

اعتماد الجمهور الفلسطيني على شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية بخطر الشائعات

شوقي إبراهيم زرعى قديح *

قسم العلاقات العامة، كلية الإعلام، جامعة الأقصى، فلسطين

البريد الإلكتروني: Shawke7qudeh@gmail.com

Palestinian youth rely on social media networks for awareness in general Field study

Shawkqi Ibrahim Zerei Qudaih *

Department of Public Relations, Faculty of Media, Al-Aqsa University, Palestine

تاريخ الاستلام: 2025-04-013، تاريخ القبول: 2025-05-17، تاريخ النشر: 2025-06-01.

المخلص:

هدفت الدراسة الى معرفة مدى اعتماد الشباب الفلسطيني في محافظات غزة على شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية بخطر الشائعات، معرفة اهم شبكات التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها الشباب الفلسطيني خلال متابعة مخاطر الشائعات على المجتمع الفلسطيني، والتعرف على أسباب اعتماد الشباب على شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية بخطر الشائعات على المجتمع الفلسطيني، وتنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية، اعتمد الباحث في دراسته على منهج المسح الإعلامي، استخدم الباحث في هذه الدراسة صحيفة الاستقصاء لجمع البيانات، يتمثل مجتمع الدراسة من الشباب في محافظات غزة، اختيار العينة العشوائية الطبقية قوامها (400) مبحوث من الشباب في غزة، وتوصلت الدراسة على عدة نتائج أهمها: أن ما نسبته 22.0% هم من الذين درجة اعتمادهم على شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية بخطر الشائعات عالية جداً، أن ما نسبته 88.5% مصدرهم متابعتهم في التوعية بخطر الشائعات عبر شبكات التواصل الاجتماعي، وبينت وأن ما نسبته 88.8% يعتمدون على الفيس بوك، بينما ما نسبته 81.3% على واتس أب.

الكلمات المفتاحية: الشباب الفلسطيني - شبكات التواصل الاجتماعي - التوعية - الشائعات.

Abstract

The study aimed to know the extent to which Palestinian youth in the Gaza Strip depend on social media networks to raise awareness of the dangers of rumors, to know the most important social media networks that Palestinian youth depend on when following the dangers of rumors on Palestinian society, and to identify the reasons for youth dependence on social media networks to raise awareness of the dangers of rumors on Palestinian society. This study belongs to descriptive research. The researcher relied on

the media survey method in his study. The researcher used the survey sheet in this study to collect data. The study community consists of youth in the Gaza Strip. The random stratified sample was selected, consisting of (400) youth respondents in Gaza. The study reached several results, the most important of which are: 22.0% are those whose degree of dependence on social media networks to raise awareness of the dangers of rumors is very high, 88.5% are their source of following up on awareness of the dangers of rumors via social media networks, and it showed that 88.8% depend on Facebook, while 81.3% on WhatsApp.

Keywords: Palestinian youth - social networks- Awareness Rumors.

مقدمة:

تعد شبكات التواصل الاجتماعي تولى اهتماماً كبيراً وخلال دورها الفعال في نشر الأخبار والقيام بالتوعية لكم كبير من القضايا التي يوجد لها مناخ اجتماعي في فلسطين، وتعالج القضايا الأخرى وبالأخص توعية المواطنين بالشائعات، ومخاطرها المختلفة.

حيث تزايد في انتشار الشائعات وسرعة تداولها بين أفراد المجتمع وخاصة أثناء الحصار والأزمات التي عانى منها المجتمع الفلسطيني في الآونة الأخيرة وخصوصاً خلال الحرب المستمرة على قطاع غزة، وتختلف الشائعات في طبيعتها وهدفها والمجتمع المستهدف من ورائها فبعض الشائعات تكون ذات صبغة سياسية ومن أهدافها تقويض الأمن العام في المجتمع وخلق روح من السخط والعداء تجاه ولاية الأمور.

لذا جاءت هذه الدراسة لتوضيح مدى استخدام الشباب الفلسطيني على شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية بخطورة الشائعات، وسبل معالجتها والحد انتشارها بين المجتمع.

الدراسات السابقة:

دراسة عبد القوي، (2024): استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التصدي لظاهرة الاخبار الزائفة عبر الاعلام الرقمي. سعت الدراسة للبحث عن الدور التي تقوم به تطبيقات الذكاء الاصطناعي للحد من انتشار الاخبار الزائفة عبر وسائل الاعلام الرقمية وذلك من خلال التطبيق على عينة من خبراء الذكاء الاصطناعي العاملين في المؤسسات الاخبارية بلغت 50 مبحوث، استخدمت الدراسة نظرية الافكار المستحدثة، وتم جمع البيانات عبر استمارة الاستبيان الالكتروني. وتوصلت الدراسة الى عدد من النتائج: وهي ارتفاع درجة اهتمام عينة الدراسة بمتابعة توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في انتاج المحتوى الاخباري ولكن في الوقت ذاته يتم استخدامها بنسبة ضعيفة في التصدي لظاهرة انتشار الخبر الزائف عبر وسائل الاعلام الرقمية حيث اشارت النتائج الى انخفاض درجة مصداقية الاخبار المنتجة بواسطة تطبيقات الذكاء الاصطناعي ورصدت الدراسة أهم اسباب وتحديات انتشار ومواجهة الاخبار الزائفة عبر وسائل الاعلام الرقمي جاءت النتائج أن

الجلول النامية تواجه مشكلة في الثقافة التقنية تعوق الاعتماد عليها بشكل اساسي في التصدي للانتشار الخبر الزائف عبر وسائل الاعلام الرقمي.

دراسة الدسوقي، وآخرون، (2024): مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في التصدي للشائعات أثناء جائحة كورونا. تسعى الدراسة إلى التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في التصدي للشائعات أثناء جائحة كورونا، يعد من البحوث الوصفية، اعتمد على أداة الاستبيان لجمع البيانات من عينة قوامها (400) مفردة من متابعة مواقع التواصل الاجتماعي أثناء جائحة كورونا، وتوصل الدراسة إلى عدة نتائج: من ضمنها هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين معدلات استخدام عينة البحث لمواقع التواصل الاجتماعي، وجدت فروق ذات دلالة إحصائية بين المتغيرات الديموغرافية للمبحوثين (النوع) ومعدل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، ومعدل التعرض للشائعات، ومستوى الوعي الصحي لصالح الإناث، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، ومعدل التعرض للشائعات، ومستوى الوعي الصحي.

دراسة: عبد الرحمن، (2023)¹: أخلاقيات استخدام الاعلام التفاعلي لدى الجمهور المصري وعلاقتها بانتشار الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي. هدف الدراسة الحالية إلى التعرف على أخلاقيات

استخدام الإعلام التفاعلي لدى الجمهور المصري وعلاقتها بانتشار الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي وذلك من خلال التعرف على مستوى استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي، وتنتمي هذه الدراسة الى الدراسات الوصفية، واستخدم الباحث المنهج المسحي، يتمثل مجتمع الدراسة في عينة من الجمهور المصري من الذكور والإناث (أقل من 30 - من 30:45 - من 45 فأكثر) تم جمع بيانات الدراسة الحالية من خلال أداة الاستبيان. وأظهر النتائج: أنه تختلف درجة استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي تبعاً لاختلاف مستوى خبرة المبحوثين باستخدام الإنترنت، أي أنه كلما زادت التواصل الاجتماعي تبعاً لاختلاف مستوى دوافع المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي، أسفرت النتائج تزايد درجة وعي المبحوثين بالتعامل مع الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي تبعاً لاختلاف مستوى استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي، أي أنه كلما ارتفعت درجة استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي تزداد بالتالي درجة الوعي بالتعامل مع الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي سنوات خبرة استخدام المبحوثين للإنترنت تزداد بالتالي

¹ عبد الرحمن، (2023): أخلاقيات استخدام الاعلام التفاعلي لدى الجمهور المصري وعلاقتها بانتشار الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية النوعية جامعة المنوفية.

درجة استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي، أثبتت الدراسة أنه تختلف درجة استخدام المبحوثين للمواقع.

مشكلة الدراسة:

من خلال الاستمرار بالأوضاع الأمنية المعقدة في قطاع غزة، والأحداث الجارية بينت هناك الكثير من الأعداء الذين يريدون زعزعة أمن القطاع ونشر الخوف والذعر لدى الكثير من أبناء المجتمع، وانتشار الشائعات المغلطة دون مصدر موثوق، وانتشارها بشكل سريع واتساعها في جميع القضايا حتى طالت الوضع الأخلاقي، والاجتماعي لأفراد المجتمع، وأصبح هناك اشخاص متخصصون في بث هذه الشائعات، وزعزعت النفس البشرية لذلك **فلا بد من معرفة** مدى اعتماد الشباب على شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية بخطورة الشائعات، واسباب تفضيل هذه الشبكات، ودرجة ثقتهم بها، واسباب الاعتماد عليها، ومدى معرفة الشباب في محافظات غزة بالقضايا التي تتناول التوعية بخطورة الشائعات والتأثيرات الناتجة عنها، واهم الاشكاليات والمعوقات والمقترحات اللازمة .

أهمية الدراسة:

1. الأهمية التي تكتسبها شبكات التواصل الاجتماعي لدى شباب محافظات غزة، وذلك بعد التقدم والتطور المستمر في وسائل الاتصال والانترنت وسهولة استخدامه.
2. حيوية وأهمية قضية التوعية بخطورة الشائعات وذلك استمراراً لوضع القطاع الأمني والاجتماعي والحرب المستمرة.
3. تسهم في التعرف على الموضوعات التي ركزت عليها شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية بمخاطر الشائعات لتحقيق أهداف معينة.

أهداف الدراسة:

1. التعرف على مدى اعتماد الشباب الفلسطيني على شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية بخطورة الشائعات.
2. معرفة اهم شبكات التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها الشباب الفلسطيني خلال متابعة مخاطر الشائعات على المجتمع الفلسطيني.
3. التعرف على أسباب اعتماد الشباب على شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية بخطورة الشائعات على المجتمع الفلسطيني.

4. التعرف على القضايا والموضوعات التي يهتم بها الشباب في اعتمادهم على شبكات التواصل الاجتماعي في نشر التوعية بخطر الشائعات والتي تشملها التوعية.

تساؤلات الدراسة:

1. ما مدى اعتماد الشباب الفلسطيني على شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية بخطر الشائعات؟
2. ما أهم شبكات التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها الشباب خلال متابعة مخاطر الشائعات على المجتمع الفلسطيني؟
3. ماهي أسباب اعتماد الشباب على شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية بخطر الشائعات على المجتمع الفلسطيني؟
4. ماهي القضايا والموضوعات التي يهتم بها الشباب في اعتمادهم على شبكات التواصل الاجتماعي في نشر التوعية بخطر الشائعات والتي تشملها التوعية؟

فروض الدراسة:

- أ. توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي ودرجة ثقتهم بما تقدمه من توعية بخطر الشائعات.
- ب. توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي ودرجة إشباع فضولهم المعرفي حول التوعية بخطر الشائعات.
- ت. توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة اعتماد المبحوثين فيما تقدمه شبكات التواصل الاجتماعي من معلومات حول التوعية بخطر الشائعات وفقاً للمتغيرات الديموغرافية لديهم.

نظرية الدراسة:

ترتكز هذه الدراسة في إطارها على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام للعالمين ميلفن دي فلير، وساندر روكيتش، وهذه النظرية تعتمد على عدة أسس، وهي اعتبار النظام الإعلامي مهماً للمجتمع حيث تزداد درجة اعتماده عليه فهي حالة إشباعه لاحتياجات الجمهور، كمها تقل درجة اعتماده على هذا النظام الإعلامي¹.

منهج الدراسة: اعتمد الباحث في دراسته على منهج المسح الإعلامي الذي ينتمي إلى البحوث الوصفية، "ويستهدف تسجيل وتحليل وتفسير الظاهرة بعد جمع المعلومات اللازمة والكافية عنها وعن

1 محمد عبد الحميد، (1997م)، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب للنشر والتوزيع، ط2، (ص 232-233)

عناصرها من خلال مجموعة من الإجراءات المنظمة التي تحدد نوع البيانات ومصدرها وطرق الحصول عليها.¹

أداة الدراسة:

استخدم الباحث في هذه الدراسة صحيفة الاستقصاء والتي تعد أحد الأساليب الرئيسية التي تستخدم في بيانات أولية أو أساسية أو مباشرة من العينة المختارة أو من جميع أفراد مجتمع الدراسة².
مجتمع الدراسة: يتمثل مجتمع الدراسة في الشباب بمحافظة غزة.

عينة الدراسة:

نظراً لصعوبة القيام بدراسة شاملة لجميع أفراد المجتمع من الشباب فإنه تم اختيار العينة العشوائية الطبقية قوامها (400) مجوٲ من الشباب وٲم اختيارها واقتصارها على عدد هذه العينة، وذلك عن طريق إرسالها عن إلكترونياً عن طريق رابط خاص على المجموعات الشبابية، وذلك نظراً لحالة الحرب المستمرة وعدم توفر الكهرباء والانترنت بشكل دائم.

تحليل نتائج الدراسة:

جدول (1)

يوضح التكرارات والنسب المئوية لدرجة الاعتماد الشباب الفلسطيني على شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية بخطورة الشائعات

المؤشرات	عالية جداً	عالية	متوسطة	منخفضة	منخفضة جداً	المجموع	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي
ك	88	154	76	55	27	400	3.55	71.00
%	22.0	38.4	19.0	13.8	6.8			

تبين من الجدول السابق أن ما نسبته 22.0% هم من الذين درجة اعتمادهم على شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية بخطورة الشائعات عالية جداً، بينما ما نسبته 38.4% هم من الذين اعتمادهم بدرجة عالية، بينما ما نسبته 19.0% هم من الذين اعتمادهم بدرجة متوسطة، بينما ما نسبته 13.8% هم من الذين اعتمادهم بدرجة منخفضة، بينما ما نسبته 6.8% هم من الذين اعتمادهم بدرجة منخفضة جداً، وبشكل عام فقد تبين أن الوزن النسبي يساوي 71.00%، مما يشير إلى أن درجة الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية بخطورة الشائعات جاءت بدرجة كبيرة.

¹ محمد عبد الحميد، المرجع السابق، (ص81)

² سمير حسين، المرجع السابق، (ص206)

جدول (2)

يوضح التكرارات والنسب المئوية للمصادر التي يتم متابعتها في التوعية بخطورة الشائعات

الترتيب	النسبة المئوية %	التكرار	المصادر التي يتم متابعتها في التوعية بخطورة الشائعات
1	88.5%	354	شبكات التواصل الاجتماعي
2	77.8%	311	تطبيقات الهاتف الذكي
3	60.8%	243	المواقع الإلكترونية
4	46.3%	185	الإذاعات
5	24.5%	98	القنوات التلفزيونية
6	16.3%	65	وكالات الأنباء
7	3.0%	12	أخرى
		1268	المجموع

* الإجابات اختيار من متعدد وقد تم احتساب النسبة من 400.

تبين من الجدول السابق أن ما نسبته 88.5% مصدرهم متابعتهم في التوعية بخطورة الشائعات عبر شبكات التواصل الاجتماعي، بينما ما نسبته 77.8% عبر تطبيقات الهاتف الذكي، بينما ما نسبته 60.8% عبر الشبكات الاجتماعية، بينما ما نسبته 46.3% عبر الإذاعات، بينما ما نسبته 24.5% عبر القنوات التلفزيونية، بينما ما نسبته 16.3% عبر وكالات الأنباء، بينما ما نسبته 3.0% عبر مصادر أخرى.

جدول (3)

يوضح التكرارات والنسب المئوية لشبكات التواصل الاجتماعي المفضلة التي يعتمد عليها الشباب الفلسطيني

لاكتساب التوعية بخطورة الشائعات

الترتيب	النسبة المئوية %	التكرار	المواقع الإلكترونية الإخبارية والعامة
1	88.8%	355	الفيس بوك
2	81.3%	325	واتس أب
3	55.3%	221	تلغرام
4	48.8%	195	تيك توك
5	30.0%	120	انستجرام
6	27.5%	110	تويتر
	100.0	1326	المجموع

* الإجابات اختيار من متعدد، وقد تم احتساب النسبة من 400.

تبين من الجدول السابق أن ما نسبته 88.8% يعتمدون على الفيس بوك، بينما ما نسبته 81.3% على واتس أب، بينما ما نسبته 55.3% على تلغرام، بينما ما نسبته 48.8% على مقاطع التيك توك، بينما ما نسبته 30.0% انستجرام، بينما ما نسبته 27.5% على تويتر.

جدول (4)

يوضح التكرارات والنسب المئوية لأسباب الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية بخطورة الشائعات

الترتيب	النسبة المئوية %	التكرار	أسباب الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية بخطورة الشائعات
1	68.5	274	الشعور بالحس الوطني
2	62.8	251	الموضوعية والمصداقية
3	53.8	215	متابعة التفاصيل تلك الموضوعات والثقة بها
4	46.8	187	عرض تداعيات الأخبار مدعمة بمصادر صحيحة
5	37.5	150	اعتمادها على مراسلين أكفاء
6	21.3	85	عرض جميع الآراء والاتجاهات حول التوعية
7	15.5	62	تقديم تحليل علمي دقيق لجميع جوانب الموضوع
8	3.8	15	أخرى
	100.0	1239	المجموع

* الإجابات اختيار من متعدد، وقد تم احتساب النسبة من 400.

تبين من الجدول السابق أن ما نسبته 68.5% سبب اعتمادهم على شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية بخطورة الشائعات يرجع إلى الشعور بالحس الوطني، بينما ما نسبته 62.8% يرجع إلى الموضوعية والمصداقية، بينما ما نسبته 53.8% يرجع إلى متابعة التفاصيل تلك الموضوعات والثقة بها، بينما ما نسبته 46.8% يرجع إلى عرض تداعيات الأخبار مدعمة بمصادر صحيحة، بينما ما نسبته 37.5% يرجع إلى اعتمادها على مراسلين أكفاء، بينما ما نسبته 21.3% يرجع إلى عرض جميع الآراء والاتجاهات حول التوعية، بينما ما نسبته 15.5% يرجع إلى تقديم تحليل علمي دقيق لجميع جوانب الموضوع، بينما ما نسبته 3.8% يرجع إلى أسباب أخرى.

جدول (5)

يوضح التكرارات والنسب المئوية لأهم موضوعات التوعية بالشائعات التي يتم الاهتمام بها على شبكات التواصل الاجتماعي

الترتيب	النسبة المئوية %	التكرار	أهم موضوعات التوعية بالشائعات التي يتم الاهتمام بها على شبكات التواصل الاجتماعي
1	84.3	337	الحرب وتداعياته الأمنية
2	80.0	320	الحرب النفسية
3	71.8	287	الأخبار الكاذبة ومجهولة المصدر
4	62.5	250	التخابر مع الاحتلال
5	42.5	170	الجوانب الاجتماعية
9	3.0	12	أخرى
		1376	المجموع

تبين من الجدول السابق أن ما نسبته 84.3% يعتبرون الحرب وتداعياتها الأمنية من أهم موضوعات التوعية بالشائعات التي يتم الاهتمام بها على شبكات التواصل الاجتماعي، بينما ما نسبته 80.0% يعتبرون الحرب النفسية، بينما ما نسبته 71.8% يعتبرون الأخبار الكاذبة ومجهولة المصدر، بينما ما نسبته 62.5% يعتبرون التخابر مع العدو، بينما ما نسبته 42.5% يعتبرون الجوانب الاجتماعية، بينما ما نسبته 3.0% يعتبرون بأن هناك موضوعات أخرى.

جدول (6)

يوضح التكرارات والنسب المئوية لدوافع الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية بخطر الشائعات

الترتيب	النسبة المئوية %	التكرار	دوافع شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية بخطر الشائعات
1	73.8%	295	خطورة الشائعات
2	71.5%	286	تميزها بالعمق والحس الوطني في تناول والطرح
3	70.0%	280	تحليلها بالمسؤولية الاجتماعية في قضية التوعية
4	66.3%	265	احتوائها على الوسائط المتعددة
5	56.0%	224	تعد مميزة إذا ما قورنت بالوسائل التقليدية أو شبكات التواصل الاجتماعي
6	48.8%	195	تناولها لجميع قضايا التوعية
7	42.5%	170	التأكيد من موضوعيتها ومصداقيتها في نشر التوعية حول خطورة الشائعات
8	33.0%	132	تقديم تحليل علمي دقيق لجوانب قضايا التوعية بخطر الشائعات
9	17.5%	70	تمكنني من التوعية بشكل سريع بالشائعات المنتشرة في المجتمع
10	2.5%	10	أخرى
		1937	المجموع

تبين من الجدول السابق أن ما نسبته 73.8% يعتبرون أهم دوافع الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية بخطر الشائعات، بينما ما نسبته 71.5% يعتبرون تميزها بالعمق والحس الوطني في تناول والطرح، بينما ما نسبته 70.0% يعتبرون تحليلها بالمسؤولية الاجتماعية في قضية التوعية، بينما ما نسبته 66.3% يعتبرون احتوائها على الوسائط المتعددة، بينما ما نسبته 56.0% يعتبرونها مميزة إذا ما قورنت بالوسائل التقليدية أو المواقع الإلكترونية الأخرى، بينما ما نسبته 48.8% يعتبرون تناولها لجميع قضايا التوعية، وهي النسب الأعلى.

جدول (7)

يوضح المتوسط الحسابي والنسبة المئوية لأهم مقترحات تطوير تناول شبكات التواصل الاجتماعي لمواضيع التوعية

الترتيب	النسبة المئوية %	المتوسط الحسابي	أهم مقترحات تطوير تناول شبكات التواصل الاجتماعي لمواضيع التوعية
1	81.8	327	الالتزام بأخلاقيات النشر وتوخي الدقة لنشر أي أخبار أو معلومات
2	70.8	283	التغطية الشاملة للأحداث الخاصة والتأني في نشر الأخبار
3	66.3	265	الالتزام بالمصادر الرسمية
4	58.5	234	الاهتمام بالدقة والموضوعية في موضوعات الشائعات
5	55.3	221	تعميم معلومات وقضايا التوعية للأهل والأقارب والأصدقاء
6	40.0	160	المشاركة في أنشطة التوعية بخطر الشائعات
7	21.3	85	المشاركة في حملات التوعية بخطر الشائعات لحماية المجتمع منها
8	16.5	66	زيادة المحتوى الموجهة عن طريق شبكات التواصل الاجتماعي لمواضيع التوعية بخطر الشائعات
9	12.5	50	وضع خطط دقيقة لوسائل الإعلام في مواضيع التوعية بخطر الشائعات
10	3.3	13	أخرى
		1704	المجموع

* الإجابات اختيار من متعدد، وقد تم احتساب النسبة من 400

تبين من الجدول السابق أن ما نسبته 81.8% يعتبرون أن أهم مقترحات تطوير تناول شبكات التواصل الاجتماعي لمواضيع التوعية هي الالتزام بأخلاقيات النشر وتوخي الدقة لنشر أي أخبار أو معلومات، بينما ما نسبته 70.8% يعتبرون التغطية الشاملة للأحداث الخاصة والتأني في نشر الأخبار، بينما ما نسبته 66.3% يعتبرون الالتزام بالمصادر الرسمية، بينما ما نسبته 58.5% يعتبرون الاهتمام بالدقة والموضوعية في موضوعات الشائعات، بينما ما نسبته 55.3% يعتبرون تعميم معلومات وقضايا التوعية للأهل والأقارب والأصدقاء، وهي النسب الأعلى.

فرضيات الدراسة:

أولاً: يوجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين درجة اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي ودرجة ثقتهم بما تقدمه من توعية بخطورة الشائعات.

وللإجابة على هذه الفرضية تم استخدام اختبار "Chi Square".

جدول (8)

يوضح نتائج اختبار العلاقة "chi Square"

القيمة الاحتمالية (Sig.)	درجة الحرية	قيمة الاختبار chi Square	العلاقة بين درجة اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي ودرجة ثقتهم بما تقدمه من توعية بخطورة الشائعات
0.000	16	54.321	

* قيمة chi Square درجة حرية 16 ومستوى دلالة 0.05 تساوي 26.29. من النتائج الموضحة في جدول (8) تبين أن القيمة الاحتمالية (Sig) المقابلة لاختبار "Chi Square" أقل من مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$)، وقيمة الاختبار الحسابية والتي تساوي (54.321)، وهي أكبر من القيمة الجدولية والتي تساوي (26.29)، مما يدل على وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي، ودرجة ثقتهم بما تقدمه من توعية بخطورة الشائعات.

يرى الباحث إن هذه النتيجة تتسم بالمنطقية، حيث أن هناك علاقة بين مستويات الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي ودرجة الثقة بما تقدمه من مواضيع التوعية بخطورة الشائعات.

ثانياً: يوجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين درجة اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي ودرجة إشباع هذه الشبكات لفضولهم المعرفي حول التوعية بخطورة الشائعات.

وللإجابة على هذه الفرضية تم استخدام اختبار "Chi Square".

جدول (9)

يوضح نتائج اختبار العلاقة "chi Square"

القيمة الاحتمالية (Sig.)	درجة الحرية	قيمة الاختبار chi Square	العلاقة بين درجة اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي ودرجة إشباع هذه الشبكات لفضولهم المعرفي حول التوعية بخطورة الشائعات
0.000	16	65.954	

* قيمة chi Square درجة حرية 16 ومستوى دلالة 0.05 تساوي 26.29. من النتائج الموضحة في جدول (9) تبين أن القيمة الاحتمالية (Sig) المقابلة لاختبار "Chi Square" أقل من مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$)، وقيمة الاختبار الحسابية والتي تساوي (65.954)، وهي أكبر من القيمة الجدولية والتي تساوي (26.29)، مما يدل على وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي ودرجة إشباع هذه الشبكات لفضولهم المعرفي حول التوعية بخطورة الشائعات.

جدول (10)
يوضح نتائج اختبار العلاقة "chi Square"

القيمة الاحتمالية (Sig.)	درجة الحرية	قيمة الاختبار chi Square	العلاقة بين درجة ثقة المبحوثين فيما تقدمه شبكات التواصل الاجتماعي من توعية بالشائعات ودرجة إشباع هذه الشبكات لفضولهم المعرفي حول التوعية بخطورة الشائعات
0.000	16	75.421	

* قيمة chi Square درجة حرية 16 ومستوى دلالة 0.05 تساوي 26.29.

من النتائج الموضحة في جدول (4.3) تبين أن القيمة الاحتمالية (Sig) المقابلة لاختبار "Chi Square" أقل من مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$)، وقيمة الاختبار الحسابية والتي تساوي (75.421)، وهي أكبر من القيمة الجدولية والتي تساوي (26.29)، مما يدل على وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة ثقة المبحوثين فيما تقدمه شبكات التواصل الاجتماعي من توعية بالشائعات ودرجة إشباع هذه الشبكات لفضولهم المعرفي

نتائج الدراسة:

1. أشارت النتائج أن ما نسبته 22.0% هم من الذين درجة اعتمادهم على شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية بخطورة الشائعات عالية جداً، بينما ما نسبته 38.4% هم من الذين اعتمادهم بدرجة عالية.
2. بينت النتائج أن ما نسبته 88.5% مصدرهم لمتابعاتهم في التوعية بخطورة الشائعات عبر شبكات التواصل الاجتماعي، بينما ما نسبته 77.8% عبر تطبيقات الهاتف الذكي، بينما ما نسبته 60.8% عبر الشبكات الاجتماعية، وهي النسب الأعلى.
3. وضحت النتائج أن ما نسبته 88.8% يعتمدون على الفيس بوك، بينما ما نسبته 81.3% على واتس أب، وهما النسبة الأعلى.
4. أن ما نسبته 68.5% سبب اعتمادهم على شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية بخطورة الشائعات يرجع إلى الشعور بالحس الوطني، بينما ما نسبته 62.8% يرجع إلى الموضوعية والمصداقية، بينما ما نسبته 53.8%، وهي النسب الأعلى.
5. أن ما نسبته 84.3% يعتبرون الحرب وتداعياتها الأمنية من أهم موضوعات التوعية بالشائعات التي يتم الاهتمام بها على شبكات التواصل الاجتماعي، بينما ما نسبته 80.0% يعتبرون الحرب النفسية، بينما ما نسبته 71.8% يعتبرون الأخبار الكاذبة ومجهولة المصدر، بينما ما نسبته 62.5% يعتبرون التخابر مع العدو.
6. بينت النتائج أن ما نسبته 73.8% يعتبرون أهم دوافع الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية بخطورة الشائعات، بينما ما نسبته 71.5% يعتبرون تميزها بالعمق والحس الوطني في تناول والطرح، بينما ما نسبته 70.0% يعتبرون تحليها بالمسؤولية الاجتماعية في قضية التوعية، بينما ما نسبته 66.3% يعتبرون احتوائها على الوسائط المتعددة، بينما ما نسبته 56.0% يعتبرونها مميزة إذا ما قورنت بالوسائل التقليدية أو المواقع الإلكترونية الأخرى.
7. بينت نتائج الفروض على وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي، ودرجة ثقتهم بما تقدمه من توعية بخطورة الشائعات، بقيمة الاختبار الحسابية والتي تساوي (54.321)، وهي أكبر من القيمة الجدولية والتي تساوي (26.29).

8. بينت النتائج بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين درجة اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي ودرجة إشباع هذه الشبكات لفضولهم المعرفي حول التوعية بخطورة الشائعات.
9. وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة ثقة المبحوثين فيما تقدمه شبكات التواصل الاجتماعي من توعية بالشائعات ودرجة إشباع هذه الشبكات لفضولهم المعرفي حول التوعية بخطورة الشائعات.

المراجع:

1. عامر، عبد القوي. (2024). استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التصدي لظاهرة الاخبار الزائفة عبر الاعلام الرقمي. المجلة المصرية لبحوث الإعلام. ، رسالة دكتوراه منشورة. مجلد 2024، ع86، 2024.
2. شيماء ابراهيم الدسوقي، وآخرون، مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في التصدي للشائعات أثناء جائحة كورونا، بحث علمية منشورة، مجلة علوم التربية النوعية، جامعة طنطا، مجلد19، ع19، 2024.
3. شيماء محمد عبد الرحمن، أخلاقيات استخدام الاعلام التفاعلي لدى الجمهور المصري وعلاقتها بانتشار الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة المنوفية، 2023.
4. محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب للنشر والتوزيع، الطبعة الثانية، 1997.
5. سمير حسين، بحوث الإعلام الأسس والمبادئ، عالم الكتب للطباعة والنشر والتوزيع، الطبعة الثالثة، 2010.