مجلة البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر/كلية الإعلام

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

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

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

مساعدو رئيس التحرير:

- أ. د / محمود عبدالعاطي - الأستاذ بقسم الإذاعة والتليفزيون بالكلية
- أ. د / فهد العسكر - أستاذ الإعلام بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية (المملكة العربية السعودية)
- أ. د / عبد الله الكندي - أستاذ الصحافة بجامعة السلطان قابوس (سلطنة عمان)
- أ. د / جلال الدين الشيخ زيادة - أستاذ الإعلام بالجامعة الإسلامية بأم درمان (جمهورية السودان)

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

سكرتيرو التحرير:

د / إبراهيم بسيونى - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

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

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

د / محمد كامل - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

التدقيق اللغوي:

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

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

المراسلات:

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

- (عدد خاص) العدد الثامن والستون - الجزء الأول- ربيع الأول ١٤٤٥هـ - أكتوبر ٢٠٢٣ م
- رقم الإيداع بدار الكتب المصرية: ٦٥٥٥
- الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية: ٢٦٨٢ - ٢٩٢ x
- الترقيم الدولي للنسخة الورقية: ٩٢٩٧ - ١١١٠

الهيئة الاستشارية للمجلة

١. أ.د/ على عجوة (مصر)

أستاذ العلاقات العامة وعميد كلية الإعلام الأسبق بجامعة القاهرة.

٢. أ.د/ محمد معوض. (مصر)

أستاذ الإذاعة والتليفزيون بجامعة عين شمس.

٣. أ.د/ حسين أمين (مصر)

أستاذ الصحافة والإعلام بالجامعة الأمريكية بالقاهرة.

٤. أ.د/ جمال النجار (مصر)

أستاذ الصحافة بجامعة الأزهر.

٥. أ.د/ مي العبدالله (لبنان)

أستاذ الإعلام بالجامعة اللبنانية، بيروت.

٦. أ.د/ وديع العزعزي (اليمن)

أستاذ الإذاعة والتليفزيون بجامعة أم القرى، مكة المكرمة.

٧. أ.د/ العربي بوعمامة (الجزائر)

أستاذ الإعلام بجامعة عبد الحميد بن باديس بمستغانم، الجزائر.

٨. أ.د/ سامي الشريف (مصر)

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

٩. أ.د/ خالد صلاح الدين (مصر)

أستاذ الإذاعة والتليفزيون بكلية الإعلام -جامعة القاهرة.

١٠. أ.د/ رزق سعد (مصر)

أستاذ العلاقات العامة - جامعة مصر الدولية.

قواعد النشر

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

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

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

محتويات العدد

الكلمات الافتتاحية للمؤتمر ٥

التأثيرات الوجدانية والسلوكية لتعرض الشباب لصور أزمة تغير المناخ العالمية وعلاقتها بسماتهم الشخصية- دراسة شبه تجريبية ١٣
أ.م.د رحاب محمد أنور

اتجاهات النخبة نحو تغطية وسائل الإعلام التقليدية والرقمية للقضايا المناخية «COP27» نموذجًا ١١١
أ.م.د/ أماني محمد السيد

خطاب المواقع الإخبارية الدولية الموجهة حول أزمة الطاقة في أوروبا - دراسة تحليلية ١٧٥
د/ أسماء أمين علي

الأطر المُصوَّرة والنصية لزيارة الرئيس الأمريكي إلى العالم العربي - دراسة تحليلية ٢٧٣
د/ شفق أحمد علي

التماس الجمهور للمعلومات الصحية عبر تطبيق الإنستجرام- دراسة تحليلية وميدانية ٣٥١
د/ مرام أحمد محمد عبد النبي

اضطراب المعلومات الاقتصادية عبر المنصات الاجتماعية الرقمية وعلاقته بالسلم المجتمعي من وجهة نظر عينة من الجمهور المصري: دراسة ميدانية في إطار نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام ٤١٣
د/ أماني حمدي

- معالجة مواقع الصحف الروسية للحرب الروسية الأوكرانية واتجاهات الجالية المصرية في روسيا نحوها «دراسة تحليلية ميدانية» ٤٥١
  د/ شاهندة عاطف عبد السلام

- استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في إدارة أزمة فيروس كورونا المستجد «دراسة مسحية كيفية» ٥١٧
  د/ سالمة أحمد محمود شرف

- مدركات واتجاهات مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي نحو توظيف الميمز في أزمة ارتفاع الأسعار ٥٦١
  د/ محمد محب

- التنوع في عناصر ومحتوى الصورة الإعلامية كمحدد لانتقال أجندة الصور بين مواقع الصحف العربية والدولية- بالتطبيق على قضية مقتل الجنرال الإيراني سليماني ٦١١
  د. شيماء حسن، أ. مارينا نوناي، أ. محمد راجح، أ. آية حجاج، أ. ياسمين توفيق

- تأثير الهالة البيئية المحيطة بالدولة المصرية على النوايا السلوكية الخضراء للمواطنين للتكيف مع التغيرات المناخية ٧٠١
  د/ مايسة حمدي زكي شلبي مجاهد

الكلمات الافتتاحية للمؤتمر

كلمة الأستاذ الدكتور/ رضا عبدالواجد أمين

عميد كلية الإعلام، جامعة الأزهر

بسم الله الرحمن الرحيم

(ربنا عليك توكلنا وإليك أنبنا وإليك المصير)

فضيلة الأستاذ الدكتور محمد عبد الرحمن الضويني وكيل الأزهر الشريف حفظه الله ورعاه

فضيلة الأستاذ الدكتور سلامة داود رئيس جامعة الأزهر سدده الله

معالي الأستاذ الدكتور محمود صديق نائب رئيس جامعة الأزهر للدراسات العليا والبحوث

فضيلة الأستاذ الدكتور نظير عياد الأمين العام لمجمع البحوث الإسلامية ..

فضيلة الأستاذ الدكتور حسن الصغير أمين عام هيئة كبار العلماء ..

أصحاب الفضيلة والسعادة نواب رئيس الجامعة ، السادة العمداء والوكلاء الموقرين ، السادة الإعلاميين ، والباحثين ، وأبناءنا الطلبة والطالبات

الحضور الكرام

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

ونرحب بحضراتكم جميعا في رحاب الأزهر الشريف قلعة الوسطية وكعبة العلم والعلماء ، التي تقوم رسالته على نشر العلوم والمعارف إلى العالم كله من خلال المنهج الوسطي المستنير ، ونسأل الله تعالى أن يوفق قادته وعلماءه ورموزه لكل خير ورفعة

وإن كلية الإعلام جامعة الأزهر لتتهز هذه الفرصة المباركة لتقدم خالص الشكر والتحية والتقدير لفضيلة الإمام الأكبر الأستاذ الدكتور أحمد الطيب شيخ الأزهر الشريف لتفضله برعاية المؤتمر الدولي الخامس للكلية ، ونسأل الله أن يوفقه ويسدد خطاه .

كما تتقدم الكلية بأسمى عبارات الشكر والتقدير لفضيلة الأستاذ الدكتور محمد عبد الرحمن الضويني وكيل الأزهر الشريف على كل الدعم والمساندة والجهود الحثيثة التي يقوم بها فضيلته من أجل رفعة هذه المؤسسة الغراء

والشكر موصول لفضيلة الأستاذ الدكتور سلامة داود رئيس الجامعة ومعالي السادة النواب الأفاضل ، ونسأل الله أن يبارك جهودهم لرفعة شأن الجامعة وتحقيق رسالتها العالمية لتظل منارة للعلم والمعرفة ومركز إشعاع ثقافي وتوعوي في كافة المجالات .

الضيوف الكرام ..

إن العالم الآن يمر بعدد من الأزمات الكبرى ، أزمات صحية واقتصادية ، ودولية ،وغيرها ، ومن شأنها أن تلقي بظلالها على كل البلدان والمجتمعات ، لأن العالم الآن - وأكثر من أي وقت مضى - أشبه بالقرية الصغيرة على حد وصف عالم الاتصال الكندي مارشال ماكلوهان في القرن الماضي - وهو ما يتطلب أن تتضافر الجهود ، وأن تقوم المؤسسات العلمية والأكاديمية بإخضاع هذه الأزمات للدراسة والتحليل ، ومحاولة تقديم الحلول العلمية التي تجعلها تمر بسلام أو على الأقل تخفف من وطأتها على الأفراد والشعوب .

وتقوم وسائل الإعلام بدورها المهم في تناول ومعالجة هذه الأزمات وتناقل الأخبار والتقارير والتحليلات الإعلامية المرتبطة بها ، خاصة وسائل الإعلام الرقمية التي أضحت اللاعب الأكبر والأكثر تأثيرا الآن في مجال الإعلام بحكم عدد مستخدميها ، الذي تشير الإحصاءات الرسمية إلى أن ٥,١٦ مليار نسمة حول العالم يستخدمون الإنترنت وشبكات التواصل الاجتماعي من إجمالي ٨ مليار نسمة هم عدد سكان العالم الذين يتقاسمون الحياة على ظهر كوكب الأرض ، أي أن ما يزيد عن ٦٤٪ من سكان المعمورة يستخدمون وسائل ومنصات الإعلام الرقمي الذي مكن الجميع من صناعة وإنتاج المحتوى وبثه إلى العالم بتكلفة زهيدة أو بدون تكلفة .

وتزداد أهمية وسائل الإعلام وبخاصة الإعلام الرقمي في أوقات الأزمات ، إذ بإمكانها أن تقدم المعلومات والحقائق الدقيقة بما يسهم في رفع الوعي في التعامل مع الأزمة ، وكذلك بإمكانها أن تعمل على تشتيت الرأي العام ، وإثارة البلبلة في المجتمع إذا ما تم استغلالها في نشر الأخبار الزائفة والمعلومات المغلوطة ، والشائعات المغرضة ، لذا صارت عملية إدارة الأزمات إعلاميًا تخصصًا علميًا له قواعده ونظرياته وأسسه وآلياته واستراتيجيته، تهتم به المؤسسات التعليمية الأكاديمية والبحثية والمؤسسات الإعلامية والسياسية والدبلوماسية، كما حظى إعلام الأزمات باهتمام القيادة العليا فى أغلب دول العالم .

بالإضافة إلى ذلك فإن الممارسات الإعلامية التي تقوم بها وتتيحها وسائل الإعلام الرقمي تجاه الأزمات صنعت بدورها أزمات جديدة تتعلق بصناعة الإعلام ذاتها، فعدم التقيد بمواثيق الشرف والالتزام بالمعايير الأخلاقية والمهنية لهذه الممارسات أدى إلى نتائج سلبية قد تؤدي دورًا في إشعال الأزمات أكثر من دورها في إدارة عمليات اتصالات هذه الأزمات، مثل تزييف الحقائق، وإطلاق الشائعات، والترويج للأفكار الهدامة، وغيرها من الممارسات السلبية، كما أصبحت صناعة الإعلام التقليدي - لاسيما المطبوع- تعاني أكثر من ذي قبل في ظل الأزمات الأخيرة، حيث زاد معدل نزيف الإعلام المطبوع ، متأثرًا بارتفاع أسعار الطباعة والأحبار والورق، وأصبح الإعلام الرقمي هو طوق النجاة الذي يعول عليه في انتشال صناعة الإعلام ككل من الغرق في طوفان الحروب والأزمات.

من هذا المنطلق، واستشعارًا لدورنا العلمي والأكاديمي والوطني في تناول ومناقشة القضايا التي تمس عالمنا العربي، وإسهامًا منا في محاولة وضع حلول وأطروحات لمعالجة الأزمات الحالية، بما فيها الأزمة التي تواجه صناعة الإعلام ذاتها، يسعى المؤتمر الدولي الخامس لكلية الإعلام بجامعة الأزهر الشريف بعنوان «الإعلام الرقمي وإدارة الأزمات» إلى تناول ومناقشة قضايا الإعلام الرقمي ودوره في إدارة الأزمات الحالية.

الحضور الكرام .. إنني في ختام كلمتي هذه .. لا يسعني إلا أن أتقدم إليكم مجددا بخالص الشكر والتقدير على مشاركتكم الكريمة ، متمنيا لفعاليات المؤتمر كل التوفيق والنجاح ، ومثنيا على الجهود الكبيرة التي قام ويقوم بها أساتذة ومنسوبو كلية الإعلام من أعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم والهيئة الإدارية ، للإعداد لهذا المؤتمر من خلال اللجان المختلفة ، حتى يخرج بالشكل الذي يليق بكلية الإعلام الواعدة التي استطاعت رغم حداثتها إثبات مكانتها المميزة في الأوساط العلمية والأكاديمية ، وإنما التوفيق والعون من الله وحده

(وما توفيقي إلا بالله عليه توكلت وإليه أنيب)

والسلام عليكم ورحمة الله وبركاته.

كلمة فضيلة الأستاذ الدكتور/ سلامة داود

رئيس جامعة الأزهر

إن مؤتمر كلية الإعلام، يؤدي حق فريضة الوقت، ولكل وقت فريضة، لأنه يعطي دليلًا قاطعًا وبرهانًا ساطعًا سطوع نور الشمس على أن الأزهر الشريف لا يغمض عينيه عن الواقع العالمي ومشاغله ومشاكله وآماله وآلامه وإيجابياته وسلبياته، فليس العالم من يعيش في برج عاجي معصوب العينين عن هموم الأمة والعالم ، بل العالم من تكون له رؤية وبصيرة يقدمها للناس لعلاج النوازل والأزمات وطوارق الليل والنهار ، وما أكثرها في زماننا وما أكثر ما تلتبس فيها الرؤية التي تنفذ إلى جوهرها وتطب لدائها إلا على خواص الخواص من أهل العلم والبصيرة؛ فليس كل عالم قادرا على الغوص في هذه الأعماق والأغوار ليقول كلمة الفصل.

ولقد تصفحت عناوين البحوث المقدمة في هذا المؤتمر فرأيت لزامًا علي أن أنوه بما تقوم به من أداء فريضة الوقت في رصد أمين لموقف وسائل الإعلام المرئية والمسموعة وكذا ما سميت تجاوزا «وسائلَ التواصل الاجتماعي» من إدارة هذه الأزمات المحلية والعالمية التي يعيشها العالم الآن كل لحظة من أزمات اقتصادية وغَلاء في الأسعار، وأثر ذلك على المجتمع وقضايا الأمن الغذائي في مصر وحروب الغذاء والدواء والحرب الضروس بين روسيا وأوكرانيا والحروب المأسوية في سوريا والعراق واليمن وليبيا وأخيرا وليس آخرا الحرب في السودان الشقيق على البوابة الجنوبية لحدودنا.

وادعوا الله تعالى أن يعلو صوت العقل والفلاح على صوت المدفع والسلاح، فكل هذه الحروب وغيرها مما يقرع سمع العالم كل لحظة تقول إن الضمير الإنساني الحر وما تغنت به الحضارة الحديثة من العدالة الإنسانية والسلام العالمي ومنظمات حقوق الإنسان لا تزال تتعثر في خطاها ورؤاها ولا تزال الأمم القوية الغنية التي تملك الكلمة والسلاح تستأسد على

الأمم الضعيفة الفقيرة التي تستهلك الكلمة وتستهلك السلاح، كما تعالج البحوث أزمة تغير المناخ وتدرس الحلول المطروحة للخروج منها بصور من العلاج من أهمها البعد عن التلوث والعودة إلى الطبيعة الخضراء وأن يكف الإنسان يده عن إفساد الطبيعة فإن هذا الإفساد من الفتن العامة الطامة التي قال الله تعالى عنها « وَاتَّقُوا فِتْنَةً لَا تُصِيبَنَّ الَّذِينَ ظَلَمُوا مِنْكُمْ خَاصَّةً وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ» (الأنفال: ٢٥).

ومن أهم الأزمات التي تعالجها بحوث المؤتمر أزمة الإدمان الإلكتروني وتعزيز الوعي بمخاطره فإنه لا يقل خطورة في تدمير الأجيال عن إدمان المخدرات، وكم تضيع فيه من الأوقات والأعمار التي إذا ستغبت في العمل الجاد المثمر لعادت بالنفع والخير على العباد والبلاد، وكم تذهب فيه من مقل العيون وراحة البال وجموم الخاطر، فضلًا عما يجره هذا الإدمان في بعض هاتيك المواقع المشبوهة التي تشيع الفواحش في المجتمع من جرائم وموبقاتٍ مهلكات ، كما عالجت بعض بحوث هذا المؤتمر الأزمات الصحية من أورام الفم وجدري القرود وأزمة جائحة كورونا التي اجتاحت العالم وهي طاعون هذا العصر الحديث الذي قضى بسببه الملايين من البشر.

واؤكد أن على وسائل الإعلام أن تلزم الصدق وأن تنأى عن الإفراط والتفريط وعن التهويل والتهوين، وأن يعلم كل كاتب وناطق أنه مسئول، وأنه أسير الكلمة التي تصدر منه، وأن الكلمة مشتقة من الكلم وهو الجرح.

ولذا فإن بحوث المؤتمر تقدم صُورةً صادقةً لِتَنَوُّعِ الأفكارِ والفُهُوم ، هي صورةٌ من واقِعِنا العلميِّ والثقافيِّ الرَّحِيب ، الذي تتنوع فيه المناهجُ والأفكار ، وتختلف فيه الرُّؤَى ، كالزَّرْعِ يُسْقَى بماءٍ واحدٍ وتَخْتَلِفُ الثِّمارُ والطُّعُومُ ، قال الله جَلَّ وعَلا : « وَفِي الْأَرْضِ قِطَعٌ مُتَجَاوِرَاتٌ وَجَنَّاتٌ مِّنْ أَعْنَابٍ وَزَرْعٌ وَنَخِيلٌ صِنْوَانٌ وَغَيْرُ صِنْوَانٍ يُسْقَى بِمَاءٍ وَاحِدٍ وَنُفَضِّلُ بَعْضَهَا عَلَى بَعْضٍ فِي الْأُكُلِ إِنَّ فِي ذَٰلِكَ لَآيَاتٍ لِّقَوْمٍ يَعْقِلُونَ».

وإن مِنْ شأنِ الاختلاف والتنوع في الأفكار والمناهج والثقافات أن يُثْرِيَ الحياةَ العلميةَ والفكريةَ في الأمة ؛ وأن يجعلَها صاحبةَ « اليَدِ العُلْيَا « في الحركة العلمية في العالم ، وقد قال

نبيُّنا الكريمُ صلى الله عليه وسلم : « الْيَدُ الْعُلْيَا خَيْرٌ مِنَ الْيَدِ السُّفْلَى»، وقد قصرنا فقه اليد العليا واليد السفلى على اليَدِ التي تُعْطِي المالَ والصَّدَقَةَ، واليَدِ التي تأخذ المال والصَّدَقَة ؛ لِوُرُودِ الحديث في سياق الحَثِّ على الصَّدَقَةِ والإنفاق ، ومِنَ البِرِّ بفِقْهِ كلامِه صلَّى الله عليه وسلَّمَ أن نَحْمِلَهُ أيضًا على كُلِّ يَدٍ عُلْيَا وكُلِّ يَدٍ سُفْلَى في جميع مجالات الحياة ؛ فاليَدُ العُليا في العلمِ خيرٌ من اليَدِ السُّفْلَى ، واليَدُ العليا في العلم هي اليد التي تبتكر وتُضِيفُ وتُجَدِّدُ وتَصِلُ كُلَّ يَومٍ إلى جَديدٍ لم تَصِلْ إليه في اليَومِ الذي قَبْلَه، هذه اليَدُ خَيرٌ من اليَدِ التي تَتَسَوَّلُ المعرفةَ وتَعِيشُ عالةً على فكر غيرِها من الأمم التي تُنْتِجُ العلم، اليد العليا هي يَدُ الأممِ التي تُنْتِجُ المعرفة، واليد السفلى هي يد الأمم المغلوبة التي تستورد المعرفة وهي متكئة على أريكتها، كما تستورد لقمة الخبز، وكما تستورد طعامَها وشرابَها وكساءَها ودواءَها وسلاحَها، وهكذا نفهم اليد العليا في الطب والزراعة والصناعة والتجارة وكل شأن من شئون الحياة، فالأمم المتقدمة الغالبة في أي شأن من شئون الحياة.

كلمة فضيلة الأستاذ الدكتور محمد عبد الرحمن الضويني

وكيل الأزهر حفظه الله ورعاه

إن كلية الإعلام تواكب ما يجري على الساحة العالمية من قضايا وتعكس وعي وإدراك رجال الأزهر لقضايا أمتهم، مما يعكس وعي وإدراك رجال الأزهر لقضايا الأمة حامِلين همومها في ظل الفوضى التي يشهدها العالم المعاصر، مضيفًا أن الإعلام هو الوسيلة التي تنقل حياة الناس السياسية والاقتصادية والاجتماعية وغيرها، ومنها الأزمات التي تهددهم سواء أكانت صحية أم عقدية، ومن ثم مواجهتها وتفادي أخطارها.

إن الإسلام وضع منهجًا ومبادئ لحل الأزمات، فقال تعالى في القرآن الكريم :»ونزلنا عليك تبيانًا لكل شيئ»، وهذه المبادئ تحمي الجميع من الأخطار دون تفرقة بين أبناء الوطن أيًا ما كان دينه أو عقيدته، وأن وسائل الإعلام في مجتمعنا الإسلامي عليها أن تتصدى للأفكار والمؤامرات التي تحاول النيل من قيمنا وأخلاقنا إسهامًا منها في تماسك الأمة والحفاظ على هويتها، لافتًا إلى أن التطورات التكنولوجية في وسائل الإعلام الرقمي أحدثت نقلة في عالم الاتصال، أدت إلى تغيير جذري في استقبال المعلومات، لاغيةً الحدود الزمانية وفاتحة المجال لحرية التعبير ومانعةً من احتكار المعلومات.

كما أن وسائل الإعلام تلعب دورًا مهمًا في تشكيل القيم أو تغييرها لاسيما مع انتشار وتعدد تطبيقات وأساليب الإعلام الاجتماعي، كما أتاحت مناقشة كافة القضايا، حيث صارت وسيلة جديدة في خلق الرأي العام وتغير نمط المعيشة والسلوك وطرف التفكير والحوار، وأن الإعلام الرقمي بمختلف وسائله يلعب دورًا مهمًا في وقت الأزمات، حيث يستطيع الإعلام معالجة الأزمة بصورة موضوعية سعيًا إلى تجاوزها في أقرب وقت، وعلى النقيض يمكن أن يزيد من التوتر والاحتقان بين أطراف الأزمة، مضيفًا أن هناك علاقة بين الإعلام والأزمة، حيث تؤدي الأزمة إلى مزيد من الأدوار والوظائف المنوطة بالإعلام من توضيح للحقائق ونفي للشائعات وإمداد الجمهور بالمعلومات التي تزداد درجة اعتمادهم عليها وقت الأزمات.

اضطراب المعلومات الاقتصادية عبر المنصات الاجتماعية الرقمية وعلاقته بالسلم المجتمعي من وجهة نظر عينة من الجمهور المصري: دراسة ميدانية في إطار نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام

Disruption of economic information through digital social platforms and its relationship to social peace from the point of view of a sample of the Egyptian public: a field study within the framework of the theory of dependence on the media

د/ أماني حمدي
مدرس الصحافة بكلية الإعلام بجامعة بني سويف

Email: gemma31121991@yahoo.com

ملخص الدراسة

يشهد العالم ثورة حقيقية في تكنولوجيا الإعلام والاتصال ولا سيما المتعلقة باستخدام الإنترنت، الذي أصبح أساسًا لتطور المجتمعات الحديثة؛ نظرًا لذلك لجأت مختلف القطاعات لدمج تقنيات الاتصال والمعلومات الحديثة في خططها وبرامجها التنموية، وهذا استشعار بما تقدمه هذه التكنولوجيا من دعم، حيث أصبحت ملازمة للإنسان في مختلف نشاطاته وجوانب حياته.

ولقد أصبح اضطراب المعلومات وظهور الشائعات ظاهرة وأزمة عالمية تعانيها الكثير من المجتمعات لا سيما في ظل الإتاحة، والتشاركية، والسرعة في النشر عبر المنصات الاجتماعية الرقمية، وهي نتاج انتشار وسائل وتكنولوجيات الاتصال الحديثة، كما أنها تجاوزت الممارسات العفوية أو المحدودة إلى عمليات منظمة وممنهجة وواسعة النطاق، فالأخبار الزائفة تنتشر بطريقة أسرع وأوسع من الأخبار الحقيقية؛ وهو أمر يدفع للتساؤل،

ويعد اضطراب المعلومات ونشر الشائعات ظاهرة قديمة لها جذور تاريخية حتى قبل ظهور الشبكة العنكبوتية والمنصات الاجتماعية الرقمية، فهي ظاهرة لا تقتصر على مجتمع معين، وتختلف مظاهرها ومكوناتها من دولة لأخرى، فقد انتشرت الشائعات والمعلومات المتضاربة في المنصات الاجتماعية الرقمية على مستوى جميع المجتمعات سواء كانت النامية منها أو المُتقدمة، وأشارت النتائج إلى سهولة تصديق المعلومات المضللة والكاذبة من غالبية المستخدمين للجهل بالحقائق، وعدم وجود رقابة على نشر المعلومات المغلوطة، وعدم وجود قوانين وقواعد تُنظِّم عمليات النشر في هذه الوسائل، وصعوبة تحكم الجهات المختصة فيها.

الكلمات المفتاحية: اضطراب المعلومات الاقتصادية – المنصات الاجتماعية الرقمية – السلم المجتمعي – الجمهور المصري – نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام

Abstract

The world is witnessing a real revolution in information and communication technology, especially related to the use of the Internet, which has become the basis for the development of modern societies. In view of this, various sectors resorted to integrating modern communication and information technologies into their development plans and programs, and this is a sense of the support provided by this technology, as it has become inherent to man in his various activities and aspects of his life.

Information disorder and the emergence of rumors has become a global phenomenon and crisis that many societies suffer from, especially in light of the availability, participatory, and rapid dissemination through digital social platforms, which are the result of the proliferation of modern means and technologies of communication, and have gone beyond spontaneous or limited practices to organized, systematic, and large-scale operations. Fake news spreads faster and more widely than real news. This raises questions, since even the dissemination of correct and true information finds many difficulties in eliminating false information, especially on digital social platforms.

Keywords: Disruption of economic information - social platforms - social peace - Egyptian public- theory of dependence on the media

مقدمة:

يشهد العالم ثورة حقيقية في تكنولوجيا الإعلام والاتصال، ولا سيما المتعلقة باستخدام الإنترنت، الذي أصبح إحدى سبل تطور المجتمعات الحديثة، نظراً لذلك لجأت مختلف القطاعات لدمج تقنيات الاتصال والمعلومات الحديثة في خططها وبرامجها التنموية؛ استشعاراً لما تقدمه هذه التكنولوجيا من دعم؛ إذ أصبحت ملازمة للإنسان في مختلف نشاطاته وجوانب حياته.

وأصبح اضطراب المعلومات وظهور الشائعات ظاهرة وأزمة عالمية يعاني منها كثير من المجتمعات، لا سيما في ظل الإتاحة، والتشاركية، والسرعة في النشر عبر المنصات الاجتماعية الرقمية؛ فهي نتاج انتشار وسائل وتكنولوجيات الاتصال الحديثة، كما أنها تجاوزت الممارسات العفوية أو المحدودة إلى عمليات منظمة وممنهجة وواسعة النطاق، فالأخبار الزائفة تنتشر بطريقة أسرع وأوسع من الأخبار الحقيقية- وهو أمر يدفع للتساؤل- فحتى نشر المعلومة الصحيحة والحقيقية يجد كثيراً من الصعوبات في القضاء على المعلومات الكاذبة، خصوصاً في المنصات الاجتماعية الرقمية.

ويعد اضطراب المعلومات ونشر الشائعات ظاهرة قديمة لها جذور تاريخية من قبل ظهور الشبكة العنكبوتية والمنصات الاجتماعية الرقمية، فهي ظاهرة لا تقتصر على مجتمع معين، وتختلف مظاهرها وحيثياتها من دولة لأخرى، فقد انتشرت الشائعات والمعلومات المتضاربة في المنصات الاجتماعية الرقمية على مستوى جميع المجتمعات، سواء كانت النامية منها أو المتقدمة.

وشكّلت منصات التواصل الاجتماعية في عصر الاتصال الرقمي انفتاحاً معلوماتياً لا يمكن تجاهله، وسرعة فورية في تناقل الأخبار وصناعة الحدث، وقد تحولت منصات التواصل الاجتماعي إلى مصدر مهم للأخبار، تعتمد عليه كثير من وسائل الإعلام، كما

أصبحت تلك المنصات وسيلة تستخدمها المؤسسات الصحفية في نشر محتواها الصحفي، لكن على الوجه الآخر، باتت وكالات الأخبار ومواقع التواصل الاجتماعي تنشر الشائعات والأخبار الزائفة التي يتبادلها مستخدموها بغير علم ولا تحري لمصداقية الأخبار المتناقلة؛ إذ لا تخضع لقوانين العمل الصحفي وأخلاقياته ومواثيقه، مما أبرز ممارسات سلبية أثرت في أمن المجتمع واستقراره، وأحدثت مشكلات اجتماعية ونفسية، وأحيانًا قانونية لبعض الأشخاص المستهدفين (عبد العليم، 2021).

وتشير الدراسات إلى أن العلاقة بين مواقع التواصل الاجتماعي والشائعات علاقة قوية، وتتضح من خلال أن تلك المواقع أصبحت إحدى وسائل انتشار أي معلومة أو خبر أو حدث أو حتى الأخبار المُزيَّفة، وتجاوز انتشارها من حيث السرعة المواقع الإلكترونية والقنوات الفضائية، فالشائعات الإلكترونية في ظل التطور التقني، ووجود الهواتف الذكية، أصبحت لا تحتاج إلى وقت أو عمر زمني طويل، بل في غضون دقائق تجد الشائعة قد تم تداولها بين آلاف من مستخدمي هذه المواقع (التوم، 2019، ص: 138).

وأصبحت عناصر العملية التواصلية أكثر تشويشًا، كما في استطاعة المصادر غير الرسمية صنع الرسائل، وقد تكون جهات أو أفراد يعيدون تدوير وإنتاج الرسائل المضلّلة والمحرّفة. وهذه العمليات تحدث تلوثًا يُسمى "اضطراب المعلومات"، فظهرت مصطلحات المعلومات المضللة أو المعلومات الخاطئة أو المعلومات المسيئة، وعمومًا نسمي ذلك اضطراب المعلومات، والتحديات الأخلاقية التي تواجه وسائل الإعلام التقليدية والقنوات غير الوسيطة؛ والديناميكيات المعقدة وراء الاقتصاد السياسي العالمي لاستهلاك المعلومات، نظرًا لأن التطورات في تقنيات الحوسبة والاتصالات أدت دورًا مهمًا في نمو المعلومات المضللة وتهديداتها لمجتمعاتنا، فإننا نواجه الآن حاجة ملحة لتطوير جهود وأدوات تكنولوجية جديدة لمكافحة هذه المشكلة المتزايدة بشكل فعَّال.

وحاولت دراسات كثيرة تحليل الشائعات واضطراب المعلومات عبر المنصات الاجتماعية الرقمية، وتوضيح الأكثر منها في نشر الشائعات وترويجها، ومعرفة الأسباب الرئيسية لانتشار الشائعات، وتحديد الآليات المناسبة للتعامل مع الشائعات، وأبرزت الدراسات السابقة تعدد الإطارات الموضوعية للشائعات التي تشمل الشائعات السياسية

والاقتصادية والصحية والعسكرية.

وتتمثل أهمية السلم الاجتماعي للمجتمعات بمختلف أنواعها، المتقدمة منها والمتخلفة، في ازدهار واستقرار المجتمع، والعمل على نموه، وتحقيق التنمية والحوكمة الرشيدة، فجميعها لا تتحقق إلا في ضوء السلم بصفة عامة، والسلم الاجتماعي بصفة خاصة، لذا فقد شَكَّل السلم الاجتماعي والشعور بالأمن والاستقرار هاجسًا ملازمًا لحياة الأمم، بحيث ارتبط تاريخ الأمم والمجتمعات بالسعي نحو تحقيق السلم الاجتماعي في إطار العلاقة بين الدولة والمجتمع، فإذا كانت هذه العلاقة متوازنة مبنية على أسس العقد الاجتماعي، ويسود في هذه المجتمعات السلم والأمن، وتكون العلاقات مستقرة ومتقاربة، ولا يظهر بداخلها تنافر، حتى لا تتسم بالصراع والصدام فتشهد تهديدًا لقضايا السلم الاجتماعي (بوقرة، 2020).

وتظهر أهمية الدراسة الحالية في التعرف على أثر اضطراب المعلومات الاقتصادية عبر المنصات الاجتماعية الرقمية في السلم المجتمعي من وجهة نظر عينة من الجمهور المصري، وبيان مدى تأثر الأفراد والمجتمع المصري بها، فاضطراب المعلومات الاقتصادية قد يؤدي إلى تفكك المجتمع وتدهوره وخفض الروح المعنوية لذلك المجتمع، وتهديد السلم الاجتماعي الذي بدوره يهدد الرأي العام.

كذلك، تسليط الضوء على اضطراب المعلومات الاقتصادية عبر المنصات الاجتماعية الرقمية كظاهرة اجتماعية ذات تأثير في جميع نواحي حياة الأفراد في المجتمع، وخصوصًا في ظل الأزمة الاقتصادية التي يعانيها المواطن المصري، إضافة إلى تسليط الضوء على اضطراب المعلومات الاقتصادية عبر المنصات الاجتماعية الرقمية التي تعد أحد أهم أشكال الإعلام الإلكتروني في مصر، ودورها الكبير في تزويد الجمهور بالأخبار، بصفتها الوسيلة الأكثر متابعة من قبل الشباب، والأسرع في نقل الخبر في الوقت الحالي، التي تتنافس فيما بينها لنشر المعلومات الخاطئة والمضللة.

فضلًا عن دراسة اضطراب المعلومات الاقتصادية عبر المنصات الاجتماعية الرقمية بصفته أحد أساليب الحرب النفسية المؤثرة في مسار الأزمات الاقتصادية والاجتماعية والتحولات التي تشهدها البلاد.

الدراسات والبحوث السابقة:

تستهدف عملية مراجعة التراث العلمي بشكل أساسي استجلاء المفاهيم النظرية والمنهجية المتعلقة بالمتغيرات محل الدراسة والعلاقات القائمة فيما بينها، بما يسهم في البناء النظري والتصميم المنهجي للدراسة الحالية، ومن هذا المنطلق حددت الباحثة الدراسات السابقة في **محورين:**

المحور الأول: اضطراب المعلومات والشائعات عبر المنصات الاجتماعية الرقمية

- **دراسة غابرييلا تاديو وآخرون (2022)، بعنوان: "المبدعون والمتفرجون الذين يواجهون اضطراب المعلومات عبر الإنترنت.. آثار إنتاج المحتوى الرقمى على مهارات المعلومات"**، سعت هذه الدراسة إلى تحديد ما إذا كان الدور النشط في وسائل التواصل الاجتماعي يؤثر في المهارات المعلوماتية، ولهذا الغرض طبَّقت مسحًا على 756 شابًا تتراوح أعمارهم بين 16 و26 عامًا من مختلف المستويات التعليمية. وأشارت النتائج إلى أن الملفات الشخصية للمستخدمين المبدعين الذين يشاركون في إنشاء المحتوى الخاص بهم وتوصياتهم مفتوحة بشكل دائم، على عكس ملف تعريفات أخرى (المتفرجون)، والتركيز على الترفيه والتفاعل، وكان ملف تعريف منشئ المحتوى هو المتغير الذي أسهم بشكل كبير في الإبلاغ عن الأخبار المُزيَّفة على وسائل التواصل الاجتماعي.

- **دراسة محمود رمضان عبد اللطيف (2021)، بعنوان: "آليات تعامل الصحف المصرية مع ظاهرة اضطراب المعلومات والمحتوى المُوجه في إطار التزامها بالشفافية والمصداقية المهنية: دراسة ميدانية"**، هدفت الدراسة إلى التعرف على الآليات والاستراتيجيات الذاتية والخارجية التي يمكن أن تنتهجها الصحف وصحافيوها للتعامل مع ظاهرة اضطراب المعلومات والمحتوى المُوجَّه، الذي يوجه العاملين في الصحف ويساعد على التشكيك في مصداقية المعلومات المقدمة للجمهور، ودراسة تأثير ظاهرة المحتوى المُوجَّه واضطراب المعلومات على تحقيق الشفافية المهنية في الصحافة وموثوقيتها لدى الجمهور، وأهم الضغوط التي يمكن أن تُغذي اضطراب المعلومات وتُشكل ضغطًا كبيرًا على الصحافة في هذا الإطار، وتعمل على انتشار الأخبار الكاذبة والتضليل،

واعتمدت الدراسة على منهج المسح بالعينة، وطُبِّقت الدراسة على عينة مكونة من 212 مبحوثًا، وخلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج العامة، أهمها:

1. نسبة كبيرة من الصحفيين لا يثقون في مصادر شبكات التواصل الاجتماعي، وَيَشُكُونَ في الأخبار التي يجدونها متداولة فيها، لذا فهم يحاولون التحقق من مصادر أخرى، ووجود بعض العناصر التي يمكن أن تدعم الثقة في مثل هذه الأخبار المتداولة، مثل: عرض الوثائق والمستندات وذكر البيانات والإحصاءات، وذكر مصادر الأخبار، ووضع أكثر من رابط للخبر، وعرض وجهات النظر المختلفة بالمستوى والتوازن نفسه في العرض.
2. كما بيَّنت النتائج تعرض الصحفيين لبعض أشكال اضطراب المعلومات والأخبار الزائفة، ووجود بعض الأساليب الذاتية والخارجية، مثل: الاعتماد على خبراته ومعلوماته في الحكم على مدى صحة الخبر، أو الاعتماد على الحسّ الصحفي لمعرفة الخبر الصحيح من الزائف، وضرورة توافر أدلة وبراهين تؤكد صحة الخبر، ولا يكفي شعور الفرد وخبراته للحكم على صحة الخبر وتمييز الأماكن، والاحتياج إلى البحث في وسائل الإعلام المختلفة للتأكد من صحة الأخبار والمعلومات، والبحث في عدة مصادر معًا ولا يُكتفى بمصدر واحد، والبحث في مواقع إخبارية يثق بها، والبحث في مواقع الإنترنت ومحركات البحث (مثل جوجل).
3. وجود نسبة مقبولة من الصحفيين يستخدمون تقنية كشف الأخبار الزائفة والمعلومات المضللة، كذلك فإنه ثبت أن هذه الظاهرة قد تؤدي إلى تصاعد العداء المعلن للصحافة والصحفيين، والطعن في مصداقية الصحافة والصحفيين، وتصاعد الكراهية ضد الصحافة والصحفيين، والتشكيك فيما تنشره الصحافة والصحفيون، وأخيرًا قد تؤدي إلى اتهام الصحافة بترويج الأخبار الكاذبة.

- **دراسة محمد عبد الحميد أحمد، وأحمد سامى عبد الوهاب العايدي (2019)، بعنوان: "أساليب مواجهة الشائعات على مواقع التواصل الاجتماعى كما تراها النخبة الإعلامية الأكاديمية: المصرية- والسعودية"**، هدفت إلى رصد رؤية النخبة المصرية والسعودية لأسباب انتشار الشائعات في المجتمع العربي بعد التحول الذي شهدته

المجتمعات العربية، وأهم مصادر هذه الشائعات، وكذلك التعرف على وجهات نظر النخب تجاه هذه الشائعات وتأثيراتها على المجتمع، والتعرف على أهم أساليب مواجهة الشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي كما تراها النخبة المصرية والسعودية، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي تسعى لرصد وتوصيف أهم أساليب مواجهة الشائعات من خلال وجهة نظر النخبة الإعلامية الأكاديمية، سواء المصرية أو السعودية، كما اعتمدت على منهج المسح من خلال مسح النخبة الأكاديمية الإعلامية المصرية والسعودية عينة الدراسة التي بلغ عددها □□□ مفردة ممن يهتمون بأمر الشائعات، وهو ما تأكد خلال الاستبانة، ومن خلال المقابلة غير المقننة، وقد أكدت النخبة أن شبكات التواصل أدت إلى كثرة الشائعات وسرعة انتشارها، مما يجعلها تهدد الأمن المجتمعي والقومي، وهو ما يستلزم ضرورة الحذر من الشائعات بشكل دائم، والتعامل معها بطريقة علمية واحترافية، وبوسائل متعددة، ومن أهم نتائج الدراسة: تعدد العوامل المهيئة لانتشار الشائعات على مستويات عدة، سواء على مستوى مواقع التواصل، أو على مستوى المؤسسات الرسمية، أو على مستوى وسائل الإعلام. وأن المعالجة الخاطئة لبعض الشائعات تسهم في انتشارها، وتزيد من تصديق الجمهور لها، وخاصة إذا سلكت المعالجة طرق التمويه والتعتيم على بعض الجوانب.

- **دراسة طومسون، تى جيه، أنجوس، دانيال، دوتسون، بولا، هوركومب، إدوارد، سميث، آدم**
Thomson, T. J, Angus, Daniel, Dootson, Paula,Hurcombe, Edward, Smith, Adam (2020)
بعنوان: " Visual Mis/disinformation in Journalism and Public Communications: Current Verification Practices, Challenges, and Future Opportunities"، هدفت إلى بيان دور المؤسسات الإخبارية والمنصات الاجتماعية الرقمية في مكافحة اضطراب المعلومات بنوعيها المضلل والخاطئ في الصور المرئية المقدمة إلى الجمهور، وتتمثل صعوبة هذا الدور وتعقده بسبب العدد الهائل من الوسائط التي تُنتج بشكل يومي، وسرعة انتشار

هذه الوسائط، وطبيعة التعديلات الخادعة على هذه الوسائط التي غالبًا ما تكون خفية أو غير مرئية للعين المجردة، وعلى الرغم من قلَّة معرفة الجمهور بمصدر المحتوى المرئي الذي يواجهونه وصحته، فإن دور الصحافيين والصحف يظهر في عملية إعادة نشر المحتوى أو تضخيمه، وضرورة ممارسة التحقق من الصور الصحفية قبل نشرها لخفض عملية اضطراب المعلومات، والعمل على توضيح الطرق العلمية ذات المنهجية للتحقيق، ومكافحة عمليات اضطراب المعلومات والتضليل البصري في الأخبار المتنقلة في الصحف والمنصات الاجتماعية الرقمية من خلال التحقق من المعلومات، والمصادر، وضرورة التدريب الصحفي واكتساب المهارات.

- **دراسة جهاد على السعايدة (2019)، بعنوان: "الشائعات في وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيراتها على الأمن المجتمعي من وجهة نظر طلبة كلية الأميرة رحمة الجامعية"**، هدفت الدراسة إلى التعرف على الشائعات في وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيراتها على الأمن المجتمعي من وجهة نظر طلبة كلية الأميرة رحمة الجامعية، واستخدمت منهج المسح الاجتماعي بالعينة، وكانت الاستبانة أداة للدراسة، بالتطبيق على عينة مكونة من (144) طالبًا وطالبة من جميع التخصصات، وأظهرت نتائج الدراسة ما يلي:

1. أن فيس بوك أكثر شبكات التواصل الاجتماعي انتشارًا ونشرًا للشائعات، يليه في الدرجة الثانية واتس أب، وأن أكثر أنواع الشائعات انتشارا من خلال شبكات التواصل الاجتماعي هي الشائعات الاجتماعية، وفي الدرجة الثانية جاءت الشائعات السياسية، ثم الشائعات الاقتصادية، وأقل الشائعات انتشارًا كانت الشائعات الدينية.
2. كما بيَّنت النتائج أن الشائعات في وسائل التواصل الاجتماعي على الأمن المجتمعي كانت أكثر تأثيرًا في الجانب الاقتصادي.
3. أظهرت النتائج أن أهم سبل الحد من تأثير الشائعات على الأمن المجتمعي كانت التوعية الإعلامية، يليها تفعيل دور المؤسسات التعليمية والجامعات في توضيح أخطار الشائعات.
4. كما أشارت نتائج الدراسة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في تأثيرات الشائعات

في الجانب السياسي تُعزى لمتغير الجنس لصالح الإناث، بينما لم تشر النتائج إلى وجود فروق ذات دلالة احصائية تُعزى لمتغير التخصص.

المحور الثانى: وسائل التواصل الاجتماعى والسلم المجتمعى

- **دراسة غياث أحمد وعلى الحسين (2021)، بعنوان: "وسائل التواصل الاجتماعى وأثرها على السلم المجتمعى في سورية: دراسة ميدانية الشمال السوري: شبكة إحتيملات نيوز نموذجا"**، هدفت الدراسة إلى بيان أثر وسائل التواصل الاجتماعي على سلوكيات المجتمع السوري وقيمه، واستخدمت المنهج الوصفي التحليلي، واستعانت بالاستبانة أداة لجمع البيانات، طُبقت على عينة عددها (436) من السوريين في شمال غرب سوريا، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج، منها: أن المجتمع في شمال غرب سوريا يستطيع تحقيق التعايش السلمي والقضاء على المحسوبيات والمناطقية والفصائلية، وأن المس بالرموز الدينية أو الوطنية في الفضاءات العامة ووسائل الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعي يُعد تهديدًا للسلم المجتمعي، وقد تبنت الدراسة مجموعة من التوصيات والاقتراحات لترسيخ مفهوم السلم المجتمعي لدى الشعب السوري، أحدها دعم الحرية الإعلامية وفق منهجية علمية صحيحة.
- **دراسة مجد خليل القبالين (2020)، بعنوان: "الإعلام ووسائل التواصل الاجتماعى وأثرها على التنمية والسلم المجتمعى"**، وتناولت مفهوم التنمية والسلم المجتمعي وعلاقتهما معًا، إضافة إلى توضيح خصائص السلم المجتمعي ومقوماته، التي تتفرع إلى السلطة والنظام وتحقيق العدل والمساواة، ورسوخ مبدأ المواطنة، والثقافة السياسية السائدة، والانتماء، إضافة إلى توضيح آليات حماية السلم المجتمعي بعد تحقيقه وبلوغه، وتتفرع تلك الآليات إلى: آليات قانونية، وسياسية، واجتماعية، وثقافية. كما تطرق البحث إلى توضيح أهمية توفير السلم المجتمعي والنتائج المترتبة على توفيره في تحقيق التنمية المستدامة، وثقافة السلم المجتمعي وتعزيزها لتحقيق التنمية، إضافة إلى توضيح العلاقة بين الإعلام ووسائل التواصل الاجتماعي، وأثرها على التنمية والسلم المجتمعي، كما صيغت مجموعة من التوصيات بعد الاطلاع على الأدب النظري لموضوع البحث، من أهمها: ضرورة تعزيز دور المؤسسة الإعلامية ووسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز ثقافة السلم المجتمعي، ونبذ جميع أشكال

التطرف والإرهاب ورفض الآخر، وتعزيز ثقافة قبول الآخر، ونبذ خطاب الكراهية، ونبذ جميع أشكال العنف المجتمعي، وتوفير إعلام أمني والتطرف والإرهاب.

- **دراسة خالد ممدوح العزي (2019)، بعنوان: "الإعلام ووسائل التواصل الاجتماعى وأثرها على التنمية والسلم المجتمعى"**، أوضحت الدراسة مفهوم التنمية والسلم المجتمعي وعلاقتهما معًا، إضافة إلى توضيح خصائص السلم المجتمعي ومقوماته، التي تتفرع إلى السلطة والنظام وتحقيق العدل والمساواة، ورسوخ مبدأ المواطنة، والثقافة السياسية السائدة، والانتماء، إضافة إلى توضيح آليات حماية السلم المجتمعي بعد تحقيقه وبلوغه، وتتفرع تلك الآليات إلى: آليات قانونية، وسياسية، واجتماعية، وثقافية. وتطرق البحث إلى توضيح أهمية توفير السلم المجتمعي والنتائج المترتبة على توفيره في تحقيق التنمية المستدامة، وثقافة السلم المجتمعي وتعزيزها لتحقيق التنمية، إضافةً إلى توضيح العلاقة بين الإعلام ووسائل التواصل الاجتماعي، وأثرها على التنمية والسلم المجتمعي، على اعتبار أن الإعلام ووسائل التواصل الاجتماعي إحدى أهم أذرُع العولمة التي تؤدي دورين (سلبي وإيجابي) في تحقيق وتعزيز السلم المجتمعي، وتعزيز ثقافة السلم المجتمعي، إضافةً إلى استعراض مجموعة من نظريات علم الجريمة المُفسِّرة للسلم المجتمعي وعلاقته بالمؤسسة الإعلامية ووسائل التواصل الاجتماعي، وأوصى الباحث بضرورة تعزيز دور المؤسسة الإعلامية ووسائل التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة السلم المجتمعي ونبذ جميع أشكال التطرُف والإرهاب ورفض الآخر، وتعزيز ثقافة قبول الآخر، ونبذ خطاب الكراهية، ونبذ جميع أشكال العُنف المجتمعي وتوفير إعلام أمني مُضاد للإعلام الهدَّام.

- **دراسة حسيب محمد فقيه (2019)، بعنوان: "الانعكاس المتبادل بين السلم المجتمعى والتنمية الاقتصادية الاجتماعية"**، هدفت الدراسة إلى التعرف على الدور الذي يحدثه السلم الاجتماعي في تأمين نجاح عملية التنمية الاقتصادية وانعكاس نتائجها على الجانب الاجتماعي. باستخدام المنهج الوصفي التحليلي، وذلك من أجل العودة إلى تراث التنمية الاقتصادية ونتائجها الاجتماعية، من خلال طرح إشكالية

العلاقة بين التنمية الاجتماعية والتنمية الاقتصادية ومن ثمَّ بالسلم المجتمعي المفقود أساسًا مع فقدان الإدارة السياسية وتعاظم الفساد. وقد استنتجت الدراسة أن السلم المجتمعي يحقق التنمية الاقتصادية والتنمية الاجتماعية عبر ضمان التعليم للجميع، واستخدام المهارات، وتعديل نظام القيم، وتفعيل دور المجتمع المدني، وتأمين الضمانات الاجتماعية والمشاركة.

التعليق على الدراسات السابقة:

من خلال ما عُرض، نجد أن الدراسة الحالية تتفق مع الدراسات السابقة في:

من حيث الموضوع: تناولت الدراسات السابقة ظاهرة تداول المعلومات والشائعات بشكل عام وتأثيرها على الجمهور، وإلى أي مدى يؤثر اضطراب المعلومات على السلم الاجتماعي، بينما تنفرد الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة في دراسة اضراب المعلومات الاقتصادية وعلاقتها بالسلم المجتمعي.

من حيث المنهج والأداة ومجتمع الدراسة: نجد أن معظم الدراسات السابقة اتبعت منهج المسح، وجُمعت البيانات من خلال تحليل محتوى المعلومات المتداولة على وسائل التواصل الاجتماعي، بينما ترتكز الدراسة الحالية على الاستبانة وسيلة لجمع البيانات من الجمهور المصري بالقاهرة الكبرى ومحافظة بني سويف.

من حيث النتائج: أشارت الدراسات السابقة إلى تأثر الجمهور باضطراب المعلومات والشائعات، ووجود علاقة قوية بين اضطراب المعلومات والشائعات والسلم المجتمعي بين أفراد المجتمع الواحد.

ومن خلال ما عُرِض في الدراسات السابقة، وبيان نقاط التلاقي والاختلاف بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة، تبلورت وتحددت مشكلة الدراسة.

مشكلة الدراسة:

تزايد في الآونة الأخيرة اهتمام الباحثين والدارسين في مجال الإعلام بالشائعات واضطراب المعلومات، لا سيما المتعلقة والمتناولة من قبل المنصات الاجتماعية الرقمية وتأثيرها على الرأي العام، ومنها قضية السلم المجتمعي.

كما أوضحت معظم الدراسات أن الجوانب السياسية والاجتماعية والاقتصادية أكثر المجالات التي تنتشر فيها المعلومات المضطربة والشائعات التي لها تأثير كبير على أمن

البلاد واستقرارها، وهو الأمر الذي يجعل من التصدي للشائعات وسرعة مواجهتها من خلال كشف الحقائق أولوية من أولويات الأمور في أي مجتمع. مما قاد الحكومة المصرية لإنشاء مرصد إعلامي، الهدف منه التعرف على الشائعات في جميع وسائل الإعلام التقليدية والحديثة للرد عليها فور ظهورها.

كما أصبحت المعلومات تشكل أهمية كبيرة في النمو والتطور الاقتصادي لدى مختلف دول العالم؛ فهي تسهم في وضع الخطط والبرامج المستقبلية، فمن خلال إتاحة المعلومات يمكن التنبؤ بالمستقبل وتحديد الأهداف، وتعد المعلومات عنصراً رئيساً في أي عمل إنساني؛ إذ أنها أداة مهمة في التواصل بين الفرد والمجتمع الذي يعيش فيه، وبين المجتمعات بعضها ببعض في مختلف النواحي الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والثقافية، ولا يمكن الاستغناء عن المعلومات على اعتبار أنها تشكل مورداً اقتصادياً مهماً، كما أنها تتداول بين عامة الناس.

وتتبلور مشكلة الدراسة في بيان العلاقة بين اضطراب المعلومات الاقتصادية عبر المنصات الاجتماعية الرقمية بالسلم المجتمعي من وجهة نظر عينة من الجمهور المصري، باعتبار أن السلم المجتمعي ركيزة المجتمع للتطور والرقي، ويعمل على سيادة الأمن في المجتمع؛ لأن عدم الأمن الاجتماعي يعوق الفرد أو الدولة من تحقيق ما تصبو إليه، فاضطراب المعلومات ينتقل دون قيود أو رقيب عبر المنصات الاجتماعية الرقمية.

أهداف الدراسة:

1. التعرف على معدل متابعة الجمهور المصري للمعلومات الاقتصادية عبر المنصات الاجتماعية الرقمية.
2. توضيح مستوى تأثر السلم المجتمعي للجمهور المصري باضطراب المعلومات الاقتصادية عبر المنصات الاجتماعية الرقمية.
3. رصد مستوى اعتماد الجمهور المصري علي المنصات الاجتماعية الرقمية للحصول على المعلومات الاقتصادية، واعتمادها كأحد مصادر الأخبار.
4. التعرف على أسباب متابعة الجمهور المصري للمعلومات الاقتصادية عبر المنصات الاجتماعية الرقمية.

5. التعرف على العلاقة بين اضطراب المعلومات الاقتصادية عبر المنصات الاجتماعية الرقمية والسلم المجتمعي من وجهة نظر عينة من الجمهور المصري.

تساؤلات الدراسة:

تسعى الدراسة الحالية للإجابة عن التساؤلات الآتية:

- ما أهم المنصات الاجتماعية الرقمية التي يستخدمها الجمهور المصري للحصول على المعلومات الاقتصادية؟
- هل توجد علاقة بين اضطراب المعلومات عبر المنصات الاجتماعية الرقمية بالسلم المجتمعي من وجهة نظر الجمهور المصري؟

فروض الدراسة:

- توجد فروق ذات دلالة إحصائياً بين أهم أنوع المنصات الاجتماعية الرقمية التي يستخدمها الجمهور المصري للحصول على المعلومات الاقتصادية.
- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اضطراب المعلومات عبر المنصات الاجتماعية الرقمية بالسلم المجتمعي من وجهة نظر الجمهور المصري.

نوع الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي تستهدف تصوير وتحليل وتقويم خصائص مجموعة معينة أو موقف معين، أو دراسة حقائق أو ظاهرة ما، أو مجموعة من الناس أو الأحداث؛ للحصول على بيانات كافية عنها، إضافة إلى تصنيف هذه البيانات وتحليلها واستخلاص النتائج، وهو ما يتيح إصدار تعميمات بشأن الظاهرة موضوع الدراسة، كما تنتمي الدراسة الحالية من حيث القياس إلى نمط البحوث الكمية التي تعنى وتهتم بالحسابات والاستدلالات المنطقية في جميع مراحلها منذ صياغة التساؤلات والفروض، إلى المرحلة النهائية التي تتمثل في الإجابة عن التساؤلات وقبول الفروض أو رفضها.

منهج الدراسة:

تعتمد الدراسة على منهج المسح الإعلامي، الذي يعد طريقة جيدة لجمع البيانات من المبحوثين، وهو أيضاً يُعد جهداً علمياً منظماً للحصول على أوصاف الموضوع، وهو من

أنسب المناهج العلمية في الدراسات والبحوث الإعلامية ملاءمة لنوع الدراسات والبحوث الوصفية (عبد الحميد، 2008).

مجتمع الدراسة وعينتها:

يتمثل مجتمع الدراسة في الجمهور المصري المتتبع للأخبار عن طريق المنصات الاجتماعية الرقمية، وشملت الدراسة عينة من الجمهور المصري بلغ عددها (450) من الذكور والإناث، اختيرت بطريقة عشوائية بسيطة.

أدوات جمع البيانات:

تهدف الدراسة إلى التعرف على العلاقة بين اضطراب المعلومات الاقتصادية عبر المنصات الاجتماعية الرقمية والسلم المجتمعي من وجهة نظر عينة من الجمهور المصري، **ولتحقيق هذا الهدف أجرت الباحثة ما يلى:**

تصميم استبانة تحقق أهداف البحث وتجيب عن أسئلته (من إعداد الباحثة)، وتكونت الاستبانة من (38) فقرة، **على محورين:**

المحور الأول: يتناول اضطراب المعلومات الاقتصادية عبر المنصات الاجتماعية الرقمية، وأهم المنصات الاجتماعية الرقمية من وجهة نظر عينة من الجمهور المصري.

المحور الثانى: يتناول السلم المجتمعي.

ولتسهيل الإجابة عن هذه المؤشرات، اعتُمد مقياس (ليكرت) الثلاثي، المثقل بأرقام مناسبة كما يلي:

جدول (1) مقياس ليكرت الثلاثى المثقل

	أوافق	محايد	لا أوافق
درجة التثقيل	3	2	1
نسبة التقييم	%75-100	%50-74	%25 -49

صدق الاستبانة:

تأكدت الباحثة من صدق الاستبانة من خلال:

الصدق البنائى (الداخلى):

تأكدت من صدق الاتساق الداخلي لأداة الدراسة من خلال حساب معامل الارتباط الخطي (بيرسون) بين درجة كل سؤال مع الدرجة الكلية للمجال الذي ينتمي إليه، وكانت النتائج كما توضح الجداول الآتية:

جدول (2) ثبات أداة جمع البيانات للدراسة "الاستبانة"

عدد العناصر	معامل ألفا كرونباخ	محاور الدراسة
المحور الأول: اضطراب المعلومات الاقتصادية عبر المنصات الاجتماعية الرقمية	0.903	20
المحور الثانى: السلم المجتمعى	0.868	20
إجمالى بنود الاستبانة	0.938	40

يتضح من الجدول السابق أن معامل ثبات ألفا كرونباخ لإجمالي المقياس بلغ (0.938)، مما يدل على الثبات المرتفع للمقياس، وأنه صالح للتحليل الإحصائي.

جدول (3)

معاملات الارتباط بين كل فقرة من فقرات المحور الأول (اضطراب المعلومات الاقتصادية عبر المنصات الاجتماعية الرقمية، وأهم المنصات الاجتماعية الرقمية من وجهة نظر عينة من الجمهور المصري)" معيار أهم المنصات الاجتماعية الرقمية" والدرجة الكلية لفقرات هذا المحور

م	العبارة	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
1	أحصل على المعلومات الاقتصادية من موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك (Facebook).	0.784	0.00
2	أحصل على المعلومات الاقتصادية من موقع التواصل الاجتماعي تويتر (Twitter).	0.289	0.00
3	أحصل على المعلومات الاقتصادية من موقع التواصل الاجتماعي يوتيوب (YouTube).	0.891	0.00
4	أحصل على المعلومات الاقتصادية من موقع التواصل الاجتماعي فيميو (Vimeo).	0.814	0.00
5	أحصل على المعلومات الاقتصادية من موقع التواصل الاجتماعي جوجل بلس (Google Plus).	0.449	0.00
6	أحصل على المعلومات الاقتصادية من موقع التواصل الاجتماعي وورد برس (WordPress).	0.891	0.00

ويبين جدول (3) معاملات الارتباط بين كل فقرة من فقرات المحور الأول والدرجة الكلية

لفقرات المحور، وهي تشير إلى أن معاملات الارتباط دالة عند مستوى دلالة 0.05، وبذلك تعد فقرات الاستبانة لهذا المحور صادقة لما وضعت من أجله.

جدول (4)

معاملات الارتباط بين كل فقرة من فقرات المحور الأول (اضطراب المعلومات الاقتصادية عبر المنصات الاجتماعية الرقمية، وأهم المنصات الاجتماعية الرقمية من وجهة نظر عينة من الجمهور المصري) "معيار اضطراب المعلومات الاقتصادية" والدرجة الكلية لفقرات هذا المحور

م	العبارة	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
7	لا أثق في المعلومات الاقتصادية المتداولة عبر المنصات الاجتماعية الرقمية.	0.869	0.00
8	أثق في المعلومات الاقتصادية المتداولة عبر المنصات الاجتماعية الرقمية.	0.757	0.00
9	تجعلني المعلومات الاقتصادية المتداولة عبر المنصات الاجتماعية الرقمية أغير رأيي تجاه بعض الموضوعات الاقتصادية.	0.442	0.00
10	أشعر بضرورة إجراء تغييرات اقتصادية نتيجة متابعة المعلومات الاقتصادية عبر المنصات الاجتماعية الرقمية.	0.659	0.00
11	أعتقد أن المنصات الاجتماعية الرقمية جعلت المعلومات الاقتصادية متاحة أمام فئات المجتمع.	0.765	0.00
12	أتابع عبر المنصات الاجتماعية الرقمية محللين اقتصاديين للوضع الاقتصادي المصري.	0.659	0.00
13	جعلتني أفهم ما يدور حولي من أحداث عن الوضع الاقتصادي المصري.	0.398	0.00
14	أتناقل المعلومات الاقتصادية مع زملائي في العمل ومع أسرتي.	0.749	0.00
15	أشارك المعلومات الاقتصادية على صفحتي الشخصية في المنصات الاجتماعية الرقمية.	0.906	0.00
16	لا أصدق المعلومات الاقتصادية المنتشرة في المنصات الاجتماعية الرقمية، وأتأكد من صحتها من خلال الصحافة والتليفزيون.	0.892	0.00
17	أستطيع بسهولة معرفة المعلومات الاقتصادية عبر المنصات	0.659	0.00

م	العبارة	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
	الاجتماعية الرقمية.		
18	أتبادل المعلومات الاقتصادية مع المتابعين الآخرين في المنصات الاجتماعية الرقمية.	0.856	0.00
19	أعتمد بشكل كبير على المنصات الاجتماعية الرقمية لجمع المعلومات الاقتصادية عن الوضع الحالي.	0.155	0.00
20	أرى أن المنصات الاجتماعية الرقمية تساعد على نشر المعلومات الاقتصادية المضللة والكاذبة.	0.726	0.00

يُبين جدول (4) معاملات الارتباط بين كل فقرة من فقرات المحور الأول والدرجة الكلية لفقرات المحور، وهي تشير إلى أن معاملات الارتباط دالة عند مستوى دلالة 0.05، وبذلك تعد فقرات الاستبانة لهذا المحور صادقة لما وضعت من أجله.

جدول (5)

معاملات الارتباط بين كل فقرة من فقرات المحور الثانى (السلم المجتمعى) والدرجة الكلية لفقرات هذا المحور.

م	العبارة	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
21	أشعر بالخوف عند متابعتي للمعلومات الاقتصادية عبر المنصات الاجتماعية الرقمية.	0.902	0.00
22	أفكر في الهجرة عند قراءة معلومات الوضع الاقتصادي المحلي عبر المنصات الاجتماعية الرقمية.	0.762	0.00
23	أشعر أن المعلومات الاقتصادية المتداولة عبر المنصات الاجتماعية الرقمية تعزز مفهوم العنصرية بين طبقات المجتمع	0.328	0.00
24	أشعر أن المعلومات الاقتصادية المتداولة عبر المنصات الاجتماعية الرقمية.	0.828	0.00
25	تتغير قناعتي عن الوضع الاقتصادي المحلي عند قراءة المعلومات الاقتصادية المتداولة عبر المنصات الاجتماعية الرقمية.	0.705	0.00
26	أشعر أن المعلومات الاقتصادية المتداولة عبر المنصات الاجتماعية الرقمية تزعزع الأمن الاجتماعي للأفراد.	0.531	0.00

م	العبارة	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
27	أرى أن المعلومات الاقتصادية المتداولة عبر المنصات الاجتماعية الرقمية تثير الرأي العام لصالح التيارات المضادة.	0.824	0.00
28	أشعر أن المنصات الاجتماعية الرقمية تنشر المعلومات الاقتصادية المضللة لتهدد استقرار الدولة.	0.125	0.00
29	اشعر بالعدالة والمساواة بين طبقات المجتمع	0.558	0.00
30	أرى وجود تمييز عنصري وفئوي بين طبقات المجتمع من الناحية الاقتصادية.	0.761	0.00
31	أرى أن المنصات الاجتماعية الرقمية تعزز التعصب للرأي وعدم تقبل الرأي الآخر.	0.839	0.00
32	أشعر أن المنصات الاجتماعية الرقمية تنشر التمييز والعداء والصراع مع الآخرين.	0.954	0.00
33	أشعر أن المنصات الاجتماعية الرقمية تساعد على توسيع الفجوة بين فئات المجتمع وطبقاته.	0.370	0.00
34	أسعى لمعرفة الوضع المادي والاقتصادي للآخرين.	0.836	0.00
35	لا أشعر بالعدالة الاجتماعية عند تصفحي للمنصات الاجتماعية الرقمية.	0.916	0.00
36	أتعرض للسخرية والغيبة والنميمة عبر المنصات الاجتماعية الرقمية.	0.705	0.00
37	أحترم حقوق الآخرين عبر المنصات الاجتماعية الرقمية.	0.531	0.00
38	لدي الرغبة في التعرف على ثقافة فئات المجتمع.	0.824	0.00

يبين جدول (5) معاملات الارتباط بين كل فقرة من فقرات المحور الأول والدرجة الكلية لفقرات المحور، وهي تشير إلى أن معاملات الارتباط دالة عند مستوى دلالة 0.05، وبذلك تعد فقرات الاستبانة لهذا المحور صادقة لما وضعت من أجله.

الأساليب الإحصائية المستخدمة:

استخدمت الدراسة برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (spss) لعمل:

- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.

- معامل ارتباط بيرسون للعلاقة الخطية بين متغيرين.

-تحليل التباين ذي البعد الواحد (One Analysis of Variance)، المعروف اختصاراً باسم (ANOVA) لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لأكثر من مجموعتين من المبحوثين في أحد متغيرات الفئة أو النسبة (Interval Or Ratio).

مصطلحات الدراسة ومفاهيمها:

اضطراب المعلومات: وهي القائمة على معلومات خاطئة يعلم الشخص الذي ينشرها أنها خاطئة، فهي كذب متعمد مقصود من قبل جهات فاعلة مؤذية تستهدف عن سبق وإصرار أشخاصاً بعينهم بهدف تشويه سمعتهم، وقد تستند هذه المعلومات إلى الواقع والحقيقة، ولكنها تستخدم إلحاق الأذى بشخص أو منظمة أو بلد (Karlova, Fisher, 2012).

وتُعرِّف الباحثة اضطراب المعلومات الاقتصادية إجرائياً بأنه: المعلومات الخاطئة والمضللة عن قصد، المتعلقة بالجانب الاقتصادي، على المنصات الاجتماعية الرقمية، لتضليل الرأي العام نحو الاقتصاد.

المنصات الاجتماعية الرقمية:

عُرِّفت كلمة منصة بأنها: النظام الذي يمدنا بأدوات سهلة ومألوفة، ووجهات عالية الاستخدام، يمكن الوصول إليها بسهولة، بما يسمح للمستخدمين من اختيار أدواتهم المفضلة بسهولة في حالات مختلفة (عبد اللطيف، 2018، ص:11).

وعُرِّفت منصات التواصل الاجتماعي بأنها: تركيبة اجتماعية إلكترونية يصنعها أفراد أو جماعات أو مؤسسات لغرض تشجيع العلاقات بين فريق معين، أو لغرض زيادة الانتماء لشركة ما أو حمل جنسية دولة، وقد تصل هذه العلاقات لدرجات أكثر عمقًا في مجالات الحياة المختلفة (موسى، 2003، ص:44).

مفهوم السلم المجتمعي: حالة الصفاء الإنساني في التعايش الآمن، عبر نبذ الصراعات العنيفة في محيط المؤسسات والمدن أو المكونات وروافد الدولة، كهدف نبيل تهتدي إليه الشعوب في مضمار الصلح والخلاص من الحروب والنجاة من الأخطار، من

خلال تبني أهداف إنسانية تتمحور حول العدالة والمساواة وصيانة العنصر البشري (فقيه، 2019، ص: 30).

الإطار المنهجي:

تعتمد الدراسة على الإطار النظري في تفسير أسباب انتشار اضطراب المعلومات الاقتصادية عبر المنصات الاجتماعية الرقمية، ورصد العلاقة بين إضراب المعلومات الاقتصادية عبر المنصات الاجتماعية بالسلم المجتمعي، ومعرفة كيفية التعامل مع اضطراب المعلومات الاقتصادية عبر المنصات الاجتماعية الرقمية، وتأثيراتها السلبية في المجتمع.

اضطراب المعلومات الاقتصادية عبر المنصات الاجتماعية الرقمية

تتيح المنصات الاجتماعية الرقمية للأفراد الوصول لأية بيانات أو معلومات تتصف بالسرية لدى دولة ما أو إحدى مؤسساتها، لا سيما المؤسسات العسكرية أو الأمنية والاقتصادية، بنشر تلك البيانات والمعلومات على نطاق واسع، وهو ما يشكل خطراً بالغًا على أمن تلك الدول والمؤسسات، سواء على مستوى الأمن القومي أو الداخلي.

ومن أهم أسباب استخدام المنصات الاجتماعية الرقمية نشر المعلومات ونقل الشائعات، ويرجع ذلك إلى سرعة وسهولة نشر المعلومات عبر هذه الوسائل، والعدد الهائل لمستخدميها، والحصول على الأخبار والمعلومات، إضافة إلى إمكانية تصديقها من غالبية المستخدمين للجهل بالحقائق، وعدم وجود رقابة أو حساب على نشر المعلومات المغلوطة، وعدم وجود قوانين وقواعد تنظم عمليات النشر في هذه الوسائل، وصعوبة تحكم الجهات المختصة فيها.

كما تندرج الشائعات والمعلومات التي تتداولها المنصات الاجتماعية الرقمية تحت تصنيف العرض الاجتماعي للآراء الشخصية، التي يمكن أن يستغلها أفراد أو جماعات أو أحزاب لتوجيه الرأي العام لتحقيق أهداف محددة، من خلال معلومات الشائعات والمعلومات المغلوطة التي من شأنها أن تؤثر على الأمن المجتمعي (السعايدة، 2019، ص: 325).

وترى واردل Wardle (2019) أن المعلومات المضللة تبعد كل البعد عن كونها معلومات جديدة، وتتنوع صور المعلومات المضللة والتقنيات التي يستخدمها مروجو المعلومات المضطرة، فنجدها في العناوين الرئيسية، والاقتباسات من موضوعات وأجزاء ليس لها علاقة بالمعلومات القديمة، الاستشهاد بالإحصائيات بطريقة تتماشى مع الموضوع المراد تغطيته، والصور، حتى أنه يصعب على القارئ اكتشاف الحقيقة، ويصل المؤلف إلى هدفه، وهو التضليل.

ويرى واردل ودراخشان Wardle, Derakhshan (2017) وجود ثلاثة أنواع من اضطراب المعلومات يجب التفريق بينها، هى:

- **المعلومات الكاذبة:** وهي المعلومات الكاذبة المتعمدة لإلحاق الضرر بشخص ما، أو منظمة بعينها، أو مؤسسة أو مجموعة اجتماعية أو دولة.
- **المعلومات المضللة:** وهي معلومات خاطئة لم يقصد به إيذاء أو إيقاع الضرر على أحد.
- المعلومات الخاطئة: وهي معلومات تستند إلى حقائق واقعية، تستخدم بهدف إلحاق الضرر بأحد الأنظمة المجتمعية أو دولة أو شخص.

أنواع اضطرابات المعلومات:

تتعدد أنواع اضطرابات المعلومات المتداولة في المنصات الاجتماعية الرقمية إلى:

1. محتوى خاضع للتلاعب: عن طريق التلاعب بالمعلومات أو الصور الحقيقية أو الفيديوهات بهدف خداع الجمهور.
2. ربط كاذب: ويقصد به الاختلاف الواقع بين العناوين والمحتوى، ولا تُربط الموضوعات بالصور والفيديوهات.
3. سياق خاطئ: ويقصد به تناول موضوع حقيقي في سياق مختلف في الأزمنة ووقت التداول.
4. محتوى ملفق: عن طريق إنشاء محتوى جديد مُزوَّر بالكامل بهدف الخداع وإيقاع الأذى.
5. محتوى انتحالي: عن طريق انتحال هويات مصادر حقيقية.

6. محتوى مضلل: توظيف مضلل للمعلومات بهدف إثارة قضية ما أو أحد الأفراد داخل المجتمع.
7. سخرية أو محاكاة ساخرة: وفي هذا النوع لا يقصد مروج المعلومات نية التسبب بأذى، ولكن يمكن أن تخدع بعضهم من خلال استخدام السخرية أو المبالغات للسخرة من القضايا المهمة، والاعتماد على المرح والسخرية، ومزجها بالمعلومات الخاطئة للتعليق على الأحداث الحالية.
8. تحيز بالغ: بتقديم وجهة نظر معينة اعتماداً على الدعاية والمعلومات خارج السياق، والآراء والحقائق المشوهة.
9. نظرية المؤامرة: بالاعتماد على مروجين لنظرية المؤامرة يربطون القضايا والأحداث اليومية بهذه النظرية باستمرار بهدف دعمها وتأكيدها للجمهور.
10. شائعات كثيفة: بالتركيز على الشائعات والنميمة والتلميحات والادعاءات غير المؤكدة.
11. علم زائف: من خلال الاعتماد على تقديم المغالطات العلمية والادعاءات غير الصحيحة.
12. أخبار الكراهية: من خلال الاعتماد على الأخبار التي تبث الكراهية والعنصرية وأفكار التفرقة.
13. أخبار سياسية: بتقديم وجهات نظر واحدة فقط لدعم شخصية سياسية معينة (عبد اللطيف، 2021).

أشكال اضطراب المعلومات المتداولة في المنصات الاجتماعية الرقمية:

يمكن تصنيف أشكال اضطراب المعلومات المتداولة في المنصات الاجتماعية الرقمية من حيث أهداف نشرها إلى شكلين:

الشكل الأول: اضطراب المعلومات موجهة الهدف

ينشرها أصحابها وهم على يقين ودراية تامة بكون هذه الأخبار عارية عن الصحة، وعادة ما يكون لديهم هدف أو غرض محدّد من نشر هذه الأخبار حَسَبَ نوع الخبر والمجال الذي يقع في خانته، وهذا النوع من الشائعات ليس بالضرورة أن يكون تأثيره سلبياً، فقد

يأتي إما لغرض تسويقي أو إعلاني، أي أن الشائعة هنا تؤدي وظيفة ما، ويسعى مروجوها لتحقيق أهداف معينة من طرف جهات محددة.

الشكل الثانى: اضطراب المعلومات غير محددة الهدف

وفي الغالب، فإن هذه النوعية من الشائعات تتنوع مصادرها وأهدافها، فقد تكون نتاج أشخاص أو جهات خارجية أو شركات كبرى، وفي الغالب، فإن دوافع وأهداف هذه النوعية من الشائعات تتمثل في الآتي:

- زعزعة الاستقرار الداخلي للدول والمجتمعات، خاصة إذا استهدفت هذه الشائعات رموزًا أو قيادات دولة ما، أو تطرقت إلى قضايا ترتبط بالأمن المجتمعي للمواطنين في دولة ما، هنا يظل تأثير الشائعة قائمًا ومستمرًا لفترة ما، خصوصًا في زمن الاتصال السريع والتواصل عبر الشبكات الاجتماعية والمعلومة الآنية التي تنتشر كالنار في الهشيم.
- إثارة الفتن والخصومات وتعميق الخلافات القائمة بين فئات المجتمع، التي تعمل الشائعات على إيجادها؛ محاولة استغلال الظروف والمواسم والمناسبات بغرض النيل من سمعة الشخص المقصود، أو المساس بمركزه الاجتماعي أو التعرض لمكانته.
- تهديد الأمن الاقتصادي للدول والشركات الكبرى، بتركيز مروجي الشائعات على المنشآت الاقتصادية والتجمعات العمالية وأسواق البورصة وغيرها من السلع التي أدت دورًا استراتيجيًا في حياة الناس، بقصد خلق كلّ ما من شأنه إعاقة سير الإنتاج والتنمية الاقتصادية (الجمل، 2019، ص: 27).

وأشارت دراسات إلى أن منصات التواصل الاجتماعي أصبحت خلال الأعوام الخمس الأخيرة صاحبة السيادة على شبكة الإنترنت، فقد سجّلت في زمن وجيز كثيرًا من الأرقام القياسية، سواء من حيث أعداد مستخدمي هذه الوسائل، أو من حيث العائد المادي الهائل الذي حققته، وقد أوضح هؤلاء أن ذلك سبب الانتشار السريع لاستخدام منصات التواصل الاجتماعي (خليفة، 2016، ص: 11).

ويتضح مما سبق أن منصات التواصل الاجتماعي أصبحت أداة محورية في التواصل بين كثير من الأفراد، ليس على المستوى المحلي فقط؛ بل على المستوى العالمي، وأنّ عدد

مستخدمي تلك المنصات في تزايد مستمر في ضوء ما وفّرته من سهولة في الاستخدام والاتصال، وفي القدرة على طرح الأفكار والآراء دون قيود، ودون توقيتات محددة (الحمادي، 2017، ص:31).

وترى الباحثة أن معظم الدول في العصر الحالي تعاني من مشكلات اقتصادية واجتماعية، تؤثر على الأفراد والمجتمع بجميع مستوياته، وعلى الصعيد المحلي، وفي الآونة الأخيرة، تصاعدت الأزمة الاقتصادية، وأثرت على طبقات المجتمع المصري بجميع فئاته، وعلى الرغم من جهود الدولة المبذولة لحل المشكلات الاقتصادية، فإن بعض المعارضين للدولة أو المُخرِّبين من أفراد الجماعات الإرهابية يعملون جاهدين على نشر المعلومات الاقتصادية المتضاربة مع الحقائق، ونقل المعلومات الاقتصادية المضللة، بهدف نشر الشغب في المجتمع المصري والمساس بأمنه الاجتماعي وزعزعه استقراره.

وتلجأ الدول والجماعات في عصرنا الحالي إلى اختيار الطرق المناسبة لنشر وتداول المعلومات المضللة والكاذبة، وأشهرها تداول المعلومات عبر المنصات الاجتماعية الرقمية، لإثارة الشعوب على حكوماتها، تجاه بعض الإجراءات؛ لتحقيق بعض المصالح الشخصية أو الجماعية، وتعزيز الاعتراض على سلوكيات وأفعال الحكومات التى تنشر الاستقرار، من خلال عمليات الاعتصام أو الإضراب، أو التخريب أو التدمير، التي يقوم بها البعض في مثل تلك الحالات (الحمادي، 2017، ص: 43).

أهداف اعتماد الجمهور على المنصات الاجتماعية الرقمية للحصول على المعلومات:

أولًا: الفهم، ويقصد به معرفة وفهم ما يدور في البيئة المحيطة، ويشمل الحصول على خبرات معينة لتحقيق الانسجام بين الفرد والوسط المحيط به.

ثانيًا: التوجيه، تُوجّه وسائل الإعلام الجمهور في إطار أخلاقيات المجتمع وضوابطه.

ثالثًا: التسلية، يعتمد الأفراد على وسائل الإعلام لتلقي موضوعات ترفيهية، والإسهام في تحقيق الاسترخاء، والتخلص من الملل، والهروب من المشكلات والضغوط اليومية (الحاج، 2020).

ومن أخطر الأمور التي تُستخدم منصات التواصل الاجتماعي لتحقيقها بثّ الأفكار

المضللة والكاذبة في المجتمع، إذ أنّ بثّ تلك الأفكار يؤدي إلى تكوين الآراء والمعتقدات غير الصحيحة لدى أفراد، ومن ثم إحداث الفجوة بينهم وبين المجتمع وأبنائه، سواء من خلال العزلة والانطواء بعيدًا عنه، أو من خلال تبني الأفكار المتطرفة وعدم القناعة، أو الولاء للمجتمع والإيمان بأفكاره وقيمه الصحيحة، أو بالانضمام إلى الجماعات التي تبث تلك الأفكار والاشتراك في تنفيذ مخططاتها الهدامة، ومن هنا تظهر مشكلات في السلم المجتمعي.

السلم المجتمعى:

السلم المجتمعي أو الاجتماعي هو ذلك التعايش والاستقرار التام بين شعوب وأعراق مناطق مختلفة نتيجة التفاهم وحسن الجوار، واحترام الرأي الآخر وتقبل تعايش الأقليات مع بعضها، وحل المشكلات بالاتفاق دون عنف، ويتغذى السلم المجتمعي بنشر الاستقرار والأمن والعدل الكافل لحقوق الأفراد في مجتمع ما، أو بين مجتمعات أو دول، ويراد به توفر الأمن والاستقرار والتعايش بين أفراد المجتمع في الدولة، والعدل بينهم في الحقوق والواجبات، ويخلص إلى أن إعمال السلم المجتمعي على الدولة والأفراد له أثر كبير في بناء المجتمع والمحافظة عليه وصون مقدراته، كما أن السلم المجتمعي يأخذ حكم الوجوب على الدولة والأفراد، كل في موقعه، فقد تضافرت النصوص الشرعية على وجوب إعماله تحقيقًا للمصلحة العامة (دعيم، 2019، ص:20).

وعرَّف البدوي (2011) السلم الاجتماعي بأنه: ترسيخ الاستقرار والأمن والعدل الكافل لحقوق الأفراد في مجتمع ما، أو بين مجتمعات أو دول.

النظرية المُفسِّرة للدراسة:

تعتمد الدراسة في بنائه النظري وصياغة فروضها على نظرية الاعتماد، على النحو الآتي:

نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

ترى هذه النظرية أن استخدام وسائل الاتصال لا يكون بمعزل عن تأثير النظام الاجتماعي والبيئة التي تعيش فيها وسائل الاتصال، ذلك أن الأفراد يتأثرون بما يتلقونه من المجتمع.

ويذكر محمد إسماعيل أن نظرية الاعتماد تعد نظرية كُلِّية؛ تقدم نظرة شاملة للعلاقات بين الاتصال والرأي العام، وتتجنب الأسئلة اليسيرة ذات العلاقة بتأثير وسائل الإعلام في المجتمع، كما يذكر أن أهم إضافة للنظرية هي أن المجتمع يؤثر في وسائل الإعلام، وهذا يظهر الميل العلمي السائد في العلوم الاجتماعية الحديثة، وهو الميل إلى الحياة على أنها منظومة مركبة من العناصر المتفاعلة، وليست نماذج منفصلة من الأسباب والنتائج (الهيثي، 2007).

فروض نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، ومنها منصات التواصل الاجتماعى الرقمى:

- العلاقة بين شدة الاعتماد ودرجة تأثير الوسيلة لدى الجمهور، فكلما زادت المجتمعات تعقيداً زاد اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام، وتؤثر درجة استقرار النظام الاجتماعي في زيادة الاعتماد أو قلته على مصادر معلومات وسائل الإعلام، وكُلما زادت درجة عدم الاستقرار في المجتمع زاد الاعتماد لدى الأفراد على وسائل الإعلام.
- تزداد درجة الاعتماد على وسائل الإعلام في حالة قلَّة القنوات البديلة للمعلومات، أما في حالة وجود مصادر معلومات بديلة تُقدِمها شبكات خاصة أو رسمية، أو مصادر عالمية خارج المجتمع، سيقل اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام.
- يختلف الجمهور في درجة اعتماده على وسائل الإعلام نتيجة وجود اختلاف في الأهداف الشخصية، والمصالح، والحاجات الفردية.

وتُفيد هذه النظرية في تفسير السلم المجتمعي، من خلال أن زيادة اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام مؤشر على حالة القلق وعدم الاستقرار وانخفاض السلم المجتمعي داخل المجتمع، ومن ثمَّ التأثير في التنمية، على اعتبار أن الإعلام ومواقع التواصل الاجتماعي تُشكِل إحدى أهم أذرُع العولمة، وتُشكِل سُلطة قوية في حياة الشعوب، إضافة إلى التأثير السلبي الذي تُمارسه وسائل التواصل الاجتماعي والإعلام، من خلال مشاهد العُنف وبث خطاب الكراهية ووجود إعلام ومواقع تواصل اجتماعي غير آمنة، وخصوصاً مع غياب وجود إعلام أمني (العزي، 2019، ص:39).

وتشير النظرية إلى درجة تأثير كبيرة لوسائل الإعلام والاتصال على الجمهور، فيما يتعلق بنشر الشائعات واضطراب المعلومات باستخدام وسائل المنصات الاجتماعي الرقمية، مع العلم بأن كثيراً من أفراد المجتمع، ولا سيما من الشباب، يعتمدون على المنصات الاجتماعي الرقمية في الحصول على الأخبار والمعلومات التي تتعلق بالقضايا المختلفة في المجتمع، سواء كانت سياسية أو اجتماعية أو اقتصادية، مما يفتح المجال لتأثير الشائعات واضطراب المعلومات في تكون الرأي العام لأفراد المجتمع، والتأثير على الأمن المجتمعي في مختلف الجوانب.

عرض نتائج الدراسة ومناقشتها:

حدود الدراسة الميدانية:

الحدود المكانية: اختارت الباحثة عينة الدراسة من الجمهور المصري المتابع للمعلومات الاقتصادية عبر المنصات الاجتماعية الرقمية، وذلك لما يتوفر فيها من الشروط المطلوبة لإجراء البحث.

الحدود البشرية: تشمل الحدود البشرية لهذه الدراسة في عينة مكونة من (450) مفردة من الذكور والإناث في القاهرة الكبرى ومحافظة بني سويف.

الحدود الزمنية: طُبِّقت الدراسة الميدانية في المدّة من 2023/1/1 إلى 2023/3/7.

الحدود الموضوعية: اضطراب المعلومات الاقتصادية عبر المنصات الاجتماعية الرقمية وعلاقته بالسلم المجتمعي من وجهة نظر عينة من الجمهور المصري: دراسة ميدانية في إطار نظري.

المحور الأول: المتغيرات الديمغرافية

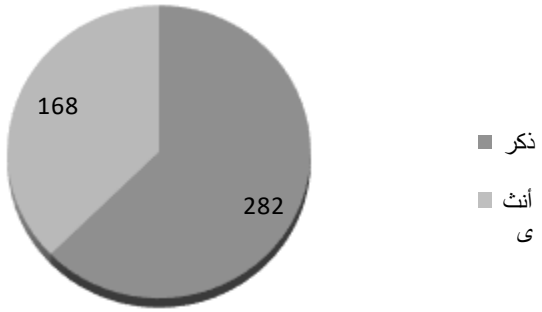
جدول (6)

النسبة المئوية للنوع الخاص بعينة الدراسة

النوع	التكرار	النسبة المئوية
ذكور	282	%62.6
إناث	168	%37.4
المجموع	450	%100

يشير الجدول إلى أن النسبة الأكبر من عدد المبحوثين المشاركين في الدراسة من الذكور بنسبة (62.6%)، بينما كان عدد الإناث (37.4%).

والمخطط البياني الآتي يوضح ذلك:



المخطط البياني (1)

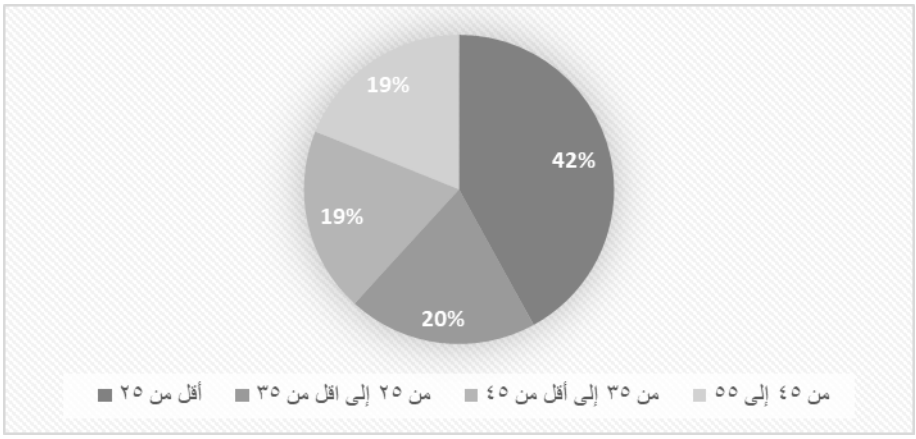
عدد أفراد العينة حسب متغير النوع

جدول (7)

النسبة المئوية للعمر الزمنى للجمهور المصري الخاصة بعينة الدراسة

العمر الزمنى	التكرار	النسبة المئوية
أقل من 25 سنة	189	%42
من 25إلى أقل من 35 سنة	89	%19.8
من 35 إلى أقل من 45سنة	87	%19.3
من 45إلى أقل من 55سنة	85	%18.9
الإجمالى	450	100

يتبين من الجدول السابق أن الفئة العمرية التي تتراوح بين (أقل من 25 سنة) جاءت بنسبة (42%)، وتمثل الفئة (من 45 إلى أقل من 55سنة) أقل عدد من الاستجابات من أفراد عينة الدراسة بنسبة (18.8%).



(2) المخطط البيانى

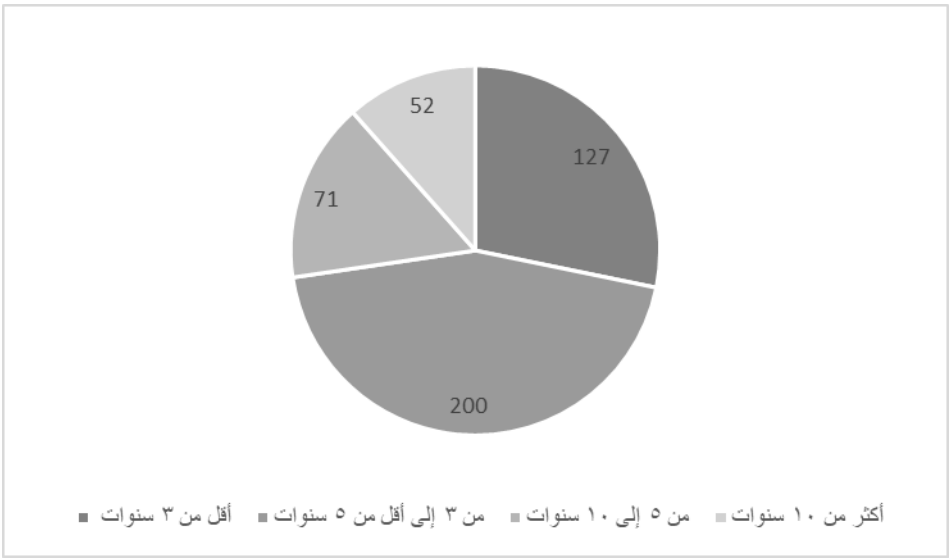
عدد أفراد العينة حسب متغير النسبة المئوية للعمر الزمنى

جدول (8)

النسبة المئوية لسنوات متابعة المنصات الاجتماعية الرقمية الخاصة بعينة الدراسة

سنوات متابعة المنصات الاجتماعية الرقمية	التكرار	النسبة المئوية
أقل من 3 سنوات	127	%28.2
من 3 إلى أقل من 5 سنوات	200	%44.4
من 5 إلى 10 سنوات	71	%15.7
أكثر من 10 سنوات	52	%11.5
المجموعة	450	100

يتبين من الجدول السابق أن سنوات متابعة المنصات الاجتماعية الرقمية (من 3 إلى أقل من 5 سنوات) حصلت على الفئة الأكثر تكراراً بنسبة (44.4%)، وتمثل الفئة (أكثر من 10 سنوات) أقل عدد من الاستجابات لأفراد عينة الدراسة بنسبة (11.5%).



المخطط البيانى (3)

النسبة المئوية لسنوات متابعة المنصات الاجتماعية الرقمية الخاصة بعينة الدراسة

المحور الثانى: عرض وتحليل النتائج في ضوء الفرضيات

الفرضية الأولى: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أهم أنوع المنصات الاجتماعية الرقمية التى يستخدمها الجمهور المصري للحصول على المعلومات الاقتصادية.

للتعرف على أهم أنوع المنصات الاجتماعية الرقمية التي يستخدمها الجمهور المصري للحصول على المعلومات الاقتصادية، استُخرجت المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية لعبارات المحور الأول: أهم المنصات الاجتماعية الرقمية من وجهة نظر عينة من الجمهور المصري، كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (9)

استجابات مجتمع الدراسة حول عبارات المحور الأول: أهم المنصات الاجتماعية الرقمية من وجهة نظر عينة من الجمهور المصري (ن=450)

م	العبارة	المتوسط الحسابى	الانحراف المعياري
1	أحصل على المعلومات الاقتصادية من موقع التواصل الاجتماعى جوجل بلس (Google Plus).	4.02	.923
2	أحصل على المعلومات الاقتصادية من موقع التواصل الاجتماعى فيميو (Vimeo).	4.06	.977
3	أحصل على المعلومات الاقتصادية من موقع التواصل الاجتماعى يوتيوب (YouTube).	4.29	.931
4	أحصل على المعلومات الاقتصادية من موقع التواصل الاجتماعى وورد برس (WordPress).	3.00	1.266
5	أحصل على المعلومات الاقتصادية من موقع التواصل الاجتماعى فيسبوك (Facebook).	4.46	.894
6	أحصل على المعلومات الاقتصادية من موقع التواصل الاجتماعي تويتر (Twitter).	4.25	.989

يتضح من الجدول السابق أن أعلى إجابة كانت التي تنص على "أحصل على المعلومات الاقتصادية من موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك (Facebook)"؛ إذ بلغ المتوسط الحسابي لها 4.46 بانحراف معياري 894.، في حين جاءت أقل إجابات أفراد العينة التي تنص على "أحصل على المعلومات الاقتصادية من موقع التواصل الاجتماعي وورد برس WordPress"؛ إذ بلغ المتوسط الحسابي لها 3.00، بانحراف معياري 1.266. وتتفق هذه النتائج مع نتائج دراسة هاجر محمود محمد (2020)، التي أشارت إلى تصدر موقع التواصل الاجتماعي "فيسبوك" كإحدى أهم وسائل الإعلام الجديد التي يتعرَّض لها الجمهور المصري للحصول على معلومات حول أزمة كورونا، وتتفق نتائج الدراسة الحالية أيضًا مع نتائج دراسة أسامة غازي المدني (2015)، التي توصلت إلى

أن فيس بوك أهم شبكات التواصل الاجتماعي التي يستخدمها المبحوثون على شبكة المعلومات بشكل رئيس، بنسبة بلغت 69.77%.

كما أشارت نتائج دراسة ممدوح السيد عبد الهادي، وحنان كامل حنفي (2015) إلى أن نسبة عالية من الشباب يستخدمون الشبكات الاجتماعية، وجاء موقع (فيس بوك) في الترتيب الأول، بوصفه أفضل مواقع التواصل الاجتماعي لدى الشباب.

وتتفق نتائج هذه الدراسة مع دراسة شادية محمد جابر (2021)؛ إذ احتل فيس بوك المركز الأول كأكثر المواقع التي يقبل عليها الشباب بنسبة 69.55%، يليه واتساب بنسبة 36.5%.

وقد أفاد تقرير معهد رويترز بأن تطبيق «فيسبوك» Facebook يُعد الوجهة الأولى لمُستخدمي منصات التواصل الاجتماعي للحصول على الأخبار؛ إذ أكَّد 44% من المشاركين في الاستطلاع في شتى أنحاء العالم أنهم يستخدمون «فيسبوك» لمتابعة الأخبار، فيما جاء تطبيق «يوتيوب» YouTube في المركز الثاني بنسبة 29%، يليه تطبيق «واتساب» WhatsApp، ورغم أن تطبيق «تويتر» Twitter يمتلك عدداً أقل من المستخدمين النشطين شهرياً مقارنة بالتطبيقات سالفة الذكر، فإنه يحظى بشعبية كبيرة فيما يتعلق بمتابعة المحتوى الإخباري.

الفرضية الثانية: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اضطراب المعلومات عبر المنصات الاجتماعية الرقمية والسلم المجتمعى من وجهة نظر الجمهور المصري.

جدول (10)

العلاقة بين اضطراب المعلومات الاقتصادية عبر المنصات الاجتماعية الرقمية والسلم المجتمعى من وجهة نظر الجمهور المصرى.

المتغير	اضطراب المعلومات الاقتصادية عبر المنصات الاجتماعية الرقمية			
	معامل الارتباط	الاتجاه	القوة	مستوى الدلالة
السلم المجتمعى	**0.759	طردي	قوي	.000

يتضح من خلال الجدول السابق أن قيمة الدلالة المعنوية بلغت 000.، وهي أقل من 0.05، مما يشير وجود علاقة ارتباطية إيجابية قوية بين اضطراب المعلومات الاقتصادية عبر المنصات الاجتماعية الرقمية والسلم المجتمعي من وجهة نظر الجمهور المصري.

وترجع الباحثة هذه العلاقة الطردية القوية بين اضطراب المعلومات الاقتصادية عبر المنصات الاجتماعية الرقمية والسلم الاجتماعي، إلى أن السلم الاجتماعي يُعد أحد أهم العوامل الأكثر تأثيراً في حياة المواطن المصري، لأنه يرتبط ارتباطًا مباشراً بحياة المواطن المصري اليومية، وتؤثر أيضًا فيه وفي أسرته بشكل مباشر، وكل ما سبق يثير تساؤلات وشكوكًا لدى المواطنين المصريين، ويجعلهم أقل قُدرة على اتخاذ القرارات، سواء في حياتهم اليومية أو المستقبلية، ويضع المواطن في حيرة من أمره، مما يؤثر سلبًا في روحه المعنوية، ويقلل من شعوره بالانتماء للوطن.

وبالرجوع إلى إحصائيات ومعلومات المركز الإعلامي التابع لمجلس الوزراء، يتضح أن الشائعات التي تتعلق بقطاعات الاقتصاد والخدمات واحتياجات المواطن المصري جاءت في مقدمة القطاعات الأكثر تعرضًا للشائعات؛ إذ بلغت نسبة الشائعات التي تنتشر عن الوضع الاقتصادي نحو 28.9%، يليها الشائعات حول نقص المواد التموينية بواقع 20.4%، ثم الشائعات حول التعليم بواقع 12.7%، ثم الصحة بواقع 11.3%، وقطاع الزراعة نحو 7%، والتضامن 6.3%، وقطاع الطاقة والوقود نسبة 4.9%.

ومما سبق، يتضح أن أي خلل في المعلومات الاقتصادية، أو شائعات تتعلق بالجانب

الاقتصادي للدولة، تتداولها إحدى منصات التواصل الاجتماعي الرقمية، أمر يهدد السلم الاجتماعي للمواطنين، ويثير الشكوك تجاه الوضع الاقتصادي للمواطنين، ويثير القلق حول مستقبل الفرد وأسرته، مما يزعزع انتماءهم الوطني، باعتبار أن السلم المجتمعي ركيزة المجتمع المتطور والراقي، ويحفظ سيادة الأمن في المجتمع؛ لأن عدم الأمن الاجتماعي يعوق الفرد أو الدولة من تحقيق ما تصبو إليه، فاضطراب المعلومات الاقتصادية ينتقل دون قيود ورقيب عبر المنصات الاجتماعية الرقمية.

وتتفق هذه الدراسة مع دراسة رعد خاشع حافظ (2020)، بأن مواقع التواصل الاجتماعي تؤدي دوراً مهماً ومحورياً في تعزيز السلم الأهلي والمجتمعي داخل المجتمعات لما تمتلكه من أدوات وميزات تمكنها من شغل هذا الدور، كما أن مواقع التواصل الاجتماعي لديها القدرة على التأثير الايجابي في جمهور المستخدمين بالتفاعل والمشاركة فيما بينهم، كما أسهمت في نشر إشاعة ثقافة السلم الأهلي والمجتمعي.

كما تشير دراسة صفاء عباس عبد العزيز (2019) إلى أن لاضطراب المعلومات على وسائل التواصل الاجتماعي أثراً بالغًا على الفرد والمجتمع، كما أنه يعوق عملية فهم المجتمعات لطبيعة الظروف التي تمر بها البلاد، ويجعلها عاجزة عن استيعاب الضرورات التاريخية التي تؤثر في حركتها ونموها على أرض الواقع، كما أن اضطراب المعلومات الاقتصادية يُعمِّق الأزمة ويوسع نطاقها أيضًا، ويعمل على استفحال حالات تهمل السلطات المعينة وأجهزة الإعلام التعامل معها ومواجهتها بوصفها شائعات لا أهمية لها، وبذلك يتضخم اضطراب المعلومات، ويصبح في مثل هذه الأوضاع مؤثراً إلى الحد الذي تعجز معه السلطات عن مجاراته، لذلك، كانت الحاجة ملحة لدراسة الشائعات وتحليلها من دائرة الأزمة؛ إذ يخرج أثرها من الفرد إلى المجتمع، ثم المجتمعات المجاورة، فالشائعة تُعمي الصراط المستقيم.

وتتفق الدراسة الحالية كذلك مع دراسة حسيب محمد فقيه (2019)، في أهمية دور السلم الاجتماعي لتأمين نجاح عملية التنمية الاقتصادية وانعكاس نتائجها على الجانب الاجتماعي، وأن السلم المجتمعي يحقق التنمية الاقتصادية والتنمية الاجتماعية عبر ضمان التعليم للجميع واستخدام المهارات، وتعديل نظام القيم، واستخدام المهارات، وتعديل نظام القيم، وتفعيل دور المجتمع المدني، وتأمين الضمانات الاجتماعية والمشاركة.

النتائج العامة والتوصيات:

أولًا: النتائج العامة

- توصلت الدراسة إلى أن المنصات الاجتماعية الرقمية أحد أشكال الإعلام الإلكتروني الجديد في مصر، وتعمل على تزويد الجمهور بالأخبار، بصفتها الوسيلة الأكثر متابعة من الجمهور المصري، والأسرع في نقل الخبر.
- أشارن نتائج الدارسة إلى أن الجمهور المصري يعتمد على المنصات الاجتماعية الرقمية بشكل كبير جداً للحصول على المعلومات الاقتصادية، ويرجع ذلك إلى سهولة استخدام منصات التواصل الاجتماعي، وإتاحتها أمام أفراد العينة بشكل مباشر، إضافة إلى الثورة التقنية الكبيرة في مجال الإنترنت وتكنولوجيا المعلومات التي استفاد منها الجمهور، واتفقت هذه النتيجة مع دراسة (السعايدة، 2019)، ودراسة (أحمد، العايدي، 2019).
- أظهرت نتائج الدراسة أن موقع فيسبوك يشكل المصدر الأكثر انتشاراً في الحصول على المعلومات الاقتصادية لدى الجمهور المصري، وأنها الوجهة الأولى لمُستخدمي منصات التواصل الاجتماعي للحصول على الأخبار؛ لسهولة استخدامه وسرعة وصول البيانات ومشاركتها عبر الصفحات الشخصية.
- وأشارت النتائج إلى سهولة تصديق المعلومات المضللة والكاذبة من غالبية المستخدمين للجهل بالحقائق، وعدم وجود رقابة على نشر المعلومات المغلوطة، وعدم وجود قوانين وقواعد تُنظِّم عمليات النشر في هذه الوسائل، وصعوبة تحكم الجهات المختصة فيها.
- وأوضحت النتائج وجود مجموعة من المعلومات الاقتصادية الخاطئة والمضللة تنشر عن قصد على المنصات الاجتماعية الرقمية بهدف تضليل الرأي العام المصري نحو الاقتصاد، وتضعف العلاقة بين طبقات المجتمع المصري وأفراده.
- وتوصلت الدراسة إلى أن أي خلل في المعلومات الاقتصادية، أو شائعات تتعلق بالجانب الاقتصادي للدولة، تتداولها إحدى منصات التواصل الاجتماعي الرقمية، يهدد السلم الاجتماعي للمواطنين، ويثير الشكوك تجاه الوضع الاقتصادي للمواطنين، ويثير القلق حول مستقبل الفرد وأسرته، مما يزعزع انتماءهم الوطني، واتفقت هذه النتيجة مع دراسة (فقيه، 2019)، ودراسة (عبد العزيز، 2019).
- وبيَّنت النتائج وجود علاقة قوية بين متغيري الدراسة (اضطراب المعلومات

الاقتصادية عبر المنصات الاجتماعية الرقمية والسلم الاجتماعي)، لأن السلم الاجتماعي يعد أحد أهم العوامل الأكثر تأثيراً في حياة المواطن المصري، لأنه يرتبط ارتباطًا مباشراً بحياة المواطن المصري اليومية، ويؤثر أيضًا عليه وعلى أسرته بشكل مباشر.

ثانيا: التوصيات

في ضوء ما توصلت إليه نتائج الدراسة، تُقدم الباحثة مجموعة من التوصيات والمقترحات، منها: إجراء دراسات على مجتمعات مختلفة، وخاصة المجتمعات النشطة اقتصادياً، وإجراء دراسات حول تأثر الوعي الاقتصادي بالمنصات الاجتماعية الرقمية، وخاصة فئة الشباب، وضرورة رصد دور المنصات الاجتماعية الرقمية في تعزيز مفاهيم السلم المجتمعي لدى الشباب.

المصادر والمراجع:

- التوم، محمد بن عائض. (2019). الشائعات في وسائل التواصل الاجتماعي: "تويتر نموذجًا". مجلة الشمال للعلوم الإنسانية.
- البدوي، خالد بن محمد. (2011). الحوار وبناء السلم الاجتماعي. مركز الملك عبد العزيز للحوار الوطني.
- بوقرة، عيسى. (2020). ثنائية الدولة والمجتمع في دول الجنوب – دراسة في قضايا السلم الاجتماعي-. جامعة محمد بوضياف بالمسيلة.
- الجمل، مصطفى محمود. (2019). دور وسائل الاتصال الحديثة في نشر الشائعات. المؤتمر العلمي السادس بكلية الحقوق بطنطا.
- الحاج، كمال. (2020). نظريات الإعلام والاتصال. الجامعة الافتراضية السورية.
- الحمادي، خالد حمد. (2017). إسهامات منصات التواصل الاجتماعي في المجال الأمني. الفكر الشرطي بمركز بحوث الشرطة.
- خليفة، إيهاب. (2016). حروب مواقع التواصل الاجتماعي. العربي للنشر والتوزيع.
- دعيم، عزيز سمعان. (2019). ثقافة السلم المجتمعي: عقبات وتعزيزات من وجهة نظر عينة مجتمعية. مجلة جامعة الحسين بن طلال للبحوث.
- السعايدة، جهاد علي. (2019). الشائعات في وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيراتها على الأمن المجتمعي من وجهة نظر طلبة كلية الأميرة رحمة الجامعية. مجلة العلوم الإنسانية بأم البواقي.
- عبد الحميد، محمد. (2008). دراسات في مناهج البحث الإعلامي. دار الكتب بالقاهرة.

- عبد العليم، مصطفى عبد الحي. (2021). الأخبار الزائفة عبر منصات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الصحفيين المصريين: دراسة ميدانية. مجلة البحوث الإعلامية جامعة الأزهر.
- عبد اللطيف، سارة محمود محمد. (2018). منصة التواصل الاجتماعي تويتر والنخبة السياسية في مصر. جامعة عين شمس بمصر.
- العزي، خالد ممدوح. (2019). الإعلام ووسائل التواصل الاجتماعي وأثرها على التنمية والسلم المجتمعي. مجلة العربي للدراسات الإعلامية.
- فقيه، حسيب محمد. (2019). الانعكاس المتبادل بين السلم المجتمعي والتنمية الاقتصادية والاجتماعية. مجلة العربي للدراسات والأبحاث.
- القبالين، مجد خليل. (2020). الإعلام ووسائل التواصل الاجتماعي وأثرها على التنمية والسم المجتمعي. المركز العربي للأبحاث والدراسات الإعلامية.
- موسى، مصطفى محمد. (2003). المراقبة الإلكترونية عبر شبكة الأنترنت. دار الكتب والوثائق القومية.
- الهيثي، هيثم. (2007). الإعلام السياسي والإخباري في الفضائيات. دار أسامة للنشر والتوزيع.
- نصر، حسني. (2009). مقدمة في الاتصال الجماهيري. مكتبة الفلاح بالكويت.
- Thomson, T.J, Angus, Daniel, Dootson, Paula, Hurcombe, Edward, Smith, Adam. (2020). Visual Mis/disinformation in Journalism and Public Communications: Current Verification Practices, Challenges, and Future Opportunities. JOURNALISM PRACTICE, Informa UK Limited, trading as Taylor & Francis Group.
- Karlova, Natascha A, Fisher, Karen E. (2012). "Plz RT": A Social Diffusion Model of Misinformation and Disinformation for Understanding Human Information Behaviour. Proceedings of the ISIC2012 (Tokyo).
- Wardle, Claire. (2019). FIRST DRAFT'S ESSENTIAL GUIDE TO Understanding Information Disorder. the Creative Commons Attribution Non Commercial- No Derivatives 4.0 International License.
- Wardle, Claire, Derakhshan, Hossein. (2017). INFORMATIONDISORDER: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making. Council of Europe report DGI (2017)09.

Journal of Mass Communication Research «J M C R»

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

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

Editor-in-chief: Prof. Reda Abdelwaged Amin

Dean of Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

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

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

Assistants Editor in Chief:

Prof. Mahmoud Abdelaty
- Professor of Radio,Television, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Prof. Fahd Al-Askar
- Media professor at Imam Mohammad Ibn Saud Islamic University (Kingdom of Saudi Arabia)

Prof. Abdullah Al-Kindi
- Professor of Journalism at Sultan Qaboos University (Sultanate of Oman)

Prof. Jalaluddin Sheikh Ziyada
- Media professor at Islamic University of Omdurman (Sudan)

Managing Editor: Prof. Arafa Amer
- Professor of Radio,Television, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Editorial Secretaries:

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

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

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

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

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

Correspondences

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

Issue 68 October 2023 - part 1

Deposit - registration number at Darelkotob almasrya /6555

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

International Standard Book Number «Paper Edition»9297- 1110

Rules of Publishing

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

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