفراد عينة الدراسة فيما يتعلق بمدى تعرضهم لمواقع التواصل الاجتماعي، حيث جاءت مدة التعرض (أكثر من مرة في اليوم) في المرتبة الأولى بنسبة مئوية تبلغ (84.5%)، يليها (2 - 3 مرات أسبوعياً) في المرتبة الثانية بنسبة مئوية تبلغ (5.8%)، ثم في المرتبة الثالثة (مرة في الأسبوع) بنسبة مئوية تبلغ (4.5%)، بينما جاءت كل من (6 مرات فأكثر)، (4 - 5 مرات أسبوعياً) في المرتبتين الأخيرتين.

وتتفق هذه النتيجة مع:

دراسة الرفاعي، أحمد محمد حسن (2014)<sup>56</sup> والتي توصلت إلى أن نسبة 48% من أفراد العينة يتعرضون لمواقع التواصل الاجتماعي يوميًا. ويتضح من هذه النتيجة كثافة تعرض الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي.

أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخدامًا:

#### جدول (7)

توزيع مجتمع الدراسة فيما يتعلق بأكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخدامًا

م	مدى التعرض	العدد	%
1	فيس بوك	250	48.6%
2	إنستجرام	130	25.3%
3	يوتيوب	84	16.3%
4	جوجل بلس	26	5.1%
5	تويتر	24	4.7%
	الإجمالي	514	100%

يتضح من جدول (7) والخاص بآراء أفراد عينة الدراسة فيما يتعلق بمواقع التواصل الاجتماعي الأكثر استخدامًا، حيث جاء موقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك) في المرتبة الأولى بنسبة مئوية تبلغ (48.6%)، يليه (إنستجرام) في المرتبة الثانية بنسبة مئوية تبلغ (25.3%)، ثم جاء في المرتبة الثالثة (يوتيوب) بنسبة مئوية تبلغ (16.3%)، بينما جاء كل من (جوجل بلس)، (تويتر) في المرتبتين الأخيرتين.

وتتفق هذه النتيجة مع:

دراسة حسانين، أسامة عبد الرحمن (2014)<sup>57</sup> والتي أوضحت أن نسبة 60% من أفراد العينة يستخدمون موقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك. ويتضح من هذه النتيجة أن موقع الفيس بوك هو الموقع الأكثر شعبية عبر مواقع التواصل الاجتماعي؛ وذلك بسبب

سهولة استخدامه من قبل الشباب وقدرتهم على نشر المعلومات والأخبار عن طريقة في صور وأشكال مختلفة سواء كانت مكتوبة أو مصورة أو عن طريق الفيديو.

### أسباب استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي

#### جدول (8)

توزيع مجتمع الدراسة فيما يتعلق بأسباب استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

م	مدى التعرض	العدد	%
1	لمعرفة آخر الأخبار والأحداث	269	25.2%
2	للتواصل مع الأقارب والأصدقاء	210	19.6%
3	للتسلية وقضاء أوقات الفراغ	188	17.6%
4	لمشاهدة فيديوهات وصور حول مختلف القضايا	174	16.3%
5	لأن بها معلومات غير متواجدة في وسائل الإعلام الأخرى	106	9.9%
6	لتكوين رأي تجاه مجموعة من القضايا والمشكلات	62	5.8%
7	للتعرف وتكوين صداقات جديدة	60	5.6%
	الإجمالي	1069	100%

يتضح من جدول (8) والخاص بآراء أفراد عينة الدراسة فيما يتعلق بأسباب استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، حيث جاء السبب (لمعرفة آخر الأخبار والأحداث) في المرتبة الأولى بنسبة مئوية تبلغ (25.2%)، يليه (للتواصل مع الأقارب والأصدقاء) في المرتبة الثانية بنسبة مئوية تبلغ (19.6%)، ثم جاء في المرتبة الثالثة (للتسلية وقضاء أوقات الفراغ) بنسبة مئوية تبلغ (17.6%)، بينما جاء في المراتب الأخيرة كلٌّ من (لأن بها معلومات غير متواجدة في وسائل الإعلام الأخرى)، (لتكوين رأي تجاه مجموعة من القضايا والمشكلات)، (للتعرف وتكوين صداقات جديدة) وبنسبة مئوية كانت على التوالي (9.9%)، (5.8%)، (5.6%).

. وتتفق هذه الدراسة مع:

دراسة الجندي، سلوى سليمان (2014)<sup>58</sup> والتي توصلت إلى أنه جاء في الترتيب الأول استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بوجه عام للتعرف على الأخبار والأحداث، يتضح من هذه النتيجة أن إقبال الأفراد وخاصة الشباب منهم على مواقع التواصل الاجتماعي للتعرف على آخر ما ورد من أخبار ومعلومات؛ وذلك بسبب التطورات التكنولوجية الكبيرة التي طرأت على مواقع التواصل والتي مكنتها من تسهيل نشر المعلومات والأخبار.

- نوع الأخبار التي يفضل الشباب متابعتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي

جدول (9)

توزيع مجتمع الدراسة فيما يتعلق بنوع الأخبار التي يفضل متابعتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي

م	مدى التعرض	العدد	%
1	أخبار سياسية	223	27.4%
2	أخبار اقتصادية	217	26.7%
3	أخبار رياضية	154	18.9%
4	أخبار اجتماعية	151	18.6%
5	أخبار فنية	69	8.5%
	الإجمالي	814	100%

يتضح من جدول (9) والخاص بآراء أفراد عينة الدراسة فيما يتعلق بنوع الأخبار التي يفضل متابعتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث جاءت (أخبار سياسية) في المرتبة الأولى بنسبة مئوية تبلغ (27.4%)، يليها (أخبار اقتصادية) في المرتبة الثانية بنسبة مئوية تبلغ (26.7%)، ثم جاءت في المرتبة الثالثة (أخبار رياضية) بنسبة مئوية تبلغ (18.9%)، بينما جاءت كل من (أخبار اجتماعية)، (أخبار فنية) في المرتبتين الأخيرتين.

وتتفق هذه النتيجة مع:

دراسة مكاوي، ممدوح (2013)<sup>59</sup> والتي توصلت إلى أن نسبة 89,7% من أفراد العينة يحرصون على متابعة الأخبار السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

يتضح من هذه النتيجة أن الأخبار السياسية هي التي تشغل اهتمام مجتمع الدراسة؛ بسبب التطورات والتغيرات التي طرأت على المنطقة العربية بصفة عامة ومصر بصفة خاصة بعد ثورة يناير 2011 و ثورة 30 يونيو.

مشاركة الشباب في التعليق أو النقاش حول أخبار المشاركة السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي

جدول (10)

توزيع مجتمع الدراسة فيما يتعلق بمدى المشاركة في التعليق أو النقاش حول أخبار المشاركة السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي

م	مدى التعرض	العدد	%
1	أشارك أحياناً	291	72.8%
2	أشارك دائماً	59	14.8%
3	لا أشارك مطلقاً	50	12.5%
	الإجمالي	400	100%

يتضح من جدول (10) والخاص بأراء أفراد عينة الدراسة فيما يتعلق بمدى المشاركة في التعليق أو النقاش حول أخبار المشاركة السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث جاءت الاستجابة (أشارك أحياناً) في المرتبة الأولى بنسبة مئوية تبلغ (72.8%)، يليها (أشارك دائماً) في المرتبة الثانية بنسبة مئوية تبلغ (14.8%)، ثم جاءت في المرتبة الثالثة (لا أشارك مطلقاً) بنسبة مئوية تبلغ (12.5%).

وتتفق هذه الدراسة مع:

دراسة حامد، إيناس محمود (2012)<sup>60</sup> والتي أثبتت أن 91,6% من أفراد العينة يشاركون في التعليق على المقالات التي تناقش القضايا التي يهتمون بها. يتضح من هذه النتيجة تردد مجتمع الدراسة في المشاركة بالتعليقات على الأخبار؛ وذلك بسبب تعرضهم للهجوم من قبل أشخاص مختلفين؛ بسبب عدم تقبلهم للأراء التي تختلف عن آرائهم.

## ثقة الشباب فيما ينشر من أخبار حول المشاركة السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي

### جدول (11)

توزيع مجتمع الدراسة فيما يتعلق بمدى الثقة فيما ينشر من أخبار حول المشاركة السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي

م	مدى التعرض	العدد	%
1	أشعر بوجود غرض آخر من نشر هذه الأخبار	266	66.5%
2	لا أثق بها على الإطلاق	105	26.3%
3	أثق بها ثقة مطلقة	29	7.3%
الإجمالي		400	100%

يتضح من جدول (11) والخاص بآراء أفراد عينة الدراسة فيما يتعلق بمدى الثقة فيما ينشر من أخبار حول المشاركة السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث جاءت الاستجابة (أشعر بوجود غرض آخر من نشر هذه الأخبار) في المرتبة الأولى بنسبة مئوية تبلغ (66.5%)، يليها (لا أثق بها على الإطلاق) في المرتبة الثانية بنسبة مئوية تبلغ (26.3%)، ثم جاءت في المرتبة الثالثة (أثق بها ثقة مطلقة) بنسبة مئوية تبلغ (7.3%). ومن هذه النتيجة يتضح عدم وجود ثقة كبيرة بين أفراد العينة في الأخبار والمعلومات التي يتم بثها عبر مواقع التواصل الاجتماعي

## اعتقاد الشباب أن للشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي دوراً في مشاركة الشباب السياسية

### جدول (12)

توزيع مجتمع الدراسة فيما يتعلق بالاعتقاد أن للشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي دوراً في مشاركة الشباب السياسية

م	مدى التعرض	العدد	%
1	لها دور كبير	195	48.8%
2	لها دور محدود	153	38.2%
3	ليس لها دور	52	13%
الإجمالي		400	100%

يتضح من جدول (12) والخاص بآراء أفراد عينة الدراسة فيما يتعلق بالاعتقاد أن للشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي دوراً في مشاركة الشباب السياسية، حيث



جاءت الاستجابة (لها دور كبير) في المرتبة الأولى بنسبة مئوية تبلغ (48.8%)، يليها (لها دور محدود) في المرتبة الثانية بنسبة مئوية تبلغ (38.2%)، ثم جاءت في المرتبة الثالثة والأخيرة (ليس لها دور) بنسبة مئوية تبلغ (13%).

وتؤكد هذه النتيجة على الدور الكبير الذي تقوم به مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين معارفهم وأفكارهم من خلال حرية تبادل المعلومات والنقاش بين الأفراد.

#### الشباب وما يفعلون عند التعرض لمنشور حول المشاركة السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي

جدول (13)

توزيع مجتمع الدراسة فيما يتعلق بالفعل عند التعرض لمنشور حول المشاركة السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي

م	مدى التعرض	العدد	%
1	أقرأ المنشور الرئيس Post	278	33.7%
2	أشاهد الصور والفيديوهات المصاحبة للمنشور	208	25.2%
3	أطلع على التعليقات Comment	199	24.1%
4	أعجب بالمنشور Like	57	6.9%
5	أعلق على المنشور	43	5.2%
6	أعيد نشر المنشور Share	41	5%
	الإجمالي	826	100%

يتضح من جدول (13) والخاص بأراء أفراد عينة الدراسة فيما يتعلق بالفعل عند التعرض لمنشور حول المشاركة السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث جاءت الاستجابة (أقرأ المنشور الرئيس Post) في المرتبة الأولى بنسبة مئوية تبلغ (33.7%)، يليها (أشاهد الصور والفيديوهات المصاحبة للمنشور) في المرتبة الثانية بنسبة مئوية تبلغ (25.2%)، ثم جاءت في المرتبة الثالثة (أطلع على التعليقات Comment) بنسبة مئوية تبلغ (24.1%)، بينما جاءت في المراتب الأخيرة كل من (أعجب بالمنشور Like)، (أعلق على المنشور)، (أعيد نشر المنشور Share) وبنسبة مئوية كانت على التوالي (6.9%)، (5.2%)، (5%).

يتضح من هذه النتيجة أن المنشور الرئيس هو العامل المؤثر والفعال الذي يلفت نظر المتابعين والذي عن طريقة يتم الاطلاع على ما يشمله المنشور من معلومات وأخبار.

#### التحقق من فروض الدراسة:

**الفرض الأول:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مدى تعرض الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي وفقاً للمتغيرات الديموجرافية قيد الدراسة.

**جدول (14)**

**دلالة الفروق بين استجابات الباحثين في مدى تعرضهم مواقع التواصل الاجتماعي وفقاً لمتغير (النوع)**

مستوى الدلالة	قيمة " ت "	إناث ن = 206		ذكور ن = 194		المتغير
		2ع	2م	1ع	1م	
0.01	4.219**	0.696	4.796	1.335	4.351	مدى التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي

يتضح من جدول (14) أنه توجد فروق جوهرية ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.01) بين متوسطي درجات استجابات الباحثين عينة الدراسة في مدى تعرضهم لمواقع التواصل الاجتماعي وفقاً لمتغير (النوع)، وذلك لصالح استجابات الباحثين الإناث.

**جدول (15)**

**دلالة الفروق بين استجابات الباحثين في مدى تعرضهم لمواقع التواصل الاجتماعي وفقاً لكل من متغير (السن)، (نوع التعليم)**

مستوى الدلالة	قيمة " ف "	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	المتغيرات
غير دال	0.936	1.088	2	175.2	بين المجموعات	السن
		1.162	397	461.265	داخل المجموعات	
		-	399	463.440	الإجمالي	
0.01	8.547**	9.566	2	19.131	بين المجموعات	نوع التعليم
		1.119	397	444.309	داخل المجموعات	
		-	399	463.440	الإجمالي	

يتضح من جدول (15) أنه لا توجد فروق جوهرية ذات دلالة إحصائية بين متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة فيما يتعلق بمدى تعرضهم لمواقع التواصل الاجتماعي

وفقًا لمتغير (السن) حسب المراحل السنوية (17- 20 سنة)، (21- 23 سنة)، (24 سنة فأكثر).

كما تشير نتائج الجدول إلى أنه توجد فروق جوهرية ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.01) بين متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة فيما يتعلق بمدى تعرضهم لمواقع التواصل الاجتماعي وفقًا لمتغير (نوع التعليم).

ونظرًا لوجود فروق جوهرية وفقًا لمتغير (نوع التعليم) قامت الباحثة بحساب أقل فرق معنوي (L.S.D) وذلك للمقارنة بين المتوسطات، وكما يتضح في جدول (16).

#### جدول (16)

حساب أقل فرق معنوي (L.S.D) للمقارنة بين المتوسطات وفقًا لمتغير نوع التعليم

نوع التعليم	المتوسطات	العدد	إعلام	نظم ومعلومات	كليات متنوعة
إعلام	4.731	268			
نظم ومعلومات	4.387	31	0.344		
كليات متنوعة	4.238	101	*0.494	0.149	

يتضح من جدول (16) ما يأتي:

1- توجد فروق جوهرية ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.05) بين متوسطي استجابات المبحوثين طلاب (الإعلام) وطلاب (الكليات المتنوعة) في مدى تعرضهم لمواقع التواصل الاجتماعي، وذلك لصالح متوسط استجابات طلاب (الإعلام)، بينما لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي استجابات المبحوثين طلاب (الإعلام) وطلاب (النظم والمعلومات).

2- لا توجد فروق جوهرية ذات دلالة إحصائية بين متوسطي استجابات المبحوثين طلاب (النظم والمعلومات) وطلاب (الكليات المتنوعة). ومن هذه النتيجة يتضح ثبوت صحة الفرض الأول جزئيًا أنه توجد فروق جوهرية ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات استجابات المبحوثين عينة الدراسة في مدى تعرضهم لمواقع التواصل الاجتماعي وفقًا لمتغير (النوع- نوع التعليم)، بينما أنه لا توجد فروق جوهرية ذات دلالة إحصائية بين متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة فيما يتعلق بمدى تعرضهم لمواقع التواصل الاجتماعي وفقًا لمتغير (السن).

**الفرض الثاني:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين دوافع التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي وفقاً للمتغيرات الديموجرافية قيد الدراسة.

**جدول (17)**

**دلالة الفروق بين استجابات المبحوثين في دوافع التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي وفقاً لمتغير (النوع)**

مستوى الدلالة	قيمة "ت"	إناث ن = 206		ذكور ن = 194		المتغير
		2ع	2م	1ع	1م	
غير دال	1.776	12.818	68.990	13.244	66.675	دوافع التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي والمشاركة السياسية

يتضح من جدول (17) أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات استجابات المبحوثين عينة الدراسة في دوافع التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي وفقاً لمتغير (النوع).

**جدول (18)**

**دلالة الفروق بين استجابات المبحوثين في دوافع التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي وفقاً لمتغير (السن)**

مستوى الدلالة	قيمة "ف" المحسوبة	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	المتغيرات
0.01	* 7.124	1179.202	2	2358.405	بين المجموعات	السن
		165.530	397	65715.573	داخل المجموعات	
		-	399	68073.978	الإجمالي	
غير دال	1.125	191.805	2	383.609	بين المجموعات	نوع التعليم
		170.505	397	67690.368	داخل المجموعات	
		-	399	68073.978	الإجمالي	

يتضح من جدول (18) أنه توجد فروق جوهرية ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.01) بين متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة فيما يتعلق بدوافع التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي وفقاً لمتغير (السن).

كما تشير نتائج الجدول إلى أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة فيما يتعلق بدوافع التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي وفقاً لمتغير (نوع التعليم) حسب نوع التعليم (إعلام)، (نظم ومعلومات)، (كليات متنوعة).

ونظراً لوجود فروق جوهرية وفقاً لمتغير (السن) قامت الباحثة بحساب أقل فرق معنوي (L.S.D) وذلك للمقارنة بين المتوسطات، وكما يتضح في جدول (19).

### جدول (19)

حساب أقل فرق معنوي (L.S.D) للمقارنة بين المتوسطات وفقاً لمتغير السن

المرحلة العمرية	المتوسطات	العدد	20-17 سنة	23-21 سنة	24 سنة فأكثر
17-20 سنة	66.476	271			
21-23 سنة	69.741	108	*3.265		
24 سنة فأكثر	76.191	21	*9.714	*6.450	

يتضح من جدول (19) ما يأتي:

1- توجد فروق جوهرية ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.05) بين متوسطي استجابات الباحثين للمرحلة العمرية (17-20 سنة)، والمرحلتين العمريتين (21-23 سنة)، (24 سنة فأكثر) في دوافع التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي، وذلك لصالح متوسط استجابات المرحلتين العمريتين (21-23 سنة)، (24 سنة فأكثر).

2- توجد فروق جوهرية ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.05) بين متوسطي استجابات الباحثين للمرحلة العمرية (21-23 سنة) والفئة العمرية (24 سنة فأكثر)، في دوافع التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي، وذلك لصالح متوسط استجابات الفئة العمرية (24 سنة فأكثر). ومن هذه النتيجة يتضح ثبوت صحة الفرض الثاني جزئياً لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات استجابات الباحثين عينة الدراسة في دوافع التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي وفقاً لمتغير (النوع - نوع التعليم)، بينما توجد فروق جوهرية ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.05) بين متوسطات استجابات

أفراد عينة الدراسة فيما يتعلق بدوافع التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي وفقاً لمتغير (السن).

الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مدى إدراك الشباب للشائعات الإلكترونية وفقاً للمتغيرات الديموجرافية قيد الدراسة

#### جدول (20)

دلالة الفروق بين استجابات الباحثين في مدى إدراك الشائعات الإلكترونية وفقاً لمتغير (النوع)

مستوى الدلالة	قيمة "ت"	إناث ن = 206		ذكور ن = 194		المتغير
		2ع	2م	1ع	1م	
دال عند 0.05	*2.249	8.997	64.267	8.733	66.263	مدى إدراك الشباب للشائعات والمشاركة السياسية

يتضح من جدول (20) أنه توجد فروق جوهرية ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.05) بين متوسطي استجابات الباحثين عينة الدراسة في مدى إدراك الشائعات الإلكترونية وفقاً لمتغير (النوع)، وذلك لصالح استجابات الباحثين الذكور.

#### جدول (21)

دلالة الفروق بين استجابات الباحثين في مدى إدراك الشائعات الإلكترونية وفقاً لكل من متغير (السن)، (نوع التعليم)

مستوى الدلالة	قيمة "ف" المحسوبة	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	المتغيرات
0.01	**5.390	419.138	2	276.838	بين المجموعات	السن
		77.762	397	30871.634	داخل المجموعات	
		-	399	31709.910	الإجمالي	
0.05	*2.885	227.123	2	454.247	بين المجموعات	نوع التعليم
		78.730	397	31255.663	داخل المجموعات	
		-	399	31709.910	الإجمالي	

يتضح من جدول (21) أنه توجد فروق جوهرية ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.01) بين متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة فيما يتعلق بمدى إدراك الشائعات الإلكترونية وفقاً لمتغير (السن).

كما يتضح من الجدول أنه توجد فروق جوهرية ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.05) بين متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة فيما يتعلق بمدى إدراك الشائعات الإلكترونية وفقاً لمتغير (نوع التعليم)، ونظراً لوجود فروق جوهرية قامت الباحثة بحساب أقل فرق معنوي (L.S.D) وذلك للمقارنة بين المتوسطات، وكما يتضح في جدول (22).

### جدول (22)

حساب أقل فرق معنوي (L.S.D) للمقارنة بين المتوسطات وفقاً لمتغير السن

السن	المتوسطات	العدد	20-17 سنة	23-21 سنة	24 سنة فأكثر
20-17 سنة	64.365	271			
23-21 سنة	66.509	108	*2.144		
24 سنة فأكثر	69.905	21	*5.539	*3.396	
نوع التعليم	المتوسطات	العدد	إعلام	نظم ومعلومات	كليات متنوعة
إعلام	65.220	268			
نظم ومعلومات	68.613	31	*3.393		
كليات متنوعة	64.238	101	0.983	*4.375	

يتضح من جدول (22) ما يأتي:

1- توجد فروق جوهرية ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.05) بين متوسطي استجابات الباحثين للمرحلة العمرية (17 - 20 سنة) والمرحلتين العمريتين (21 - 23 سنة)، (24 سنة فأكثر) في مدى إدراك الشائعات الإلكترونية، وذلك لصالح متوسط استجابات المرحلتين العمريتين (21 - 23 سنة)، (24 سنة فأكثر).

2- توجد فروق جوهرية ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.05) بين متوسطي استجابات الباحثين للمرحلة العمرية (21 - 23 سنة) والفئة العمرية (24 سنة فأكثر)،

في مدى إدراك الشائعات الإلكترونية، وذلك لصالح متوسط استجابات الفئة العمرية (24 سنة فأكثر).

3- توجد فروق جوهرية ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.05) بين متوسطي استجابات المبحوثين طلاب (الإعلام) وطلاب (النظم والمعلومات) في مدى إدراك الشائعات الإلكترونية، وذلك لصالح متوسط استجابات طلاب (النظم والمعلومات)، بينما لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي استجابات المبحوثين طلاب (الإعلام) وطلاب (الكلية المتنوعة).

4- توجد فروق جوهرية ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.05) بين متوسطي استجابات المبحوثين طلاب (النظم والمعلومات) وطلاب (الكلية المتنوعة)، في مدى إدراك الشائعات الإلكترونية، وذلك لصالح متوسط استجابات طلاب (النظم والمعلومات) ومن هذه النتيجة يتضح. ثبوت صحة الفرض الثالث أنه توجد فروق جوهرية ذات دلالة إحصائية بين متوسطي استجابات المبحوثين عينة الدراسة في مدى إدراك الشائعات الإلكترونية والمشاركة السياسية وفقاً لمتغير (النوع - السن - نوع التعليم).

الفرض الرابع: توجد علاقة ارتباطية بين حجم تعرض الشباب للشائعات الإلكترونية على مواقع التواصل الاجتماعي ومدى المشاركة السياسية

حساب معامل الارتباط بين حجم تعرض المبحوثين للشائعات الإلكترونية على مواقع التواصل الاجتماعي ومدى مشاركتهم السياسية

جدول (23)

مستوى الدلالة	معامل الارتباط	مدى المشاركة السياسية		الشائعات الإلكترونية	
		2ع	2م	1ع	1م
0.01	*0.870	0.522	1.9775	8.915	65.235

- يتضح من جدول (30) أنه توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.01) بين متوسطي استجابات المبحوثين عينة الدراسة للشائعات الإلكترونية على مواقع التواصل الاجتماعي ومدى مشاركتهم السياسية ومن هذه النتيجة يتضح ثبوت صحة الفرض الرابع كلياً بوجود علاقة ارتباطية بين حجم تعرض المبحوثين عينة الدراسة للشائعات الإلكترونية ومدى مشاركتهم السياسية،



أي أنه كلما زاد حجم التعرض للشائعات الإلكترونية كلما تأثرت نسبة المشاركة السياسية لديهم.

#### النتائج العامة للدراسة:

- تبين من خلال الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي عامة والفييس بوك خاصة من أكثر الوسائل التي يتعرض لها الشباب وعليه فهُم أكثر الفئات تأثرًا بكل ما يتم عرضه عبر هذه المنصة الإلكترونية من أخبار ومعلومات بصرف النظر عن مدى صحة هذه الأخبار، ويتفق هذا مع دراسة (رمضان، نصر 2019)، دراسة (الشمري، إسماعيل بن صالح 2017)، دراسة (بلوك، يمانج، كراننتون 2016)، دراسة (لي، ليو، فانج، نوريالكش وشاه 2016).
- زيادة اهتمام الشباب بالأخبار السياسية؛ وذلك نتيجة التغيرات التي حدثت منذ أحداث ثورة 2011 وزيادة الرغبة لدى الشباب في التعرف على كل ما يدور حولهم من أخبار وأحداث.
- تبين من خلال الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي توفر مجالًا ديمقراطيًا للشباب يستطيعون من خلاله التعبير بحرية عما يدور بداخلهم، وذلك يتضح من خلال رغبتهم في المشاركة بالتعليقات المتواجدة على الأخبار.
- تبين من خلال الدراسة أن حوالي 48.8% من عينة الدراسة يعتقدون أن الشائعات الإلكترونية والمعلومات مجهولة المصدر المتواجدة على مواقع التواصل الاجتماعي لها تأثير كبير في حجم المشاركة السياسية لدى الشباب.
- تبين من خلال الدراسة حوالي 33.7% من عينة الدراسة يقرأون المنشورات الرئيسية التي يتم بثها عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وعليه يكونون عرضة للشائعات الإلكترونية حول الموضوعات الخاصة بالمشاركة السياسية.
- اعتمدت الدراسة على مجموعة من المتغيرات الوسيطة قد تسهم في زيادة أو تقليل أثر الشائعات الإلكترونية على مواقع التواصل الاجتماعي في المشاركة السياسية للشباب، وتمثلت أهم هذه المتغيرات في النقاش السياسي عبر الإنترنت من خلال إضافة تعليقات أو مشاركة الخبر أو المعلومة مع الآخرين زيادة الاهتمام السياسي من خلال الاطلاع على الأخبار والأحداث السياسية عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي بالإضافة إلى المتغيرات الديموجرافية مثل (السن - النوع - مستوى التعليم).

#### اختبار صحة فروض الدراسة:

- ثبوت صحة الفرض الأول جزئياً: أنه توجد فروق جوهرية ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات استجابات المبحوثين عينة الدراسة في مدى تعرضهم لمواقع التواصل الاجتماعي وفقاً لمتغير (النوع - نوع التعليم)، بينما أنه لا توجد فروق جوهرية ذات دلالة إحصائية بين متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة فيما يتعلق بمدى تعرضهم لمواقع التواصل الاجتماعي وفقاً لمتغير (السن).
- ثبوت صحة الفرض الثاني جزئياً: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات استجابات المبحوثين عينة الدراسة في دوافع التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي وفقاً لمتغير (النوع - نوع التعليم)، بينما توجد فروق جوهرية ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.05) بين متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة فيما يتعلق بدوافع التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي وفقاً لمتغير (السن).
- ثبوت صحة الفرض الثالث كلياً: أنه توجد فروق جوهرية ذات دلالة إحصائية بين متوسطي استجابات المبحوثين عينة الدراسة في مدى إدراك الشائعات الإلكترونية وفقاً لمتغير (النوع - السن - نوع التعليم).
- ثبوت صحة الفرض الرابع كلياً: بوجود علاقة ارتباطية بين حجم تعرض المبحوثين عينة الدراسة للشائعات الإلكترونية ومدى مشاركتهم السياسية، أي أنه كلما زاد حجم التعرض للشائعات الإلكترونية كلما تأثرت نسبة المشاركة السياسية لديهم.

#### توصيات الدراسة:

- يجب على الهيئات الحكومية والمؤسسات الرسمية وغير الرسمية سرعة الإدلاء بالتصريحات الإعلامية؛ منعاً لانتشار الشائعات.
- في حالة انتشار شائعة يجب على الجهات المختصة سرعة نفي هذه الشائعة ونشر المعلومات الصحيحة.
- إنشاء صفحات رسمية للهيئات والجهات الحكومية المختلفة عبر موقع التواصل الاجتماعي؛ حتى تكون نافذة لنشر المعلومات.
- العمل على التواصل المستمر مع مواقع التواصل الاجتماعي للعمل على وضع تبييها خاصة بالأخبار الزائفة؛ حتى لا تتساق الجماهير وراء هذه الشائعات.

- الحد من القيود التي تفرض على تداول المعلومات وإتاحتها بشكل أكبر عبر وسائل الإعلام ومواقع التواصل الاجتماعي مما يؤدي إلى عدم انتشار الشائعات.

## المراجع:

- 1 أبو عيشة، فيصل محمد 2011، الدعاية والإعلام، عمان، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع، ص 201
- 2 تيمونز، ايبي هايت روبرتس (2004) "من الحداثة إلى العولمة، رؤى ووجهات نظر في قضية التطور والتغيير الاجتماعي" ترجمة (سمير الشبكي). القاهرة: عالم المعرفة، ج1، العدد 309. ص 171
- 3 H.P and Marina Soon C.S.(2002) Focus group interview: The internet as political campaign medium. Public Relations Quarterly, 2002 47 (4) pp 36.
- 4 جلال حسن، أشرف 2009، أثر شبكات العلاقات الاجتماعية التفاعلية بالإنترنت ورسائل الفضائيات على العلاقات الاجتماعية والاتصالية للأسرة المصرية والقطرية – دراسة تشخيصية مقارنة على الشباب وأولياء الأمور في ضوء مدخل الإعلام البديل. المؤتمر العلمي الأول وتحديات العصر، فبراير 2009، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- 5 أزروال، يوسف 2010، الإعلام الجديد ودوره في الحراك الديمقراطي العربي: شبكات التواصل الاجتماعي نموذجًا.  
[http://www.bchaib.net/mass/index.php?option=com\\_content&view=article&id=167:](http://www.bchaib.net/mass/index.php?option=com_content&view=article&id=167:)  
integris- &catid- 10:12- 09- 2010 pp49
- 6 عبد الحميد أحمد، محمد (2009) المدونات- الإعلام البديل. القاهرة: عالم الكتب
- 7 R.Hepzibah Gnana Sinthiya and K.Kishore,(2020)" Digital Rumors Among Netizens,Studies in Indian Place Names", (UGC Care Journal) ,vol.40,Issue18.7
- 8 Hunt Allcott,Matthew Gentzkow and Chuan Yu,(2019) "Trends in the diffusion of misinformation on social media ",Research &Politics,Vol.6,No.2.
- 9 رمضان، نصر 2019، الشائعات ونشرها عبر مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي دراسة مقارنة، المؤتمر العلمي السادس: القانون والشائعات، كلية الحقوق، جامعة طنطا، 19- 22 / 4 / 2019
- 10 الشمري، إسماعيل بن مزهر صالح 2017، الإشاعة في الصحافة الإلكترونية العربية وتأثيرها على المجتمع، رسالة دكتوراه، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا.
- 11 غازي، عمر 2017، الشائعات في عصر وسائل التواصل الاجتماعي الواقع وسبل المواجهة، مركز سميت للدراسات
- 5Dayani,R:Chhabra,N:Kadian,T,&Kaushal,R,An Exploration of Twitter Role in rumor Propagation Among Undergraduates Community ,In Proceedings of the 20th international conference on World Wide Web ,2016
- 6 Blosh,F:Demange,G,&Kranton,R 2016,Relationship between Social Undergraduates ,PSE Working Papers,n20

- 7 Vosoughi,S.(2016). Twitter Role In Rumors Propagation Among American Undergraduates:An Exploration ,Phd Thesis ,Massachusetts Institute Of Technology:Massachusetts
- 8 Li,Q.,;Liu,V.;Fang,R.;Nourbakhsh,A.,&Shah,s.(2016).The Role of Media Networks in Rumors Spread and Reflection to Youth's Behavior:A Case Study of Twitter Proceedings of the Tenth International AAI conference on Web and Social Media
- 9 Thoene, W.S.(2015).The Impact of Social media Networking Sites on Rumor Propagation In College Students ,MA Thesis ,Marshall University
- 17 الفتلاوي، حسين سعدي محمد، والتميمي، خلف كريم كيوش 2015، دور مواقع التواصل الاجتماعي في ترتيب أولويات الإصلاح السياسي لدى أساتذة الجامعات " دراسة مسحية على أساتذة جامعة كربلاء، مجلة الباحث العلمي، عدد 30، جامعة كربلاء، العراق، ص 93.
- 18 أمين، جيهان حسن 2014، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي، دراسة حالة على شباب ثورة 25 يناير، رسالة ماجستير غير منشورة، القاهرة، قسم تعليم الكبار، معهد الدراسات التربوية، ص 44.
- 12- Robin Effing ,Jos Van Hillegersberg &TheoHuibers(2013),social media and political participation: are face book twitter&youtube Dermocratizing our political systems ?university of twente,school management, Enschede, The Netherland
- 13 Lucia Vesnic – Alujevic (2012)." Political participation and web 2.0 in Europe:Acase study of Face book "In Public Relaltions Review.In Press
- 14 Meredith Conory,M,.Jessica, T&Guerrero,F(2012):" Face book and Political engagement:A study of online political group membership and offline political engagement "Computers in Human Behavior,In Press ,Corrected Proof
- 15 Baumgartner, J. and Jonathan, M(.2010). My facetube politics: Social networking websites and political engagement of young adults. Social Science Computer Review,28,22
- 16 Boroughs, B. (2010). Social working websites and voter turnout (Unpublished M.P.P.). Georgetown University, Washington, DC., USA
- 17 Budak, A.(2010). Facebook, Twitter, and Barack Obama: New Media and the 2008 Presidential Elections. Retrieved September 16, 2012, from ProQuest Dissertations And Theses. (UMI No. 1474900).

- 18WE,Sara(2009) The internet and Politics: Facebook as A compaing too (M.S. Dissertation),University od Central Messouri,Missori,USA
- 19 Hayers.R. (2009).Providing What they want and need on their oun turf: Social Networking the web and Young voters.APaper Presented at annual of NCA,94th annual convention San Diego ,CA,USA
- 27 عبد القوي، محمود حمدي (2009)، دور الإعلام البديل في تفعيل المشاركة السياسية لدى الشباب- دراسة تطبيقية على الشبكات الاجتماعية الافتراضية. المؤتمر العلمي الدولي الخامس عشر- يوليو 2009، الإعلام والإصلاح الواقع والتحديات، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
21. Van Mierlo ,T. The role of rumors in social networks: Twitter Model. Journal of Medical Internet Research ,16 (2) ,2014,e33
- 29 سامية بادي، المرأة والمشاركة السياسية في الجزائر، رسالة ماجستير غير منشورة، الجزائر، جامعة منتوري قسنطينية، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، 2005، ص 26.
- 23- dictionary cambrifge.org " social media " Retrieved 16 - 12- 202030
- 24 Roger Wimmer and Joseph Dominick(2006) ; ' Research in Media Effects ' , Mass Media Research: An Introduction , 8th Edition ,2006,available at ; [http://www.rogerwimmer.com/mmr/18- Wimmer\\_001- 036\\_online- pdf,on 18/-12/2016 p.13](http://www.rogerwimmer.com/mmr/18- Wimmer_001- 036_online- pdf,on 18/-12/2016 p.13)
- 32 المزاهرة، منال 2012، نظريات الاتصال، عمان، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، ط1، ص171
- 26 Stephaine O'Donohoe(1994):" Advertising Uses and Gratifications " European -Journal of marketing ,Vol. 28 No. 8/9 , ,pp.52
- 27 - Hiremath Veerabasayya Rudrayya.(2013): Uses and Gratifications of Internet among College Students: AStudy in Karnataka State ,Doctoe of Philosophy in Communication and Journalism ,University of Mysore ,Karnataka ,India,p28
- 28 - Pradeep Krishnatray ,& Others(2009): Gratifications from New Media Gender Differences in Internet Use in Cybercafes , Journal of creative Communications ,Vol 4 ,N.1,19- 31, p.20
- 36 شفيق، حسنين2015، الإعلام الجديد والجرائم الإلكترونية، القاهرة، فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع، ص27.
- 37 غسان، خالد 2013، ثورة الشبكات الاجتماعية، الأردن، دار النفائس للنشر، ط1، ص24
- 38 إبراهيم، محمد فتحي 2014، تكنولوجيا شبكات التواصل الاجتماعي، المنوفية، الأمانة للطبع والنشر، ص5.
- 39 أمين، جيهان حسن 2014، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي، دراسة حالة على شباب ثورة 25 يناير، رسالة ماجستير غير منشورة، القاهرة، قسم تعليم الكبار، معهد الدراسات التربوية، ص44.

- 40 عبد الفتاح، علياء سامي 2014، الإنترنت والشباب: دراسة في آليات التفاعل الاجتماعي، القاهرة، دار العالم العربي للنشر والتوزيع، ط3، ص9.
- 41 عبد الفتاح، علياء سامي 2014، مرجع سابق، ص 122
- 42 طربوش، نبهة 2016، الشائعات وأثرها على المجتمع، دار ناشري للنشر الإلكتروني.
- 36 Fisher,A,et al. Hand.(2009) book for family planning operations Research.Cu.Sa:  
The population Council
- 44 بن شديد، متعب 2013، أساليب مواجهة الشائعات تأثير الشائعات على الأمن الوطني، الرياض، جامعة نايف للعلوم والتكنولوجيا، كلية التدريب، ص 40.
- 38Poonen,Bjorn and Poonen ,and C.Kenneth,George Fan(1997); How to Spread  
Rumors fast source ;Mathematics magazine published by; Mathematical  
Association of America ,Vol.70,No.1,Feb.1997,PP40- 42
- 46 خشيم، مصطفى عبد الله 2004، موسوعة علم السياسة، مصراته، الدار الجماهيرية للنشر والتوزيع، ط2، ص419.
- 47 المنوفي، كمال 1997، أصول النظم السياسية المقارنة، الكويت، الريعان للنشر والتوزيع، ص80.
- 48 الشائعات في وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيراتها السلبية Available  
[www.siyassa.org.eg/15187.aspx](http://www.siyassa.org.eg/15187.aspx),2014
- 49 بخوش، إيمان 2013، الشائعات المنتشرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، شبكة الصحفيين الدوليين، ص80.
- 43 Rand,W.,and Rust,R.T.(2013).Agent- Based Modeling in Marketing: Guidelines  
for Rigor," International Journal of Research in Marketing ,pp28
- 44 kofi,R.,&Moreno,C.(2016).Social networks and mass media as mobilizers and  
demobilizers:Astudy of Rumord at a German local election.Electoral studies,pp29
- 52 الحلوة، خالد بن عبد الله 2012، الإعلام الجديد وتأثيراته في تشكيل الرأي العام "بحث في الأطار  
النظري"، بحث مقدم في المنتدى السنوي السادس للجمعية السعودية للإعلام والاتصال "الإعلام  
الجديد..التحديات النظرية والتطبيقية"، الرياض، جامعة الملك سعود، ص 20,21.
- 53 زكي، وليد رشاد 2010، الشبكات الاجتماعية.. محاولة للفهم، بحث منشور بمجلة السياسة الدولية،  
ص50
- 54 الثقافة السياسية 2012، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعميق الوعي السياسي، بحث منشور  
بتاريخ، 4- 3- 2012، ص111
- 55 الخشت، محمد عثمان 2014، الشائعات أسرار التكوين وفنون المواجهة، القاهرة، الهيئة المصرية  
للكتاب، ص65
- 56 الرفاعي، أحمد محمد حسن 2014، العلاقة بين استخدام الشباب المصري لمواقع التواصل الاجتماعي  
واكتسابهم بعض القيم السياسية، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة عين شمس، معهد الدراسات العليا  
للطفولة، ص141

57 حسانين، أسامة محمد عبد الرحمن 2014، دور الفيس بوك في إمداد الشباب الجامعي بالمعلومات حول قضايا الفساد المصري، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة عين شمس، معهد الدراسات العليا للطفولة، ص 220

58 الجندي، سلوى سليمان 2014، دور صفحات الجيش والشرطة في إدارة أزمة ما بعد 30 يونيو 2013، بحث منشور، جامعة الأهرام الكندية، كلية الإعلام.

59 مكاوي، ممدوح 2014، دور البرامج الحوارية بالفضائيات العربية في إمداد الشباب الجامعي المصري بالمعلومات حول أحداث ثورة 25 يناير، بحث منشور بمجلة دراسات الطفولة، جامعة عين شمس، معهد الدراسات العليا للطفولة، العدد 58، المجلد 16، ص 82

60 حامد، إيناس محمود 2012، دور المقال بالمدونات المصرية في تشكيل اتجاهات المراهقين نحو بعض الأزمات الداخلية، بحث منشور بمجلة دراسات الطفولة، جامعة عين شمس، معهد الدراسات العليا للطفولة، العدد 55، المجلد 15، أبريل-يونيو 2012، ص 171.

وقد تم تحكيم استمارة الاستبيان والمقياس الخاص بالدراسة من قبل مجموعة من أساتذة الإعلام وهم:

أ.د / محمد معوض إبراهيم، أستاذ الإعلام بكلية الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس.

أ.د/ اعتماد خلف معبد، أستاذ الإعلام بكلية الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس.

أ.د/ إيناس محمود حامد، أستاذ الإعلام بكلية الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس، وعميد معهد الجزيرة العالي للإعلام وعلوم الاتصال.

أ.د/ صالح العراقي، أستاذ الإعلام بكلية التربية النوعية، جامعة الزقازيق.

أ.د/ محمد غريب، أستاذ الإعلام بكلية الآداب جامعة الزقازيق.

## References

- Abu Eisha, F. ( 2011). aldieayat wal'ielama, eaman, al'urdunu, dar 'Osama llnashr waltawzie, 201
- Badi, S. (2005). almar'at walmusharakat alsiyasiat fi aljazayar, risalat majistir ghayr manshuratin, aljazayar, jamieat minturi qustantiniatun, kulyiat Aleulum Al'iinsaniat waleulum aliajtimaeiati, 26.
- dictionary cambrifge.org " social media " Retrieved 16 - 12- 202060
- H.P and Marina Soon C.S.(2002) Focus group interview: The internet as political campaign medium. Public Relations Quarterly, 2002 47 (4) pp 36.
- Hiremath Veerabasayya Rudrayya.(2013): Uses and Gratifications of Internet among College Students: AStudy in Karnataka State ,Doctoe of Philosophy in Communication and Journalism ,University of Mysore ,Karnataka ,India,p28
- kofi,R.,&Moreno,C.(2016).Social networks and mass media as mobilizers and demobilizers:Astudy of Rumord at a German local election.Electoral studies,pp29
- [online@www.siyassa.org.eg/15187.aspx](http://www.siyassa.org.eg/15187.aspx),2014
- Pradeep Krishnatray ,& Others(2009): Gratifications from New Media Gender Differences in Internet Use in Cybercafes , Journal of creative Communications ,Vol 4 ,N.1,19- 31, p.20
- R.HepzibahGnana Sinthiya and K.Kishore,(2020)" Digital Rumors Among Netizens,Studies in Indian Place Names", (UGC Care Journal) ,vol.40,Issue18.60
- Robin Effing ,Jos Van Hillegersberg &TheoHuibers(2013),social media and political participation: are face book twitter&youtube Dermocratizing our political systems ?university of twente,school management, Enschede, The Netherland
- Van Mierlo ,T. The role of rumors in social networks: Twitter Model. Journal of Medical Internet Research ,16 (2) ,2014,e33 60 .  
[http://www.bchaib.net/mass/index.php?option=com\\_content&view=article&id=167:integris- &catid= 10:12- 09- 2010](http://www.bchaib.net/mass/index.php?option=com_content&view=article&id=167:integris- &catid= 10:12- 09- 2010) pp49
- Abd Alhamid, M. (2009) almudawinatu- al'ielam albadili. Alqahira: Alam Alkutub
- Abdel-Fattah, A, (2014). al'iintirnit walshabab: dirasat fi aliat altafaeul aliajtimaeii, Alqahira, dar alealam alearabii llnashr waltawziei, ta3, 9.
- Abdul Qawi, M. (2009), dawr al'ielam albadil fi tafeil almusharakat alsiyasiat ladaa alshababi- dirasat tatbiquat ealaa alshabakat aliajtimaeiat alaiftirradiati. almutamar aleilmiu alduwaliu alkhams eashra- yuliu 2009, al'ielam wal'iislah alwaqie waltahadiyat, kulyiat Al'ielami, jamieat Alqahira.
- Al-Fatlawi, H., Al-Tamimi, Khalaf. (2015). dawr mawaqie altawasul aliajtimaeii fi tartib 'awlawiaat al'iislah alsiyasii ladaa 'asatidhat aljamieati" dirasatan mushiatan



- ealaa 'asatidhat jamieat karbala', majalat albahith Aleilmii, jamieat karbala', Aleiraq, 30, 93.
- Al-Helweh, K. (2012). al'ielam aljadid watathiratuh fi tashkil alraay aleami "bhath fi al'atar alnazarii", bahath muqadam fi almuntaadaa alsanawii alsaadis liljameiat alsaeudiat lil'ielam walaitisali" al'ielam aljadid..altahadiyat alnazariat waltatbiqia ", Alriyad, jamieat Almalik Saeud, 20-21.
- Al-Khasht, M. (2014). alshaayieat 'asrar altakwin wafunun almuajahat, Alqahira, Alhayya Almisria lilkitabi, 65
- Al-Mazahra, Manal. 2012, nazariaat aliatisali, Aman, dar almasirat lilynashr waltawzie waltibaeati, ta1, 171
- Al-Menoufi, K. (1997). 'usul alnuzum alsiyasiat almuqaranata, Alkuayt, Alrayean lilynashr waltawziei, 80.
- Al-Rifai, A. (201). alealaqat bayn aistikhdam alshabab almisrii limawaqie altawasul alaijtimaeii waiktisabihim baed alqiam alsiyasiati, risalat dukturah ghayr manshuratin, jamieat eayn shams, maehad aldirasat aleulya liltufulati, 141
- Al-Shammari, I. (2017). al'iishaeat fi alsahafat al'iiliktruniat alearabiat watathiruha ala almujtamae, risalat dukturah, jamieat alsuwdan lileulum waltiknuluja.
- Althaqafa Alsiyasia (2012). dawr mawaqie altawasul alaijtimaeii fi taemiy alwaey alsiyasii, 111
- Amin, J. (2014). dawr shabakat altawasul alaijtimaeii fi tanmiat alwaey alsiyasii, dirasat halatan ealaa shabab thawrat 25 yanayir, risalat majistir ghayr manshuratin, alqahirat, qism taelim alkabari, maehad aldirasat Altarbawia, 44.
- Amin, J. (2014). dawr shabakat altawasul alaijtimaeii fi tanmiat alwaey alsiyasii, dirasat halatan ealaa shabab thawrat 25 yanayir, risalat majistir ghayr manshuratin, Alqahira, qism taelim alkebar, maehad aldirasat altarbawiata, 44.
- Bakhush, I. (2013). alshaayieat almuntaashirat eabr mawaqie altawasul alaijtimaeii, shabakat alsahafiiyn Alduwaliinyi, sa80.
- Baumgartner, J. and Jonathan, M(.2010). My facetube politics: Social networking websites and political engagement of young adults. Social Science Computer Review,28,22
- Bin Shadid, M. (2013). 'asalib muajahat alshaayieat tathir alshaayieat ealaa al'amn alwatanii, Alrayad, jamieat Nayif lileulum waltiknuluja, kuliyat Altadrib, 40.
- Blosch,F:Demange,G,&Kranton,R 2016,Relationship between Social Undergraduates ,PSE Working Papers,n20
- Boroughs, B. (2010). Social working websites and voter turnout (Unpublished M.P.P.). Georgetown University, Washington, DC., USA

- Budak, A.(2010). Facebook, Twitter, and Barack Obama: New Media and the 2008 Presidential Elections. Retrieved September 16, 2012, from ProQuest Dissertations And Theses. (UMI No. 1474900).
- Dayani,R:Chhabra,N:Kadian,T,&Kaushal,R,An Exploration of Twitter Role in rumor Propagation Among Undergraduates Community ,In Proceedings of the 20th international conference on World Wide Web ,2016
- El-Gendy, S. (2014). dawr safahat aljaysh walshurtat fi 'iidarat 'azmat ma baed 30 yuniu 2013, bahath manshur, jamieat al'ahram alkanadiati, kuliyat Al'ielam.
- Fisher,A,et al. Hand.(2009) book for family planning operations Research.Cu.Sa: The population Council
- Galal, A. (2009). 'athar shabakat alealaqat alaijtimaeiat altafaeuliat bial'iintirnit warasayil alfadayiyaat ealaa alealaqat alaijtimaeiat walaitisaliat lil'usrat almisriat walqatariat - dirasat tashkhisiat muqaranatan ealaa alshabab wa'awlia' al'umur fi daw' madkhal al'ielam albadil. almutamar aleilmia al'awal watahadiyat aleasra, fibrayir 2009, kuliyat Al'ielam, jamieat Alqahira.
- Ghasan, K. (2013). thawrat alshabakat aliajtimaeiati, Al'urdun, dar alnafayis lilmashri, ta1, 24
- Ghazi, O. (2017). alshaayieat fi easr wasayil altawasul aliajtimaeii alwaqie wasubul almuajahati, markaz Samt lildirasat
- Hamed, E. (2012). dawr almaqal bialmudawanat Almisria fi tashkil aitijahat almurahiqin nahw baed al'azamat aldaakhiliati, bahath manshur bimajalat dirasat altufulati, jamieat Eayn shams, maehad aldirasat aleulya liltufulati, 55(15), 171.
- Hassanein, O. (201). dawr alfis buk fi 'iimdad alshabab aljamieii bialmaelumat hawl qadaya alfasad almisrii, risalat duktuah ghayr manshurtin, jamieat Eayn shams, maehad aldirasat aleulya liltufulati, 220
- Hayers.R. (2009).Providing What they want and need on their own turf: Social Networking the web and Young voters.APaper Presented at annual of NCA,94th annual convention San Diego ,CA,USA
- Hunt Allcott,Matthew Gentzkow and Chuan Yu,(2019) "Trends in the diffusion of misinformation on social media ",Research &Politics,Vol.6,No.2.
- Ibrahim, M. (201). tiknuluja shabakat altawasul aliajtimaeii, Almunufia, Al'amanat liltabe walnashri, 5.
- Khushaim, M. (2004). mawsueat eilm alsiyasati, misratihi, aldaar Aljamahiriati lilmashr waltawziei, ta2, 419.

- Li,Q.,;Liu,V.;Fang,R.;Nourbakhsh,A.,&Shah,s.(2016).The Role of Media Networks in Rumors Spread and Reflection to Youth's Behavior:A Case Study of Twitter Proceedings of the Tenth International AAAI conference on Web and Social Media
- Lucia Vesnic – Alujevic (2012)." Political participation and web 2.0 in Europe:Acase study of Face book "In Public Relaltions Review.In Press
- Makkawi, M. (2014). dawr al baramij alhawariat bialfadayiyat alearabiat fi 'iimdad alshabab aljamieii almisrii bialmaelumat hawl 'ahdath thawrat 25 yanayir, bahath manshur bimajalat dirasat altufulati, jamieat Eayn shams, Mahad aldirasat aleulya liltufulati, 58(16), 82
- Meredith Conory,M.,Jessica, T&Guerrero,F(2012):" Face book and Political engagement:A study of online political group membership and offline political engagement "Computers in Human Behavior,In Press ,Corrected Proof
- Poonen,Bjorn and Poonen ,and C.Kenneth,George Fan(1997); How to Spread Rumors fast source ;Mathematics magazine published by; Mathematical Association of America ,Vol.70,No.1,Feb.1997,PP40- 42
- Ramadan, N. (201). alshaayieat wanasharaha eabr mawaqie washabakat altawasul alaijtimaeii dirasat muqaranati, almutamar aleilmii alsaadisi: Alqanun walshaayieati, kuliyyat Alhuquq, jamieat Tanta,
- Rand,W.,and Rust,R.T.(2013).Agent- Based Modeling in Marketing: Guidelines for Rigor," International Journal of Research in Marketing ,pp28
- Roger Wimmer and Joseph Dominick(2006) ; ' Research in Media Effects ', Mass Media Research: An Introduction , 8th Edition ,2006,available at ; [http://www.rogerwimmer.com/mmr/18- Wimmer\\_001- 036\\_online- pdf](http://www.rogerwimmer.com/mmr/18-Wimmer_001-036_online-pdf),on 18/12/2016 p.13 -
- Shafiq, H. (2015). al'iielam aljadid waljarayim al'iiliktiruniatu, Alqahira, fakir wafanun liltibaeat walnashr waltawziei, sa27.
- Stephaine O'Donohoe(1994):" Advertising Uses and Gratifications " European Journal of marketing ,Vol. 28 No. 8/9 , ,pp.52 -
- Tarboush, N. (2016). alshaayieat wa'atharuha ealaa almujtamaei, dar Nashiri lilmashr Al'iilikturuni.
- Thoene, W.S.(2015).The Impact of Social media Networking Sites on Rumor Propagation In College Students ,MA Thesis ,Marshall University
- Timmons, A. (2004) "man alhadathat 'iilaa aleawlamati, ruan wawijuhath nazar fi qadiat altatawuriwaltaghyiralaijtimaeii" tarjama (Smir Alshabaki). alqahiratu: ealam Almaerifa, 309(1), 171

- Vosoughi,S.(2016). Twitter Role In Rumors Propagation Among American Undergraduates:An Exploration ,Phd Thesis ,Massachusetts Institute Of Technology:Massachusetts
- WE,Sara(2009) The internet and Politics: Facebook as A compaing too (M.S. Dissertation),University od Central Messouri,Missori,USA
- Zaki, W. (2010). alshabakat aliajtimaeiatu.. muhawalat lilfahima, bahath manshur bimajalat Alsiyasat Alduwaliati, 50

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

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

---

## Chairman: Prof. Mohamed Elmahrasawyd

President of Al-Azhar University

---

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

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

---

## Assistants Editor in Chief:

### Prof. Arafa Amer

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

### Prof. Fahd Al-Askar

- Vice-President of Imam Muhammad bin Saud University for Graduate Studies and Scientific Research (Kingdom of Saudi Arabia)

### Prof. Abdullah Al-Kindi

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

### Prof. Jalaluddin Sheikh Ziyada

- Dean of the Faculty of Mass Communication, Islamic University of Omdurman (Sudan)

---

## Managing Editor: Dr. Mohamed Fouad El Dahrawy

Lecturer at Public Relations and Advertising Department, 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. Ramy Gamal:** Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

---

Arabic Language Editor : Omar Ghonem: Assistant Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Designed by: Mohammed Kamel - Assistant Lecturer at 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](mailto:mediajournal2020@azhar.edu.eg)

● Issue 58 July 2021 - part 2

● 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.