

إدراك الشباب الجامعي لمخاطر مواقع التواصل الاجتماعي على الانتماء الوطني

د. رباب عبد الرحمن هاشم*

مقدمة:

يعد الانتماء للوطن من أهم الموضوعات التي تطرح نفسها حالياً على الساحة السياسية والإعلامية والاجتماعية والدينية المصرية، خاصةً في ظل ما شهده المجتمع المصري من تحولاتٍ بعد 25 يناير 2011، وفي ظل أحداث الإرهاب التي تشهدها الدولة من وقتٍ لآخر، وظهور بعض الممارسات الخاطئة من قبل بعض الشباب بانضمامهم إلى جماعات متطرفة تستغلهم ضد مصلحة الوطن والمواطنين.

وتعتبر العلاقة بين الفرد ووطنه في أي مجتمع علاقة فطرية تبدأ معه منذ صغره، إلا أن مرحلتَي المراهقة والشباب تعتبران من المراحل الهامة والمحورية في حياة الفرد التي يمكن أن تعزز فيها الأسرة والمؤسسات التعليمية وقنوات الاتصال الشخصي المختلفة، وكذلك وسائل الإعلام على اختلافها الانتماء للوطن.

ورغم الدور الكبير الذي يمكن أن تقوم به وسائل الإعلام في بث روح الانتماء للوطن والإعلاء من هذه القيمة السامية، إلا أن تعاضم مفهوم العولمة، والتطور التكنولوجي، وظهور وسائل الإعلام الحديثة، ولاسيما مواقع التواصل الاجتماعي، أدى إلي تضائل شعور الشباب المصري بالانتماء لوطنه ولأسرته، حيث أتاحت مواقع التواصل الاجتماعي للجمهور إمكانية بث الأخبار والمعلومات دون التحقق من صحتها في بعض الأحيان، وحولت المواطن العادي إلي إعلامي يستطيع نقل ما يراه عبر هذه المواقع، والتأثير في غيره من المستخدمين الذين قد لا يملكون القدرة علي تقييم مصداقية ما ينشر، مما قد يساهم في تضخيم الأحداث وترويج الفكر المتطرف والتحريض علي بعض الأفعال غير المرغوب فيها.

ومن ثم تثار إشكالية دور مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير سلباً علي الانتماء الوطني لدي الشباب، وخاصة الشباب الجامعي باعتبارهم الفئة الأكثر استخداماً لهذه المواقع، في ظل وجود حسابات مجهولة ووهمية تشجع علي التطرف ونشر الفتنة، وانتشار منشورات ومشاركات تعبر عن التمرد علي نظام المجتمع والقوانين، والتباري في نشر الشائعات والمعلومات الكاذبة، وإهانة اسم الوطن، إضافة إلي السخرية من المناسبات الوطنية والتشكيك فيها، والشتمات في مصائب الوطن، والدفاع عن أطراف ودول تسعى للهدم، والرغبة في الهجرة إلي خارج الوطن.

وفي هذا الإطار يبدو من المهم بحث مدي إدراك الشباب الجامعي المصري لمخاطر مواقع التواصل الاجتماعي على الانتماء الوطني لدي الذات والآخرين، وعلاقة ذلك بتأييدهم

* أستاذ مساعد بقسم الإعلام بكلية الآداب - جامعة حلوان

اتخاذ الدولة مجموعة من الإجراءات لحماية المستخدمين من هذه المخاطر، والتقليل من تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي السلبية على الانتماء للوطن.

مشكلة الدراسة:

تبحث هذه الدراسة إدراك تأثر الشخص الثالث في بيئة مواقع التواصل الاجتماعي، من خلال الكشف عن إدراك الشباب الجامعي لمخاطر مواقع التواصل الاجتماعي على الانتماء الوطني لدي الذات والآخرين في ضوء الطبيعة الاجتماعية والتفاعلية لهذه المواقع، وعلاقة ذلك بتأييدهم اتخاذ إجراءات من الدولة لحماية المستخدمين من التأثير السلبي لمحتوي تلك المواقع على الانتماء الوطني. أي أن الدراسة تهتم باختبار المكون الإدراكي والسلوكي لنظرية الشخص الثالث.

أهمية الدراسة:

- الاهتمام الكبير الذي توليه الدولة لدراسة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي، وتحويلها إلي وسيلة للبناء لا الهدم ونشر الشائعات، وتعظيم الاستفادة منها.
- تزايد استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بين فئة الشباب الجامعي.
- وجود العديد من التأثيرات السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي على اتجاهات وقيم وسلوكيات مستخدميها من الشباب الجامعي.
- الأهمية الكبيرة لقيمة الانتماء الوطني في نهضة وبناء المجتمعات والدول وتحقيق الاستقرار، وتفادي العديد من التحديات التي تعرقل التقدم والتنمية.
- اختبار الدراسة لفروض نظرية الشخص الثالث في بيئة مواقع التواصل الاجتماعي ، في ظل مناخ يعزز خلق وتبادل المعلومات والأفكار.

أهداف الدراسة:

- تسعى الدراسة إلي التعرف علي:
- درجة استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي.
- العلاقة بين تقدير الشباب الجامعي لدرجة تعرض الذات والآخرين للمحتوي السلبي الخاص بالانتماء الوطني عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وإدراكهم لتأثير هذا المحتوى.
- مدى وجود اختلافات بين الشباب الجامعي في إدراكهم لمخاطر مواقع التواصل الاجتماعي علي الانتماء الوطني لدي الذات والآخرين، وفقاً لدرجة تفاعلهم مع هذه المواقع ، خصائصهم الديموجرافية ، تقديرهم للذات، اتجاهاتهم نحو مواقع التواصل الاجتماعي، وكذلك المسافة الاجتماعية بين الذات والآخرين.
- العلاقة بين إدراك الشباب الجامعي لمخاطر مواقع التواصل الاجتماعي علي الانتماء الوطني لدي الذات والآخرين، وتأييدهم لاتخاذ إجراءات للحماية.

الإطار النظري للدراسة: نظرية الشخص الثالث:

تفترض نظرية الشخص الثالث التي قدمها دافيسون 1983 أن الأفراد يميلون إلى الاعتقاد بأن الآخرين يتأثرون بشكل أكبر بالرسائل الإعلامية من أنفسهم **Person Effect 3** ، ومن المرجح أن يقلل الأفراد من الاختلافات بينهم وبين الآخرين في التأثير **PE'''Third** ،

بتلك الرسائل الإعلامية إذا ما تم تقييم هذه الرسائل تقييماً إيجابياً من حيث جودة الرسالة ومحتواها، أو إذا كان تأثير هذه الرسائل مرغوباً اجتماعياً، وفي بعض الأحيان قد يدفعهم ذلك إلى تقييم تلك الرسائل على أنها ذات تأثير أكبر على أنفسهم من الآخرين **Person Effect 1** "First PE"⁽¹⁾. أما إذا تم تقييم الرسائل الإعلامية تقييماً سلبياً، فإنه من المرجح أن يدرك الأفراد أنها ذات تأثير أكبر على الآخرين، ومن ثم فإن مفهوم تأثير الشخص الثالث يقوم على أن الأفراد الذين يقيمون رسائل وسائل الإعلام يعتقدون أن تأثيرها الأكبر لن يكون على "أنا" الشخص الأول **1PE**، ولا "أنت" الشخص الثاني **2PE**، ولكن على "هم" الشخص الثالث **3PE** (الفرض الإدراكي للنظرية)، ولذلك قد يدفعهم هذا الإدراك إلى تأييد اتخاذ بعض الإجراءات الرقابية والتنظيمية للتقليل من الآثار السلبية للرسائل الإعلامية (الفرض السلوكي للنظرية)، وقد يشمل أيضاً الفرض السلوكي التغييرات في مواقف الأفراد وسلوكياتهم⁽²⁾.

ويرتبط الفرض السلوكي للنظرية بشقين أحدهما يتعلق بإدراك الآثار الإيجابية للرسائل الإعلامية، وفي هذه الحالة يميل الأفراد الذين يدركون تأثير الشخص الأول إلى تفعيل هذه الرسائل الإيجابية، وثانيهما يتعلق بإدراك الآثار السلبية للرسائل الإعلامية، وفي هذه الحالة يميل الأفراد الذين يدركون تأثير الشخص الثالث إلى فرض إجراءات رقابية وتنظيمية على رسائل وسائل الإعلام وتقييدها⁽³⁾.

واهتمت بعض الدراسات ببحث النوايا السلوكية، حيث وُجد ارتباط سلبي بين إدراك تأثير الشخص الثالث والنوايا السلوكية، فكما اعتقد الأفراد أن تأثير الرسائل الإعلامية أكبر على الآخرين من أنفسهم، ضعفت نواياهم في البحث عن مزيد من المعلومات أو اتخاذ إجراءات وقائية لحماية أنفسهم⁽⁴⁾.

ووضعت العديد من التفسيرات في محاولة لفهم إدراك الأفراد لتأثير الشخص الثالث، منها رغبة الأفراد في الحفاظ على القيمة الذاتية الإيجابية، ومن ثم يعتقدون أنهم متفوقون على الآخرين، ولا يمكن تضليلهم من خلال الرسائل الإعلامية⁽⁵⁾، كما يفسر أيضاً في إطار تعزيز الأفراد لأنفسهم ومبالغتهم في تقدير الذات، ونظرتهم لأنفسهم على أنهم يمكنهم السيطرة والتحكم في آثار الرسائل الإعلامية، إلى جانب النظرة الأبوية للآخرين التي تنطوي على نظرة الفرد لذاته على أنه متفوق على الآخرين، ومن ثم يميل إلى إدراك أن الآخرين يحتاجون إلى الحماية من التأثيرات السلبية للرسائل الإعلامية، كما أن الأفراد يتصورون أن الآخرين "مجهولي الهوية" بالنسبة لهم يتأثرون بدرجة أكبر بالمحتوى السلبي⁽⁶⁾. إضافة إلى أن الأفراد لا يدركون تماماً العمليات المعرفية التي يقومون بها، ولذلك يميلون إلى اعتقاد أن الرسائل الإعلامية خاصة السلبية ذات تأثير ضعيف عليهم حتى وإن كانوا يتأثرون بها بالفعل⁽⁷⁾.

وتوصلت الدراسات التي طبقت نظرية الشخص الثالث إلى وجود بعض المتغيرات التي تدعم أو تقلل من إدراك الأفراد لتأثير الشخص الثالث، أولها متغير درجة التعرض لوسائل الإعلام، حيث يعتقد الأفراد أنهم أقل تأثراً بالرسائل الإعلامية من غيرهم بسبب إدراكهم بأن الآخرين يتعرضون لمزيد من الرسائل الإعلامية⁽⁸⁾، وثانيها متغير البعد الاجتماعي أو المسافة

الإجتماعية، حيث ينظر الأفراد إلى الآخرين البعيدين عنهم اجتماعيًا على أنهم مختلفون عنهم⁽⁹⁾، ويتمثل ثالث هذه المتغيرات في حاجة الأفراد للانتماء، حيث أن الأفراد الذين لديهم حاجة للشعور بالانتماء للجماعة أو الانتماء للرأى السائد فى المجتمع يميلون إلى تقليل المسافة الإجتماعية بينهم وبين الآخرين، وبالتالي تقليل الاختلافات بين إدراكهم لتأثر الشخص الأول والثالث⁽¹⁰⁾.

وتوجد أدلة على أن الفروق الفردية يمكن أن تؤدي إلى إدراك تأثر الشخص الثالث، حيث أن الأفراد الذين يخضعون "للسيطرة الداخلية" أى الاعتقاد بأنهم قادرون على التحكم فى النتائج من خلال سلوكياتهم الخاصة، أولئك يظهرون تحيزًا إدراكيًا أكبر لتأثر الشخص الثالث، من أولئك الذين يخضعون "للسيطرة الخارجية" أى الذين يعتقدون أن حياتهم تخضع لسيطرة قوى أخرى مثل الحظ والصدفة والفرصة⁽¹¹⁾. كما أن كفاءة الفرد الذاتية أى اقتناعه بأنه يمكنه النجاح فى تنفيذ السلوك للوصول لنتائج مرضية قد يدفعه للاعتقاد بأنه قادر على التحكم فى التأثيرات السلبية للرسائل الإعلامية أى تعزيز إدراك تأثر الشخص الثالث⁽¹²⁾. إضافة إلى مستوى المعرفة لدى الفرد، فكلما زادت معرفته بموضوع ما، زادت احتمالية إظهاره للتحيز الإدراكي لتأثر الشخص الثالث⁽¹³⁾.

وفى حين تم دعم إدراك الأفراد لتأثر الشخص الثالث على نطاق كبير فى سياق وسائل الإعلام التقليدية (الصحافة – التلفزيون)، فإنه من غير الواضح ما إذا كان إدراك تأثر الشخص الثالث ينطبق على مواقع التواصل الاجتماعى فى ظل مناخ يعزز خلق وتبادل الأفكار والمعلومات⁽¹⁴⁾. وأوضح عدد من الدراسات أن طبيعة هذه المواقع قد يكون لها دور فى إدراك تأثر الشخص الثالث، فإدراج التعليقات السلبية أو الانتقادية بحيث تقدم إطارًا سلبيًا يمكن أن يقلل من التأثيرات المتصورة على الذات، كما أن محتوى مواقع التواصل الاجتماعى يمكن أن يكون له تأثير على إدراك المخاطر الشخصية، خاصة إذا كان المحتوى ذو أهمية شخصية أو إذا كان هناك علاقة شخصية مع المصدر⁽¹⁵⁾، إضافة إلى أن الفرد يكون أكثر عرضة للقيام بسلوك ترويجى للمحتوى (إعجاب – مشاركة) إذا كان يعكس مواقفه الشخصية، بينما يكون أكثر عرضة للقيام بسلوك تصحيحي إذا كان المحتوى يتعارض مع مواقفه وقناعاته⁽¹⁶⁾.

وتؤثر أيضًا الاختلافات الديموجرافية على تصورات الأفراد لتأثير مواقع التواصل الاجتماعى على أنفسهم، فالنساء لديهم ميل أكبر للكشف عن محتوى أكثر شخصية على هذه المواقع من الرجال؛ لأنهن أقل إدراكًا للمخاطر المحتملة علي أنفسهن⁽¹⁷⁾. كما أن مستخدمى هذه المواقع من المراهقين والشباب أقل وعيًا بالمخاطر المحتملة للكشف عن المعلومات الشخصية على صفحاتهم الخاصة مقارنة بكبار السن⁽¹⁸⁾.

وعلى مدار الثلاثين عامًا الماضية تم دراسة إدراك تأثر الشخص الثالث بالتطبيق على مجموعة مختلفة من المجالات، منها الأخبار والإعلانات والصحة والاتصال السياسى والترفيه، وتشير نتائج 106 دراسة فى هذا السياق إلى أن إدراك الأفراد لتأثر الشخص الثالث قوى جداً على الرغم من اختلاف طرق القياس⁽¹⁹⁾.

ويؤخذ على نظرية الشخص الثالث أن لديها قوة تفسيرية محدودة، حيث تفتقد إلى تفسير الكيفية التي يدرك بها الأفراد تأثير وسائل الإعلام على الذات والآخرين، وكيف أن تصوراتهم المتحيزة للآخرين تجعلهم يؤيدون اتخاذ إجراءات تنظيمية، على الرغم من أن العديد من الباحثين حاولوا شرح أسباب إدراك الأفراد لتأثر الشخص الثالث من خلال تبني مجموعة متنوعة من النظريات النفسية مثل نظرية التفاؤل المتحيز، ونظرية الإحالة، كما أن القياسات الحالية لإدراك تأثير الشخص الثالث بها نقاط ضعف؛ لأنها قد لا تكشف تماماً ما يعتقدونه الآخرون بالفعل⁽²⁰⁾.

وتعتبر دراسة إدراك تأثير الشخص الثالث في بيئة مواقع التواصل الاجتماعي أحد المجالات البحثية المستقبلية الهامة، لما لهذه المواقع من تأثير هام على تصورات الأفراد للقبول الاجتماعي والمقارنة مع الآخرين، وأيضاً في حدوث فجوات إدراكية لتأثير الرسائل الإعلامية على الذات والآخرين⁽²¹⁾.

وتوظف الباحثة نظرية الشخص الثالث كإطار نظري للدراسة لاختبار مجموعة الفروض الأساسية التي يقوم عليها البحث، حيث تختبر الدراسة الفرض الإدراكي والسلوكي لنظرية الشخص الثالث في بيئة مواقع التواصل الاجتماعي، من خلال بحث مدي إدراك الشباب الجامعي- عينة الدراسة- لمخاطر مواقع التواصل الاجتماعي علي الانتماء الوطني لدي الذات والآخرين، وعلاقة ذلك بتأييدهم اتخاذ الدولة مجموعة من الإجراءات لحماية المستخدمين من هذه المخاطر.

كما تختبر الدراسة تأثير عدد من المتغيرات الأساسية في نظرية الشخص الثالث إلى جانب تأثير بعض المتغيرات التي فرضها موضوع البحث (درجة التفاعل مع مواقع التواصل الاجتماعي- المتغيرات الديموجرافية - تقدير الذات -الاتجاه نحو مواقع التواصل الاجتماعي - التعرض المقدر للذات والآخرين - المسافة الاجتماعية) على إدراك مخاطر مواقع التواصل الاجتماعي علي الانتماء الوطني لدي الذات والآخرين.

مراجعة الدراسات السابقة:

تنقسم الدراسات السابقة إلى محورين، يرتبط أولهما بعلاقة الشباب بمواقع التواصل الاجتماعي، ويتعلق ثانيهما بتطبيقات نظرية الشخص الثالث في بيئة مواقع التواصل الاجتماعي.

أ- الدراسات الخاصة بعلاقة الشباب بمواقع التواصل الاجتماعي:

1- استخدامات الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي:

توصلت دراسة أورورا دانيال Aurora Denial⁽²²⁾ (2018) إلى ارتفاع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الرعاية الصحية والتعليم في السنوات الأخيرة في الدول المتقدمة، كما أن 70 – 90% من الطلاب في المهن الصحية يستخدمون هذه المواقع بفعالية. وانتهت دراسة بيلال Belal⁽²³⁾ (2017) إلى أن نسبة كبيرة (67%) من طلاب جامعة كومبلا

بينجلاديش يستخدمون موقع فيس بوك في التواصل مع أصدقائهم والآخرين، الحصول على المعلومات، الغرض التعليمي، إرسال تحيات عيد الميلاد، والترفيه. وفي ذات السياق خلصت أيضاً دراسة سيومان كاستوري **Suman Kasturi** وبوبي فاردهان **Bobby Vardhan**⁽²⁴⁾ (2014) إلى اتفاق جميع أفراد العينة من الشباب الهندي بمقاطعة نالجوندا على أن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت جزءاً من الثقافة السائدة، وأنها وسيلة لا مثيل لها لتبادل المعلومات، وتشكيل الآراء، وربط الناس عبر الثقافات والمجالات، وتحقيق المشاركة والتواصل.

وتوصلت دراسة أنيتا ويتينج **Anita Whiting** ودافيد ويليامز **David Williams**⁽²⁵⁾ (2013) إلى أن الأمريكيين ومن بينهم الشباب يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي لأغراض التفاعل الاجتماعي، البحث عن المعلومات، تضييق الوقت، التسلية، الاسترخاء، المنفعة التواصلية، التعبير عن الرأي، تبادل المعلومات، ومراقبة الآخرين. كما كشفت أيضاً دراسة إيفان كابوا **Ivan Capua**⁽²⁶⁾ (2012) من خلال مراجعة عدد من الدراسات عن ست فئات رئيسية لاستخدام فيس بوك، وهي بدء العلاقات والحفاظ عليها، حفظ العلاقات مع نظرائهم البعيدين جغرافياً، التأثير في الآخرين، اكتساب الخبرة، البقاء على اتصال مع الأصدقاء، التجسس وجمع المعلومات من الملفات الشخصية. وأضافت دراسة كريستين بيناج **Christine Benage**⁽²⁷⁾ (2011) أن طلاب الجامعات ينضمون إلى مواقع التواصل الاجتماعي؛ لأنهم يعتقدون أن صفحاتهم على هذه المواقع هي امتداد لهوياتهم، بما في ذلك الصور وتحديثات الحالة والأخبار والمشاعر والهوايات والاهتمامات، إلا أنهم لا يعبرون عن هوياتهم الكاملة على هذه المواقع.

وعلى مستوى الدراسات العربية، توصلت دراسة دعاء حامد الغوابي⁽²⁸⁾ (2017) إلى أن (79,5%) من الشباب المصري يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بشكل مرتفع، كما يمارسون أعمال العنف السياسي الإلكتروني عبر هذه المواقع بشكل مرتفع (35,3%)، حيث كانت (54,5%) من المنشورات ذات طابع تحريضي تدعو للعنف السياسي، واتخذت (66,3%) من التعليقات عليها نفس الطابع التحريضي. وأضافت دراسة أماني عمر الحسيني⁽²⁹⁾ (2015) أن موقع فيس بوك جاء أكثر المواقع التي يفضل شباب الجامعات المصرية الخاصة استخدامها، يليه موقع جوجل، ثم يوتيوب، يليه تويتر، وكانت أهم أسباب استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي هي التعرف على مختلف الآراء، التسلية وتقضية الوقت، التواصل مع الأصدقاء، الحصول على المعلومات السياسية، لأسباب دراسية، والبحث عن فرص عمل. واتفقت معها دراسة أفنان طلعت⁽³⁰⁾ (2015) حيث توصلت إلى تصدر فيس بوك لمواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها الشباب المصري (94,8%)، يليه جوجل بلس (43,5%)، وكانت أهم أسباب الاستخدام هي التواصل الاجتماعي، التواصل مع الأصدقاء، ومعرفة الأخبار. كما انتهت أيضاً دراسة جيهان سيد⁽³¹⁾ (2014) إلى أن (85%) من الشباب الجامعي المصري يتابع موقع فيس بوك بشكل منتظم وشبه منتظم، وتمثلت استخداماتهم في المجال الدراسي، التواصل مع الزملاء لمعرفة معلومات عن الدراسة، مشاهدة نصوص أو

صور أو فيديوهات دراسية، التواصل مع هيئة التدريس، وتصفح صفحات تعليمية في مجال الدراسة.

واتفقت مع هذه الدراسات دراسة وسام طایل⁽³²⁾ (2013)، التي توصلت إلى أن طلبة الجامعات الأردنية (87,6%) يستخدمون فيس بوك، وكانت أبرز استخداماتهم له في التواصل مع الأقارب والأهل، الترفيه والتسلية، أغراض دراسية، البحث عن الأصدقاء، معرفة الأخبار، إقامة علاقات اجتماعية جديدة، والتسوق. وعلى مستوى الشباب الفلسطيني خلصت دراسة أحمد يونس⁽³³⁾ (2013) إلى أن جميع المبحوثين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي، ويستخدمها دائما (96,1%) منهم، وتمثلت أهم أسباب الاستخدام في متابعة القضايا المجتمعية في فلسطين، الحصول على المعلومات، دعم ومناصرة القضايا الفلسطينية، المساعدة في تكوين رأى نحو هذه القضايا، والتعامل مع الشباب الفلسطيني باختلاف توجهاتهم. في حين توصلت دراسة رضا عبد الواحد⁽³⁴⁾ (2009) إلى أن (87,7%) من الشباب الجامعي البحريني يستخدمون موقع يوتيوب، وتمثلت أهم أسباب استخدامه في التعرف على الأخبار الهامة المصورة واللقطات الإخبارية النادرة، التسلية والترفيه، والرغبة في مشاهدة أجزاء من برامج تلفزيونية لم يتم التمكن من مشاهدتها.

2- التأثيرات السياسية لمواقع التواصل الاجتماعي على الشباب:

انتهت دراسة باهتيار محمد Bahtiar Mohamad⁽³⁵⁾ (2018) إلى أن الشباب النيجيري يعتمد على فيس بوك لاكتساب المعرفة السياسية، كما تبين وجود علاقة ارتباطية بين استخدام فيس بوك، التفاعل مع الشخصيات السياسية، والاهتمام السياسي من ناحية، والمشاركة السياسية من ناحية أخرى، كما تُمكن مواقع التواصل الاجتماعي الشباب المهتمش من التعبير عن الرأي، وبالتالي تشجيعهم على المشاركة في الأنشطة السياسية مثل التصويت الانتخابي. وتوصلت دراسة كاتي ستانلي Katie Stanley⁽³⁶⁾ (2017) إلى ذات النتيجة، حيث تبين وجود ارتباط إيجابي دال إحصائياً بين استخدام طلاب جامعة ولاية كارولينا الشرقية الأمريكية لمواقع التواصل الاجتماعي والمشاركة السياسية في الانتخابات، وأيضاً بين استخدام هذه المواقع والفعالية السياسية. وأيدت دراسة ألسيدز فيلاسكوز Alcides Velasquez⁽³⁷⁾ وروبرت لاروز Robert LaRose (2015) هذه النتيجة، حيث انتهت إلى وجود علاقة ارتباطية بين تصور الشباب الأمريكي في إحدى الجامعات بغربي الولايات المتحدة لفعالية الأنشطة السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومشاركتهم في هذه الأنشطة. وتوصلت دراسة ميشيل زينوس Michael Xenos⁽³⁸⁾ وآخرين (2014) إلى نفس النتيجة، ولكن على نطاق جغرافي أوسع، حيث توصلت إلى وجود علاقة إيجابية قوية بين استخدام الشباب في أستراليا والولايات المتحدة والمملكة المتحدة لمواقع التواصل الاجتماعي ومشاركتهم السياسية.

وعلى عكس النتائج السابقة خلصت دراسة يانيس ثيوتشاريس Yannis Theocharis وويل لوو Will Lowe⁽³⁹⁾ (2016) التي طبقت على الشباب اليوناني، إلى أن إنشاء حساب على

فيس بوك والحفاظ عليه كان له عواقب سلبية واضحة على المشاركة السياسية والمدنية. كما أوضحت دراسة **جودي بومجارتينر Jody Baumgartner** و**جوناثان موريس Jonathan Morris**⁽⁴⁰⁾ (2010) أنه بالرغم من أن الشباب الأمريكي في ولاية أيوا يعرف أن مواقع التواصل الاجتماعي مصدرًا للأخبار ويتلقون بعض الأخبار من هذه المواقع، إلا أنها تقوم بقدر ضئيل بإعلامهم وتفعيل الخطاب الديمقراطي. وفي ذات السياق توصلت دراسة **أريادن فرومن Ariadne Vromen** وآخرين⁽⁴¹⁾ (2015) إلى وجود اختلافات ذات دلالة إحصائية بين الشباب المنتمين لمجموعات سياسية ومدنية متنوعة في تبادل المعلومات السياسية والمشاركة السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وفقًا لمعايير المواطنة لديهم.

أما على مستوى السلوك الاحتجاجي انتهت دراسة **سيباستيان فالينزويلا Sebastian Valenzuela** وآخرين⁽⁴²⁾ (2014) إلى أن استخدام الشباب في تشيلي لكل من فيس بوك وتويتر له تأثير دال إحصائيًا على سلوك الاحتجاج، إلا أن هذا التأثير يختلف باختلاف الوقت ومواقع التواصل الاجتماعي. وأكدت دراسة **أخرى لنفس الباحثين** في ذات السياق⁽⁴³⁾ (2012) على وجود علاقة دالة إحصائية بين استخدام الشباب في تشيلي لموقع فيس بوك وسلوك الاحتجاج، ولم تؤثر الأيدلوجية السياسية للشباب على هذه العلاقة، وتم تفسير ذلك في ضوء اعتماد الشباب على فيس بوك للحصول على الأخبار أكثر من استخدامه للتعبير عن الذات.

وعلى مستوى الدراسات العربية، انتهت دراسة **دعاء حامد الغوابي**⁽⁴⁴⁾ (2017) إلى ضعف تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في الحشد والتعبئة السياسية لدى الشباب المصري. وختلفت نتائج دراسة **أماني عمر الحسيني**⁽⁴⁵⁾ (2015) مع نتائج الدراسة السابقة، حيث توصلت إلى وجود عدد من التأثيرات للمعلومات السياسية التي يحصل عليها شباب الجامعات الخاصة من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، ومن أبرزها تشكيل الاتجاهات والآراء تجاه القضايا السياسية الهامة (51,4%)، دفعهم للمشاركة في الأنشطة السياسية (19,2%)، الوثوق في قدراتهم على التأثير على مجريات الأمور السياسية (18%). وأكدت دراسة **حمدي أحمد عمر**⁽⁴⁶⁾ (2014) على ذات النتائج، حيث خلصت إلى أن (54,7%) من الشباب في صعيد مصر يعتمدون بشكل كبير على مواقع التواصل الاجتماعي لاكتساب المعلومات والأخبار السياسية، كما أن هذه المواقع تؤثر على معرفتهم السياسية وزيادة اهتمامهم بالمشاركة المجتمعية والسياسية بعد ثورتى 25 يناير و30 يونيو. وتوصلت أيضاً دراسة **محمود حمدي**⁽⁴⁷⁾ (2009) التي طبقت على طلاب جامعة المنيا إلى تأثير الطبيعة التفاعلية لموقع فيس بوك وتعدد الآراء المطروحة على جذب انتباه الشباب الجامعي للمضامين السياسية، كما وجدت علاقة ارتباطية بين استخدامهم لموقع فيس بوك ووجود اتجاه إيجابي نحو المشاركة السياسية.

وتوصلت دراسة **مريم غزال ونور الهدى شعوبى**⁽⁴⁸⁾ (2014) إلى ذات النتيجة، حيث انتهت إلى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على تنمية الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي الجزائري عن طريق فتح مجال للمناقشة السياسية، كما أظهرت الدراسة اهتمامًا مرتفعًا لدى الشباب الجامعي بمتابعة القضايا السياسية المحلية والعربية والدولية. وتوافقت نتائج دراسة

رأفت مهند⁽⁴⁹⁾ (2013) التي طبقت على الشباب الجامعي العراقي مع النتائج السابقة، حيث انتهت إلى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على تشكيل المعارف والاتجاهات والسلوكيات السياسية لدى طلاب جامعات الموصل والأنبار وتكريت.

3- التأثيرات الاجتماعية لمواقع التواصل الاجتماعي على الشباب:

توصلت دراسة كريستين دروجوز **Kristin Drogos**⁽⁵⁰⁾ (2015) إلى أن المراهقين الذين تفاعلوا بنشاط على موقع فيس بوك عن طريق نشر تحديثات الحالة ومشاركة الروابط ونشر صورهم، كانت هويتهم الاجتماعية أكثر وضوحاً من غيرهم، ويشير ذلك إلى أن زيادة استخدام موقع فيس بوك بشكل نشط يرتبط بهوية اجتماعية واضحة. وانتهت دراسة بريانت **Bryant ومارمو Marmo**⁽⁵¹⁾ (2009) إلى تأثير استخدام طلاب الجامعات لموقع فيس بوك على صيانة العلاقات العارضة أو المعارف، بينما بالنسبة للأصدقاء المقربين فإنهم لا يفضلون استخدام فيس بوك؛ لأنه لا يسمح بصيانة العلاقات الوثيقة، ويتوقعون بذل جهد أكبر للحفاظ على هذه العلاقات. واتفقت معها دراسة **جولدر Golder** وآخرين⁽⁵²⁾ (2007)، التي توصلت إلى أن أحد الأنشطة الأكثر تكراراً لمستخدمي فيس بوك من طلبة الجامعات هو كتابة الرسائل، وأن هذه الرسائل تؤثر على تواصلهم ومعرفة الأشخاص بشكل أفضل سواء من خلال الرسائل العامة أو الخاصة أو التعليقات. وأكدت دراسة **ستيرن Stern وتايلور Taylor**⁽⁵³⁾ (2007) على ذات النتائج، حيث وجد أن معظم طلاب الجامعات يستخدمون موقع فيس بوك للحفاظ على العلاقات الاجتماعية الموجودة والعلاقات البعيدة؛ لأنه يسمح بالاتصال الفوري بين الأشخاص البعيدين جغرافياً.

وخلصت دراسة زويكا **Zywica** ودانوسكي **Danowski**⁽⁵⁴⁾ (2008) إلى أن المستخدمين الذين يتمتعون بتقدير للذات منخفض يكشفون المزيد من المعلومات عنهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي؛ لرغبتهم في زيادة الثقة في أنفسهم وتحسين صورتهم، وليحصلون على مزيد من التعليقات فيبدوون أكثر شعبية، وأن المستخدمين الذين لديهم أصدقاء محدودون يميلون إلى قضاء وقت أطول على موقع فيس بوك.

وعلى مستوى الدراسات العربية، خلصت دراسة **أفنان طلعت**⁽⁵⁵⁾ (2015) إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في حفاظ الشباب المصري على تواصل جيد مع الأصدقاء القدامى والجدد، وتساهم أيضاً في تطوير مهاراتهم الاجتماعية. وانتهت دراسة **عبد الجواد سعيد**⁽⁵⁶⁾ (2009) إلى نتائج مشابهة، حيث توصلت إلى أن الشباب الجامعي في الريف بالتطبيق على طلاب جامعة المنوفية، يستخدمون الإنترنت لإقامة علاقات اجتماعية مع الزملاء والأصدقاء، وأنهم يستخدمونها دون إرشاد أو توجيه ولأوقات طويلة مما يوقعهم في دائرة الإدمان.

وعلى مستوى الشباب الجزائري توصلت دراسة **حنان السعيدى وعائشة ضيف**⁽⁵⁷⁾ (2015) إلى موافقة أغلبية الشباب الجامعي الجزائري على أن استخدام موقع فيس بوك يساعدهم في تكوين معارف من داخل الوطن وخارجه، ويكسبهم ثقافات مختلفة، ويطلعهم على

قيم الشعوب الأخرى، كما اعتبر (47%) منهم أن احترام الأهل لا يتأثر باستخدام فيس بوك. وأكدت دراسة وسام طابيل⁽⁵⁸⁾ (2013) علي ذات النتيجة، حيث يرى (86,2%) من طلبة الجامعات الأردنية أن مواقع التواصل الاجتماعي تحقق إشباعًا اجتماعيًا من خلال خلق جو اجتماعي وتواصل بين الزملاء. واختلفت نتائج دراسة فهد بن علي الطيار⁽⁵⁹⁾ (2014)، حيث انتهت إلى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي سلبًا على القيم الاجتماعية لدى الشباب الجامعي السعودي، من خلال تمكينهم من مخاطبة الجنس الأخر بجرأة، وتكوين قيم اجتماعية جديدة تناقض قيم الأسرة، والميل إلى تقليد الحياة الغربية.

4- التأثيرات المعرفية لمواقع التواصل الاجتماعي على الشباب:

توصلت دراسة أحمد موشتاق Ahmad Mushtaq⁽⁶⁰⁾ (2018) إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين التأثير الإيجابي والتأثير السلبي لمواقع التواصل الاجتماعي علي الإنجازات الأكاديمية لطلاب جامعة Al beroni بأفغانستان، إلا أنه يمكن استخدام هذه المواقع كأدوات تواصلية لتحسين عملية التعليم. واختلفت نتائج دراسة جاكوب أميدي Jacob Amedie⁽⁶¹⁾ (2015)، حيث انتهت إلى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي الإيجابي على أداء الطلاب، حيث تحسن أداءهم الدراسي وتمكنهم من التواصل لأداء المهام الدراسية والمشاريع التعاونية. وتأكيدًا لهذه النتيجة توصلت دراسة سيومان كاستوري Suman Kasturi وبوبى فاردهان Bobby Vardhan⁽⁶²⁾ (2014) إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي تقوم بدور كبير في التوعية والتعليم من خلال المحاضرات التي يلقيها الأشخاص من أي مكان في العالم، كما تمكن الطلاب من طرح تعليقاتهم واستفساراتهم.

وفي سياق آخر توصلت دراسة كريستنج بيوليدو Cristing Pulido وآخريين⁽⁶³⁾ (2018) إلى أن المحتوى العلمي على مواقع التواصل الاجتماعي يلقي اهتمامًا كبيرًا من المواطنين عامة ومن بينهم الشباب؛ لأنهم مهتمون بمعرفة كيف يمكن للعلم أن يسهم في تحسين الظروف المعيشية، وكذلك لرغبتهم في الحصول على المعلومات الهامة. كما أقرت دراسة بورنمان Bornmann⁽⁶⁴⁾ (2015) أن موقعي فيس بوك وتويتر يعتبران مصدرين هاميين للمعلومات الطبية، ولهما دور كبير في إشراك المستخدمين في محادثات الحماية الصحية.

وعلى مستوى الدراسات العربية، توصلت دراسة جيهان سيد⁽⁶⁵⁾ (2014) إلى تركيز الشباب الجامعي المصري على الاستفادة من موقع فيس بوك في المجال الدراسي من أجل الحصول على المعلومات، وفهم بعض التفاصيل في المناهج الدراسية، إلا أنه ثبت وجود علاقة دالة إحصائية بين كثافة التعرض لفيس بوك والتأثيرات السلبية على الأداء الدراسي. كما انتهت دراسة منى أحمد⁽⁶⁶⁾ (2014) إلى وجود فروق دالة إحصائية بين الشباب الجامعي المصري في مستوى معرفتهم بقضايا الفساد الإعلامي والسياسي عبر فيس بوك باختلاف درجة التعرض لصالح كثيفي التعرض.

وفيما يخص الشباب الجامعي الجزائري، خلصت دراسة عمر عطلاوي⁽⁶⁷⁾ (2017) إلى أن (86%) منهم يرون أن موقع فيس بوك يزودهم بالمعلومات الرياضية الجديدة، وأن

(58%) منهم يتبادلون هذه المعلومات مع زملائهم، واتفقت معها دراسة صلاح محمد⁽⁶⁸⁾ (2014) التي انتهت إلى أن (63%) من الشباب الجامعي الفلسطيني يرى أن درجة استفادتهم من مواقع التواصل الاجتماعي عالية، وأن هذه المواقع تحقق لهم إشباعاً معرفياً تتمثل في التعرف على الأحداث وتكوين آراء بشأنها، وامتلاك مهارات جديدة تفيدهم في الدراسة. وخلصت دراسة أحمد يونس⁽⁶⁹⁾ (2013) إلى ذات النتيجة، حيث ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة معرفة الشباب الفلسطيني بالأحداث الجارية في فلسطين، والوصول إلى كم هائل من المعلومات بأقصى سرعة، وكذلك تعزيز قدراتهم على إدارة النقاش مع الآخرين. وأيدت ذلك دراسة وسام طایل⁽⁷⁰⁾ (2013)، حيث يرى (81%) من طلبة الجامعات الأردنية أن مواقع التواصل الاجتماعي تحقق إشباعاً معرفياً من خلال طرح أفكار جديدة وتزويدهم بمعلومات عن العالم.

5- تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الانتماء لدى الشباب:

توصلت دراسة شينج Cheung ولى Lee⁽⁷¹⁾ (2010) إلى أن استخدام الأفراد ومن بينهم الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي يرجع إلى رغبتهم في الشعور بالانتماء، والانضمام إلى المجموعات التي تتوافق معهم في القيم. وانتهت دراسة زانج Zhang وتانج Tang⁽⁷²⁾ (2009) التي أجريت على مستخدمي موقع فيس بوك في هونج كونج، إلى أن أحد الإشباعات التي يحققها فيس بوك هو تلبية حاجتهم للانتماء. واتفقت مع هاتين الدراستين دراسة لورا والنز Laura Walz⁽⁷³⁾ (2008)، حيث خلصت إلى وجود علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين كثافة استخدام موقع فيس بوك بين طلاب الجامعات وشعورهم بالانتماء، كما توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الإناث والذكور في شعورهم بالانتماء لصالح الإناث.

وعلى مستوى الدراسات العربية، توصلت دراسة رحاب طلعت⁽⁷⁴⁾ (2014) إلى وجود علاقة ارتباطية طردية بين استخدام الشباب المراهقين المصريين المغتربين أبناء العاملين بالخارج في الإمارات والكويت والسعودية لمواقع التواصل الاجتماعي وانتمائهم لمصر، كما لا توجد فروق دالة إحصائياً بينهم وفقاً للنوع في الاهتمام بمتابعة القضايا المتعلقة بمصر من خلال هذه المواقع. وانتهت دراسة أميرة أحمد⁽⁷⁵⁾ (2017) إلى نتائج مشابهة على مستوى طلبة الجامعات الأردنية، حيث توافرت موضوعات ثقافة التسامح على مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الطلبة، وجاء موضوع تعزيز الهوية الوطنية في المرتبة الثانية بين موضوعات ثقافة التسامح على هذه المواقع. كما توصلت أيضاً دراسة حنان السعيد وعائشة ضيف⁽⁷⁶⁾ (2015) إلى أن (74%) من الشباب الجامعي الجزائري لم يوافق على أن استخدام موقع فيس بوك يوجب عدم الإحساس بالانتماء للوطن، كما يفخر أغلب أفراد العينة بالاستماع للنشيد الوطني. واتفقت معها دراسة إسلام جميل⁽⁷⁷⁾ (2014)، والتي توصلت إلى تحقيق مواقع التواصل الاجتماعي لإشباعاً نفسية لدى طلبة الجامعات الفلسطينية من أهمها إشباع حاجتهم إلى الانتماء.

واختلفت مع نتائج هذه الدراسات دراسة قيس أمين⁽⁷⁸⁾ (2016)، والتي أوضحت

سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر طلبة الجامعات الأردنية، وتمثلت هذه السلبيات في أنها تصور الجماعات الإرهابية على أنها جنة يعيش فيها الجميع أسرة واحدة تتوافر فيها الحماية للجميع، كما توجد صفحات مكرسة لبث الطائفة والفكر المتطرف والكرهية. واتفقت معها دراسة **مريم غزال ونور الهدى شعوي** (79) (2014)، حيث توصلت إلى وجود تأثيرات سلبية لمواقع التواصل الاجتماعي على انتماء الشباب الجامعي الجزائري منها تشويه الوحدة الوطنية، وعدم الحفاظ عليها.

6- التأثيرات السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي على الشباب:

خلصت دراسة فاني بانباي **Fanni Banyai** وآخرين (80) (2017) من خلال عينة ممثلة على المستوى الوطني الأوروبي إلى أن (4,5%) من المراهقين يتعرضون لأخطار نتيجة ارتفاع استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي، ومن هذه الأخطار حدوث انخفاض في تقدير الذات، وارتفاع مستوى أعراض الاكتئاب. وأضافت دراسة **جاكوب أميدي Jacob Amedie** (81) (2015) أن مواقع التواصل الاجتماعي يتم استخدامها في خلق هويات زائفة، وتسبب الاكتئاب، وتعد أداة لتجنيد المجرمين والإرهابيين، وأيضاً وسيلة تعرض مستخدميها لانتهاب التماسك الاجتماعي وتدمير القيم. في حين توصلت دراسة **عايدة عبد الله Aida Abdulahi** وآخرين (82) (2014) إلى تأثير الاستخدام المكثف لمواقع التواصل الاجتماعي على صحة الطلاب الجامعيين الماليزيين، وعلى الخصوصية وأمن المعلومات الشخصية.

وعلى مستوى الدراسات العربية، لم تختلف كثيراً نتائجها عن نتائج الدراسات الأجنبية، حيث توصلت دراسة **أفنان طلعت** (83) (2015) إلى التأثير السلبي لكثافة استخدام الشباب المصري لمواقع التواصل الاجتماعي على الوقت الذي يقضونه مع الأسرة، تقويت العلاقات الأسرية، وعزلتهم اجتماعياً. وعلى مستوى الشباب الجامعي الفلسطيني، انتهت دراسة **بسمة حسين** (84) (2016) إلى وجود علاقة طردية بين إدمان مواقع التواصل الاجتماعي من جهة والاضطرابات النفسية، الوسواس القهري، الاكتئاب، القلق، والعداوة من جهة أخرى. وأضافت دراسة **صلاح محمد** (85) (2014) أن من أهم سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي إدمان هذه المواقع، إهدار الوقت، الكسل، وجود معلومات وهمية عن الآخرين، التأثير السلبي على التحصيل الدراسي، التعرض لصور ومواد غير مرغوبة، استغلالها في العمل التخريبي، اكتساب عادات تتنافى مع الإسلام وعادات المجتمع، وانتهاك الخصوصية. ولم تختلف نتائج دراسة **فهد بن علي** (86) (2014)، والتي توصلت إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي تمكن الشباب الجامعي السعودي من إجراء علاقات غير شرعية مع الجنس الآخر، الإهمال في الشعائر الدينية، العزلة وضعف التفاعل مع المجتمع، ومشكلات مع الوالدين بسبب طول مدة الاستخدام.

7- مقترحات لتفعيل دور مواقع التواصل الاجتماعي:

انتهت دراسة **سداف مصطفى Sadaf Mustafa** (87) (2018) إلى وجود نتائج مختلطة للتأثيرات الإيجابية والسلبية لمواقع التواصل الاجتماعي على الشباب الجامعي

الباكستاني، ومن ثم اقترحت توعية المحاضرين والأساتذة من خلال برنامج شامل على مستوى الدولة لتدريبهم على كيفية توجيه الطلاب لتقليل الاستخدامات السلبية إلى الحد الأدنى وتعزيز الاستخدامات الإيجابية. وأوصت دراسة أشرف جلال⁽⁸⁸⁾ (2012) باستخدام الحكومات العربية لمواقع التواصل الاجتماعي في استقطاب الشباب ومحاولة الحصول على دعمهم للإجراءات الإصلاحية من خلال استخدام لغة غير معقدة. واقترحت دراسة صلاح محمد⁽⁸⁹⁾ (2014) ضرورة تنظيم الشباب الجامعي الفلسطيني لوقت استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، الصدق والدقة في المعلومات، وجود ضوابط وتشريعات تنظم الاستخدام، واحترام خصوصية الآخرين.

وفي ذات السياق أوصت دراسة أحمد يونس⁽⁹⁰⁾ (2013) بضرورة وضع استراتيجية إعلامية متكاملة لإبراز القضايا المجتمعية الهامة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وتفعيل مشاركة الشباب من خلال فتح قنوات تواصل مباشرة مع المسؤولين. وفيما يخص الشباب الجامعي السعودي، اقترحت دراسة فهد بن علي⁽⁹¹⁾ (2014) الإكثار من الندوات العلمية والبرامج الهادفة التي توضح للطلاب التأثير السلبي لهذه المواقع على القيم. وفي العراق، خلصت دراسة رافت مهند⁽⁹²⁾ (2014) إلى ضرورة رصد ما ينشر على مواقع التواصل الاجتماعي، ووضع آلية للتعامل مع الموضوعات الهامة، وربطها بصانع القرار السياسي قبل تطورها إلى مرحلة الأزمة.

ب- الدراسات الخاصة بتطبيقات نظرية الشخص الثالث في بيئة مواقع التواصل الاجتماعي:

1- اختبار الفرض الإدراكي:

خلصت دراسة موجانج Mo Jang وجون كيم Joon Kim⁽⁹³⁾ (2018) من خلال دراسة أجريت على الجمهور الأمريكي إلى أن هناك اتجاهًا قويًا لإدراك تأثير الشخص الثالث، حيث يعتقد الأفراد أن الأخبار المزيفة سيكون لها تأثير أكبر على الآخرين. وتوصلت أيضاً دراسة جاي جولان Guy Golan وجون ليم Joon Lim⁽⁹⁴⁾ (2016) التي طبقت على الجمهور الأمريكي إلى تأييد إدراك تأثير الشخص الثالث فيما يتعلق بتجنيد داعش للآخرين على الإنترنت. وتأييداً لذلك انتهت دراسة إيمان عبد الرحيم⁽⁹⁵⁾ (2014) إلى أن (100%) من أفراد العينة من المنتمين إلى بعض المؤسسات الأمنية العربية والباحثين والأكاديميين والعاملين في المجال الإعلامي أكدوا على أنهم لا يتأثرون سلبياً على الإطلاق بمقاطع الفيديو والمنشورات التي تبثها الجماعات الإرهابية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وأنها أكثر تأثيراً على المواطن العادي أولاً، ثم على الصورة الذهنية للدولة، ثم على المواطن الأجنبي.

وفي ذات السياق أكدت دراسة مينا تساي فوجل Mina Tsay Vogel⁽⁹⁶⁾ (2016) على أن مستخدمي موقع فيس بوك من الجمهور الأمريكي يؤيدون أن مواقع التواصل الاجتماعي تمارس تأثيراً أقوى على الآخرين من أنفسهم. وأيدت دراسة أليزي هيرافي Alireza Heravi وآخرين⁽⁹⁷⁾ (2015) إدراك تأثير الشخص الثالث، حيث أوضح مستخدمو مواقع التواصل الاجتماعي من طلبة جامعة جنوب أستراليا أن المستخدمين الآخرين هم أكثر

عرضة لمخاطر وفوائد مواقع التواصل الاجتماعي من أنفسهم. وتوصلت دراسة زانج Zhang ودوغيرتي Daugherty⁽⁹⁸⁾ (2010) إلى ذات النتيجة، حيث توصلت إلى أن مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي من الأمريكيين والصينيين يعتقدون أن هذه المواقع لها تأثير أكبر على الآخرين من أنفسهم، كما أن هذه المواقع لها تأثير أكبر من التلفزيون ووسائل الإعلام المطبوعة على المستخدمين الآخرين مقارنة بهم.

2- اختبار الفرض السلوكي:

توصلت دراسة موجانج Mo Jang وجون كيم Joon Kim⁽⁹⁹⁾ (2018) إلى أن تأييد الجمهور الأمريكي لتأثير الأخبار المزيفة على الآخرين أدى إلى دعمهم لطرق مختلفة لمكافحة هذه الأخبار على الإنترنت، كما دعم هؤلاء الذين لديهم مستوى أعلى من إدراك تأثير الشخص الثالث منهج محو الأمية التكنولوجية، بينما كانوا أقل دعماً لنهج التنظيم والرقابة الإعلامية. وتوصلت دراسة جاي جولان Guy Golan وجون ليم Joon Lim⁽¹⁰⁰⁾ (2016) إلى أن الأفراد الأمريكيين الذين ينظرون إلى الآخرين على أنهم أكثر تعرضاً لتجنيد داعش عبر الإنترنت، كانوا أكثر ميلاً إلى تحديد الآخرين على أنهم أكثر تأثراً بالمحتوى، ومن ثم دعمهم لتقييد المحتوى عبر الإنترنت. وتأييداً لذلك انتهت دراسة إيمان عبد الرحيم⁽¹⁰¹⁾ (2014) إلى أن جميع أفراد العينة من المنتمين إلى بعض المؤسسات الأمنية العربية الذين أدركوا تأثير الشخص الثالث، أكدوا على ضرورة إخضاع مواقع التواصل الاجتماعي للرقابة المطلقة، بينما وافق (30%) من الباحثين والأكاديميين والعاملين في الحقل الإعلامي الذين أدركوا تأثير الشخص الثالث أن تكون هذه الرقابة مقتنة، ورفض (70%) منهم اتخاذ أي إجراءات رقابية.

كما تحققت دراسة أليزيها هيرافي Alireza Heravi وآخرين⁽¹⁰²⁾ (2015) من الفرض السلوكي لنظرية الشخص الثالث، حيث دعم مستخدمو مواقع التواصل الاجتماعي من الطلاب الجامعيين الاستراليين اتخاذ إجراءات لحماية الخصوصية. وخلصت دراسة زانج Zhang ودوغيرتي Daugherty⁽¹⁰³⁾ (2010) إلى أن المستخدمين الأمريكيين والصينيين الذين أبدوا تأثير الشخص الثالث كانوا أقل تقبلاً لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي التي يوصى بها أصدقاؤهم.

3- اختبار المتغيرات المؤثرة على إدراك تأثير الشخص الثالث:

خلصت دراسة فالاري شويسبيرجر Valarie Schweisberger وآخرين⁽¹⁰⁴⁾ (2014) إلى تأثير الصلة الشخصية للقصص الإخبارية على ضعف إدراك تأثير الشخص الثالث، حيث أدرك أفراد العينة من الشباب أن القصص التي لها أهمية شخصية بالنسبة لهم على موقع فيس بوك لها تأثير أكبر على أنفسهم، بينما يرون أن القصص ذات الصلة الضعيفة بهم لها تأثير أكبر على الآخرين. وفي ذات السياق توصلت دراسة ستافروسيتو Stavrositu وكيم Kim⁽¹⁰⁵⁾ (2014) إلى أن مقاييس مواقع التواصل الاجتماعي كالتعليقات والمشاركات تقلل من إدراك تأثير الشخص الثالث، فمحتوى مواقع التواصل الاجتماعي الذي يحتوي على

تعليقات ومشاركات ضعيفة، يدرك الأفراد أن تأثيره أكبر على الآخرين من أنفسهم. كما توصلت دراسة نيكوس أنطونوبولس Nikos Antonopolos وآخرين⁽¹⁰⁶⁾ (2016) إلى أن إدراك الأفراد لتأثير الشخص الثالث يزيد مع وجود محتوى سلبي أو مثير للجدل على مواقع التواصل الاجتماعي، كما ثبت أيضاً أن زيادة المسافة الاجتماعية تزيد من إدراك تأثير الشخص الثالث، بينما لم يكن لمتغير العمر وغيره من المتغيرات الديموجرافية تأثير ملحوظ.

وانتهت دراسة مو جانج Mo Jang وجون كيم Joon Kim⁽¹⁰⁷⁾ (2018) إلى تأثير الانتماء الحزبي على إدراك تأثير الشخص الثالث، حيث يعتقد الأفراد أن الأخبار المزيفة سيكون لها تأثير أكبر على الأعضاء خارج مجموعتهم السياسية. وفيما يتعلق بمتغير الانتماء الديني، انتهت دراسة جاي جولان Guy Golan وجون ليم Joon Lim⁽¹⁰⁸⁾ (2016) إلى أن الانتماء الديني عامل مؤثر في إدراك تأثير الشخص الثالث، حيث ينظر الأفراد الأمريكيون إلى المسلمين على أنهم الأكثر تأثيراً بدعاية الجماعات الإرهابية. وخلصت دراسة واي Wei ولو Lo⁽¹⁰⁹⁾ (2013) إلى تأثير متغير التعرض على إدراك تأثير الشخص الثالث، حيث توصلت إلى أن المراهقين كثيفي الاستخدام للوسائل التكنولوجية يميلون إلى تقليل حدوث التأثيرات السلبية لهذه الوسائل على أنفسهم والآخرين.

التعليق على الدراسات السابقة:

- 1- يمكن تلخيص نتائج الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة في النقاط الآتية:
 - تتركز استخدامات الشباب الإيجابية لمواقع التواصل الاجتماعي في الاتصال الاجتماعي وتبادل المعلومات والغرض التعليمي، بينما تمثل استخداماتهم السلبية في مراقبة الآخرين والتجسس والعنف السياسي.
 - انتهت معظم الدراسات العربية والأجنبية إلى تأثير استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي على زيادة الاهتمام والفاعلية والمشاركة السياسية، وكذلك في تشكيل الآراء والاتجاهات السياسية.
 - يؤثر استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي في الحفاظ على علاقاتهم الاجتماعية وكسب علاقات جديدة، كما يزيد كشفهم عن مزيد من المعلومات الشخصية من ثققتهم في أنفسهم وتحسين صورتهم الذاتية.
 - يؤثر استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي على فاعلية عملية التعليم وزيادة معارفهم، إلا أن بعض الدراسات العربية انتهت إلى وجود تأثيرات سلبية لاستخدام هذه المواقع على الأداء الدراسي.
 - يعزز استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي شعورهم بالانتماء، إلا أن بعض الدراسات العربية رصدت تأثير بعض الصفحات على هذه المواقع في بث الطائفية والفكر المتطرف.
 - رصدت الدراسات العربية والأجنبية التأثيرات السلبية لسوء استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي، ومن أهمها تعرضهم لمخاطر صحية ونفسية واجتماعية،

- انتهك الخصوصية، ووقعهم ضحية للجماعات الإرهابية.
- انتهت الدراسات العربية والأجنبية إلى بعض المقترحات لتفعيل دور مواقع التواصل الاجتماعي والتقليل من سلبياتها، من أهمها التربية الإعلامية للشباب، تواصل الحكومات مع الشباب، ووجود ضوابط لاستخدام هذه المواقع.
- خلصت الدراسات الأجنبية، وكذلك العربية -مع ندرتها- إلى ثبوت صحة الفرض الإدراكي والسلوكي لنظرية الشخص الثالث في بيئة مواقع التواصل الاجتماعي، إلا أن نهج الرقابة الإعلامية لم يحظ بتأييد المبحوثين في هذه الدراسات.
- ثبت تأثير بعض المتغيرات على إدراك تأثير الشخص الثالث في بيئة مواقع التواصل الاجتماعي منها طبيعة المحتوى، الصلة الشخصية بمحتوى هذه المواقع، مقاييس مواقع التواصل الاجتماعي (التعليقات والمشاركات الخاصة بالمحتوى)، المسافة الاجتماعية بين الفرد والآخرين، الانتماء الحزبي والاجتماعي والديني، كثافة التعرض للمحتوى.

2- اعتمدت معظم الدراسات التي تناولت علاقة الشباب بمواقع التواصل الاجتماعي على نظرية الاستخدامات والإشباع، بينما اعتمد عدد قليل منها على نظريات الاعتماد على وسائل الإعلام، المجال العام، الغرس الثقافي، التعلم الاجتماعي.

3- استخدمت معظم الدراسات ذات الصلة بموضوع الدراسة منهج المسح بالاعتماد على مسح الشباب بصفة عامة أو الشباب الجامعي، بينما استخدم عدد قليل من الدراسات الأجنبية المنهج التجريبي.

4- تم الاستفادة من الدراسات السابقة في البناء المنهجي للدراسة الحالية، على مستوى الاستدلال على المشكلة البحثية وصياغة أهداف الدراسة، وأيضاً في كيفية توظيف نظرية الشخص الثالث واختبار فروضها ومتغيراتها الأساسية في بيئة مواقع التواصل الاجتماعي ، وكذلك في اختيار المنهج الملائم ومجتمع الدراسة، وتصميم أداة جمع البيانات، وتحديد كيفية القياس المنهجي والإحصائي لمتغيرات الدراسة ، كما تم الاستفادة أيضاً من الدراسات السابقة في المقارنة بين نتائج هذه الدراسات والدراسة الحالية وتحديد أوجه الاتفاق والاختلاف.

فروض الدراسة:

- الفرض الأول:** توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين تقدير المبحوثين لدرجة تعرض الذات والآخرين للمحتوي السلبي الخاص بالانتماء الوطني عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ومستوي إدراكهم لتأثير الشخص الثالث.
- الفرض الثاني:** توجد اختلافات دالة إحصائية بين مستوي إدراك المبحوثين لتأثيرهم بمخاطر مواقع التواصل الاجتماعي علي الانتماء الوطني ، ومستوي إدراكهم لتأثير الآخرين.

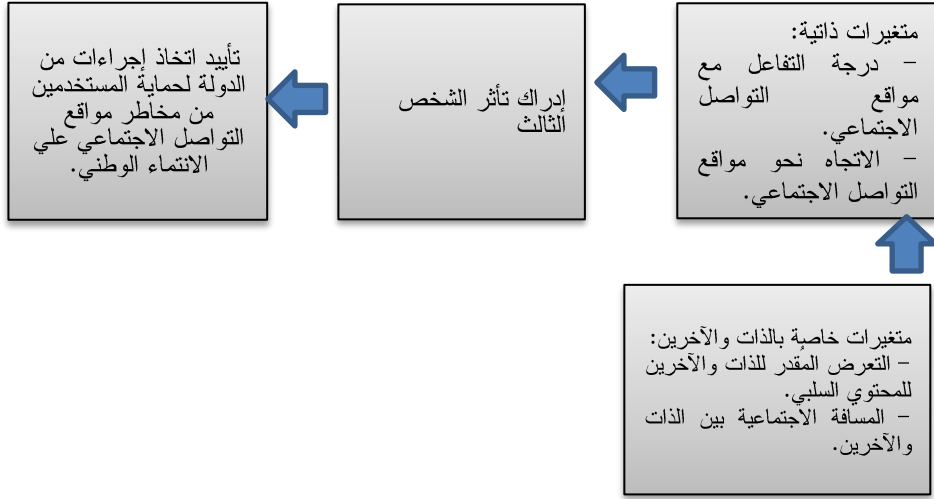
الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين مستوى إدراك المبحوثين لتأثير الشخص الثالث، والمتغيرات الآتية:

- درجة تفاعل المبحوثين مع مواقع التواصل الاجتماعي
- اتجاه المبحوثين نحو مواقع التواصل الاجتماعي
- تقدير المبحوثين للذات
- الخصائص الديموجرافية للمبحوثين

الفرض الرابع: توجد علاقة ارتباطية بين مستوى إدراك المبحوثين لتأثير الذات بمخاطر مواقع التواصل الاجتماعي علي الانتماء الوطني، ودرجة تأييدهم لاتخاذ إجراءات لحماية أنفسهم من هذه المخاطر.

الفرض الخامس: توجد علاقة ارتباطية بين مستوى إدراك المبحوثين لتأثير الآخرين بمخاطر مواقع التواصل الاجتماعي علي الانتماء الوطني، ودرجة تأييدهم لاتخاذ إجراءات من الدولة لحماية الآخرين من هذه المخاطر.

متغيرات الدراسة:



منهج الدراسة:

اعتمدت الدراسة على منهج المسح **Survey Method**؛ للتعرف على مستوى إدراك مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي من الشباب الجامعي المصري لمخاطر هذه المواقع على الانتماء الوطني في إطار نظرية الشخص الثالث.

مجتمع وعينة الدراسة:

شمل مجتمع الدراسة الشباب الجامعي المصري من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، وطبقت الدراسة على عينة غير احتمالية قوامها 400 مفردة، وروعي في اختيار العينة تمثيلها للتعليم الجامعي الحكومي والخاص، وتنوع خصائص المبحوثين الديموجرافية من حيث النوع، العمر، المستوى الاجتماعي الاقتصادي، باعتبارها متغيرات هامة في نظرية الشخص الثالث.

ويوضح جدول (1) تفاصيل توزيع عينة الدراسة.

جدول (1) خصائص عينة الدراسة

خصائص العينة		ك	%
النوع	أنثى	238	59,5
	ذكر	162	40,5
الإجمالي		400	100
العمر	أقل من 20 سنة	86	21,4
	20 سنة	111	27,8
	21 سنة	101	25,2
	22 سنة	59	14,8
	23 سنة فأكثر	43	10,8
الإجمالي		400	100
نوع التعليم	حكومي	200	50
	خاص	200	50
الإجمالي		400	100
المستوى الاقتصادي	منخفض	152	38
	متوسط	186	46,5
	مرتفع	62	15,5
الإجمالي		400	100
التقدير الذات	منخفض	111	27,8
	متوسط	157	39,2
	مرتفع	132	33
الإجمالي		400	100

أداة جمع البيانات:

استخدمت الباحثة صحيفة الاستبيان بالمقابلة كأداة لجمع بيانات الدراسة الميدانية، وتضمنت (18) سؤالاً يعكس أهداف الدراسة وفروضها، واشتملت الصحيفة على عدة محاور رئيسية هي: استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي، مخاطر مواقع التواصل الاجتماعي على الانتماء الوطني من وجهة نظر الشباب الجامعي، مقترحاتهم لتقليل هذه المخاطر، اتجاهات الشباب الجامعي نحو مواقع التواصل الاجتماعي، تقدير الشباب الجامعي للذات، وعرضت صحيفة الاستبيان علي مجموعة من أساتذة الإعلام لاختبار صدقها⁽¹¹⁰⁾، والتأكد من تحقيقها لأهداف البحث.

القياس المنهجي لمتغيرات الدراسة:

اعتمدت الدراسة على مجموعة من المقاييس التي يمكن من خلالها رصد متغيرات الدراسة كمياً وهي:

• مقياس درجة التفاعل مع مواقع التواصل الاجتماعي:

شمل مجموعة من أنشطة تفاعل المبحوثين مع مواقع التواصل الاجتماعي (8 أنشطة)، حيث تراوحت درجات كل نشاط من 1: 3، بحيث تمثل دائماً: 3، أحياناً: 2، نادراً: 1، ويعكس المقياس التجميحي لاستجابات المبحوثين درجة تفاعلهم مع هذه المواقع (مرتفعة، متوسطة، منخفضة).

• مقياس مخاطر مواقع التواصل الاجتماعي على الانتماء الوطني:

شمل مجموعة من العبارات التي تعكس مخاطر مواقع التواصل الاجتماعي على الانتماء الوطني (15 عبارة)، تراوحت درجاتها من 1: 5، بحيث يمثل موافق جداً: 1، موافق: 2، إلى حد ما: 3، غير موافق: 4، غير موافق تماماً: 5، ومن ثم تعكس (موافق جداً) أقصى درجات المقياس سلبية، وتعكس (غير موافق تماماً) أقصى درجات المقياس إيجابية، وشمل المقياس العبارات الآتية: اللجوء إلى العنف لحل المشكلات، إهمال المشاركة في الأعمال التطوعية، التمرد على النظام والقوانين، التكاسل في العمل، نشر الشائعات والأخبار الكاذبة، التمرد على عادات وتقاليد المجتمع، تشجيع الاستيلاء على أملاك الدولة، إهانة الرموز الوطنية كالنشيد الوطني والعلم، التسرير على الفاسدين، السخرية من المناسبات الوطنية والتشكيك فيها، إهانة الوطن واسمه، الشتمات في مصائب الوطن كالعلاقات الإرهابية، مناصرة أطراف ودول تسعى لهدم الوطن، السعي لتفتيت الوحدة الوطنية، تعزيز الهجرة خارج الوطن، ويعكس المقياس التجميحي لاستجابات المبحوثين مخاطر مواقع التواصل الاجتماعي على الانتماء الوطني (مرتفعة، متوسطة، منخفضة).

• مقياس درجة تأييد اتخاذ إجراءات لتقليل مخاطر مواقع التواصل الاجتماعي علي الانتماء الوطني:

وذلك من خلال جدولين يعكس الأول الإجراءات التي يؤيد المبحوثون اتخاذها لحماية أنفسهم، ويعكس الجدول الثاني الإجراءات التي يؤيد المبحوثون اتخاذها من الدولة لحماية الآخرين، وشمل كل جدول 4 عبارات، تراوحت درجاتها من 1: 5، بحيث يمثل موافق جداً: 5، موافق: 4، إلى حد ما: 3، غير موافق: 2، غير موافق تماماً: 1، ومن ثم تعكس (موافق جداً) أقصى درجات التأييد لهذه الإجراءات، وتعكس (غير موافق تماماً) أقل درجات التأييد، ويعكس المقياس التجميحي لاستجابات المبحوثين درجة تأييد المبحوثين لهذه الإجراءات (مرتفعة، متوسطة، منخفضة).

• مقياس الاتجاهات نحو مواقع التواصل الاجتماعي:

شمل مجموعة من العبارات (12 عبارة)، ست عبارات إيجابية تراوحت درجاتها من 1: 3، بحيث يمثل موافق: 3، لا أستطيع التحديد: 2، معارض: 1، وست عبارات سلبية تراوحت درجاتها من 1: 3، بحيث يمثل موافق: 1، لا أستطيع التحديد: 2، معارض: 3، ويعكس المقياس التجميى لاستجابات المبحوثين اتجاهاتهم نحو مواقع التواصل الاجتماعي (إيجابية، محايدة، سلبية).

• مقياس تقدير الذات⁽¹¹¹⁾:

شمل مجموعة من العبارات (14 عبارة)، ست عبارات إيجابية تراوحت درجاتها من 1: 3، بحيث تمثل دائماً: 3، أحياناً: 2، نادراً: 1، وست عبارات سلبية تراوحت درجاتها من 1: 3، بحيث تمثل دائماً: 1، أحياناً: 2، نادراً: 3، وتعكس هذه العبارات الثقة بالنفس، الرضا عن الذات، تقدير الذات الاجتماعي، القدرة على التأثير في الآخرين، تقبل النقد، الشعور بكفاءة الذات، ويعكس المقياس التجميى لاستجابات المبحوثين تقديرهم لذاتهم (تقدير الذات المرتفع، تقدير الذات المتوسط، تقدير الذات المنخفض).

• جمع البيانات الميدانية والمعالجة الإحصائية:

استغرق جمع البيانات الميدانية ثلاثة أسابيع، من 2019/1/28 إلى 2019/2/18، بتوزيع صحيفة الاستبيان على الشباب الجامعي خلال فعاليات ملتقى شباب الجامعات الحكومية الذي يعقده مركز إعداد القادة بطوان في أجازة منتصف العام الدراسي، كما تم توزيع صحيفة الاستبيان على الشباب الجامعي بعدد من الجامعات الخاصة خلال الأسبوع الأول من الفصل الدراسي الثاني، وقام المبحوثون بملء الاستمارات بأنفسهم، وبعد مراجعة جميعها، تم إدخالها للحاسب الآلي، واستخدام البرنامج الإحصائي SPSS لمعالجة بيانات الدراسة كميًا، وتم الاعتماد على مجموعة من المعاملات الإحصائية لاختبار فروض الدراسة وهي:

- معامل ارتباط بيرسون **Person**: لمعرفة اتجاه وقوة العلاقة بين مستوى إدراك المبحوثين لتأثير الشخص الثالث، وعدد من متغيرات الدراسة.

- اختبار **T-Test**، معامل التباين أحادي الاتجاه **Oneway Anova**: للتعرف على مدى وجود اختلافات دالة إحصائية في مستوى إدراك المبحوثين لتأثير الشخص الثالث، وفقاً لعدد من متغيرات الدراسة.

كما تم قياس المتغيرات التالية الواردة في فروض الدراسة كالآتي:

- قياس إدراك تأثير الآخرين: من خلال حساب متوسطات درجات تأثيرهم.

- قياس إدراك تأثير الشخص الثالث: من خلال طرح درجة تأثير الفرد من درجات تأثير الآخرين.

النتائج العامة للدراسة واختبار الفروض

أ- النتائج العامة للدراسة:

1- درجة استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي:

جدول (2)

درجة استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي

(ن = 400)

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	لا		نادراً		أحياناً		دائماً		درجة الاستخدام مواقع التواصل
			%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
1	0,775	2,61	4,8	19	3,8	15	17,7	71	73,7	295	فيس بوك
2	0,825	2,46	5,5	22	5	20	27,7	111	61,8	247	يوتيوب
3	1,03	2,02	11,8	47	16	64	30,5	122	41,7	167	انستجرام
4	1,12	1,56	24,5	98	20,7	83	28,8	115	26	104	جوجل بلس
5	1,12	1,14	40,8	163	20,2	81	23,2	93	15,8	63	تويتر
6	0,846	0,53	66,5	266	17,2	69	12,8	51	3,5	14	لينكد إن
7	0,829	0,41	76,8	307	11	44	7,2	26	5	20	ماي سبيس

يوضح جدول (2) أن موقع فيس بوك يأتي في مقدمة مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها المبحوثون، ويعتبر ذلك نتيجة منطقية، حيث اكتسب فيس بوك شهرة واسعة عقب ثورة 25 يناير 2011، حيث كان الوسيلة الأساسية التي مهدت لانطلاق هذه الثورة في أوساط الشباب، كما يتميز فيس بوك بسهولة الاستخدام، وإتاحته للعديد من الخدمات التي يحتاجها الشباب بصفة عامة ومنها: تبادل الرسائل والتعرف على كافة الآراء، مشاهدة الصور ومقاطع الفيديو ومشاركتها، التعرف على أكثر الموضوعات انتشاراً على فيس بوك من خلال قائمة **Trending** في الإعدادات، وغيرها من الخدمات، كما يتيح موقع فيس بوك بعض مزايا المواقع الأخرى مثل ميزة إضافة القصص **Story**، ومن ثم يلبي حاجة الشباب عامة والشباب الجامعي بشكل خاص للتجديد والسرعة والفورية.

ويأتي موقع يوتيوب في المرتبة الثانية بين مواقع التواصل الاجتماعي، حيث يعتبر من أبرز مواقع مشاهدة الفيديوهات، ويوفر أيضاً العديد من الخدمات منها إمكانية تحديد صور بعينها من الفيديو والحصول عليها، وأيضاً حفظ الفيديو لمشاهدته في وقت آخر، إلى جانب ما يتيح هذا الموقع من فيديوهات تعليمية في كافة المجالات والتخصصات، مما يجعله وسيلة مثالية للشباب الجامعي في الغرض التعليمي.

أما موقع انستجرام فيأتي في المرتبة الثالثة، حيث يحظى بشعبية بين الشباب عامة والشباب الجامعي خاصة لإتاحته مشاركة الصور والقصص، ويلائم ذلك رغبة هذه الفئة في توثيق ومشاركة كل ما يخص حياتهم، إلى جانب إتاحة الموقع لخاصية البث المباشر بجودة عالية، كما يتيح إمكانية تعديل الصور لتبدو بشكل أفضل من خلال مجموعة من المؤثرات

البصرية، وتعتبر هذه الإمكانيات التي يتيحها الموقع مناسبة تماماً لهذه الفئة العمرية. ويأتى موقعا لينكد إن، وماى سبيس فى المرتبتين الأخيرتين، حيث يعتبر موقع لينكد إن موقعاً مهنيًا يستخدم بشكل أساسى لإيجاد وظائف أو فرص عمل، مما قد لا يلائم احتياجات الشباب الجامعى، أما بالنسبة لموقع ماى سبيس، فعلى الرغم من أنه يتيح خدمات نشر الصور والموسيقى ومقاطع الفيديو، إلا أنه لا يحظى بشعبية بين المصريين بشكل عام.

2- أنشطة التفاعل التي يقوم بها الشباب الجامعى على مواقع التواصل الاجتماعي:

جدول (3)

أنشطة التفاعل التي يقوم بها المبحوثون على مواقع التواصل الاجتماعي

(ن = 400)

الترتيب	الانحراف المعيارى	المتوسط الحسابى	نادراً		أحياناً		دائماً		درجة الاستخدام أنشطة التفاعل
			%	ك	%	ك	%	ك	
1	0,602	2,66	6,8	27	21	84	72,2	289	قراءة ومتابعة
2	0,689	2,39	11,8	47	37,4	150	50,8	203	عمل إيموشن Emotion
3	0,761	2,21	20,8	83	38	152	41,2	165	إضافة منشور Post
4	0,765	2,18	21,8	87	38,2	153	40	160	الانضمام إلى مجموعات أو صفحات
5	0,747	2,078	24,3	97	43,8	175	32	128	كتابة تعليق Comment
6	0,787	2,063	28	112	37,8	151	34,2	137	مشاركة Share
7	0,807	2,06	29,8	119	34,8	139	35,4	142	إضافة صور أو فيديو أو قصة
8	0,813	1,83	42,8	171	31,2	125	26	104	البحث عن وقبول أصدقاء جدد

كشفت التحليل الإحصائى لبيانات جدول (3) من خلال مقياس درجة تفاعل المبحوثين مع مواقع التواصل الاجتماعي أن (37,5%) منهم لديهم درجة تفاعل مرتفعة مع هذه المواقع، فى حين أن (48,5%) يتفاعلون مع هذه المواقع بشكل متوسط، بينما يتفاعل (14%) منهم بشكل منخفض، ويعكس ذلك شعبية مواقع التواصل الاجتماعي بين الشباب الجامعى، وأنها أصبحت جزءاً لا يتجزأ من حياتهم اليومية سواء بمتابعتها أو بالقيام بأنشطة تفاعلية عبر هذه المواقع.

ويتضح من جدول (3) أن القراءة والمتابعة تأتى فى مقدمة أنشطة التفاعل التي يقوم بها المبحوثون على مواقع التواصل الاجتماعي، ويعتبر ذلك نتيجة منطقية لكون هذه المواقع وسيلة هامة للتعرف على الأخبار والمعلومات ومتابعة كافة الآراء، كما أن الشباب الجامعى يهتم بمتابعة هذه المواقع للتعرف على اتجاهات الرأى العام تجاه القضايا والموضوعات المختلفة. ويأتى عمل إيموشن **Emotion** فى المرتبة الثانية، حيث يعتبر أسلوباً مفضلاً للشباب الجامعى والمستخدمين عامة، لأنه لا يتطلب وقتاً كغيره من أنشطة التفاعل، كما أنه غير ملحوظ مثل باقى أنشطة التفاعل، ولذلك يفضله العديد من الشباب الجامعى خاصة إذا كان المحتوى سلبياً أو غير مرغوب اجتماعياً. ثم يأتى إضافة منشور **Post** فى المرتبة الثالثة، حيث يستمتع العديد من الشباب الجامعى بالتعبير عن حياته الخاصة وأنشطته عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ويعد ذلك من سمات هذه المرحلة العمرية التي تتسم بالانطلاق والرغبة فى الحصول على إعجاب الآخرين.

بينما يأتي إضافة صور أو فيديو أو قصة، وقبول أصدقاء جدد في المرتبتين الأخيرتين بين أنشطة التفاعل التي يقوم بها المبحوثون على مواقع التواصل الاجتماعي، رغم أن هذه الأنشطة التفاعلية مناسبة تماماً لهذه المرحلة العمرية، ويمكن تفسير ذلك في إطار تخوف بعض المبحوثين من استغلال وسرقة صورهم الخاصة، كما يعاني أيضاً بعض الشباب الجامعي من انخفاض ثقتهم في أنفسهم وهيتهم، كما أنهم يعتبرون إضافة المنشورات posts وسيلة أفضل من عرض صورهم في التعبير عن المشاعر الخاصة بهم، إلي جانب أن بعض الشباب الجامعي قد يتخوف من إضافة أصدقاء جدد لا يعرفهم، خاصة في ظل انتشار الجرائم الإلكترونية وعدد من الممارسات غير اللائقة لبعض الشباب.

3- تقدير الشباب الجامعي لتعرض الفئات المختلفة للمحتوى السلبي الخاص بالانتماء للوطن عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

جدول (4)

تقدير المبحوثين للتعرض لمحتوى سلبي خاص بالانتماء الوطني

(ن = 400)

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	لا		نادراً		أحياناً		دائماً		درجة التعرض الفئات
			%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
1	0,955	2,05	10,3	41	12,2	49	39,5	158	38	152	الشباب الذكور
2	0,923	1,92	10,8	43	14,8	59	46,4	186	28	112	الشباب الإناث
3	1,02	1,91	13	52	17,5	70	34,8	139	34,7	139	المراهقون
4	1,0	1,63	17,3	69	23,5	94	38	152	21,2	85	الأهل والأصدقاء
5	1,04	1,53	21	84	25	100	34	136	20	80	الأطفال
6	1,1	1,49	26	104	21	84	31,2	125	21,8	87	أنا شخصياً
7	1,04	1,34	26,2	105	31	124	25,8	103	17	68	كبار السن

نستنتج من جدول (4) أن الشباب ذكوراً وإناثاً والمراهقين هم الأكثر تعرضاً للمحتوى السلبي الخاص بالانتماء الوطني عبر مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر المبحوثين، وربما يعد ذلك امتداداً لإدراك المبحوثين لأن فئتي الشباب والمراهقين باختلاف نوعهما يتعرضون بشكل مكثف لمواقع التواصل الاجتماعي على اختلاف محتواها، حيث أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي مصدراً أساسياً للمعلومات والأخبار، ووسيلة أساسية للتفاعل الاجتماعي لديهم، إضافة إلى أن الشباب والمراهقين لا يزالون في مرحلة عمرية تنسم بالتمرد، وعدم الرضا عن الأوضاع السياسية والاقتصادية والاجتماعية، مما قد يدفعهم للتعرض لصفحات ومحتوى يستهدف التأثير سلبياً على الانتماء الوطني لديهم، بالإضافة إلى انضمامهم إلى مجموعات تسعى لنفس الغرض.

ثم يأتي الأهل والأصدقاء والذات في مرتبتين تاليتين من حيث تعرضهم للمحتوى السلبي الخاص بالانتماء الوطني عبر مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر المبحوثين، ويعكس ذلك رغبة الفرد في إظهار ذاته والمقربين منه (الأهل والأصدقاء) على أنهم يتعرضون

بشكل محدود للمحتوى السلبي أو المحتوى غير المرغوب اجتماعياً، وذلك في إطار الحفاظ على الصورة الاجتماعية الإيجابية، ونظرتهم الذاتية لأنفسهم وللمقربين منهم على أنهم يمكنهم التحكم في التعرض للمحتوى السلبي عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

أما ورود الأطفال وكبار السن في مرتبتين متأخرتين وفقاً لتقدير المبحوثين، فيعكس ذلك إدراك المبحوثين للاستخدام المحدود لهاتين الفئتين لمواقع التواصل الاجتماعي بشكل عام.

4- مخاطر مواقع التواصل الاجتماعي على الانتماء للوطن من وجهة نظر الشباب الجامعي:

جدول (5)

مخاطر مواقع التواصل الاجتماعي على الانتماء الوطني من وجهة نظر المبحوثين

(ن = 400)

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	غير موافق تماماً		غير موافق		إلى حد ما		موافق		موافق جداً		الرأي المخاطر
			%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
1	1,34	3,65	9,8	39	11,8	47	19,2	77	22	88	37,3	149	تعزيز الهجرة خارج الوطن
2	1,47	3,63	15,2	61	10	40	12,5	50	21,5	86	40,8	163	نشر الشائعات والأخبار الكاذبة
3	1,29	3,48	10,2	41	12,8	51	23,5	94	26,3	105	27,2	109	التمرد على عادات وتقاليده المجتمع
4	1,30	3,33	11,8	47	14	56	27,4	110	22,8	91	24	96	التكاسل في العمل
5	1,25	3,31	10,5	42	14,2	57	30,5	122	23,8	95	21	84	التمرد على النظام والقوانين
6	1,36	3,07	17,2	69	17,2	69	25,8	103	20,5	82	19,3	77	اللجوء إلى العنف لحل المشكلات
7	1,23	3,05	12	48	22,8	91	27,8	111	23,2	93	14,2	57	إهمال المشاركة في الأعمال التطوعية
8	1,38	3,02	20	80	15,5	62	24,5	98	22,2	89	17,8	71	السعي لتفتيت الوحدة الوطنية
9	1,31	2,95	17,4	70	20,8	83	25,8	103	21	84	15	60	السخرية من المناسبات الوطنية والتشكيك فيها
10	1,39	2,87	23,3	93	18,2	73	23,5	94	18,8	75	16,2	65	مناصرة أطراف ودول تسعى لهدم الوطن
11	1,42	2,86	24	96	19	76	21,2	85	18,8	75	17	68	إهانة الوطن واسمه
12	1,36	2,86	21,8	87	19,2	77	25	100	19	76	15	60	التستر على الفاسدين
13	1,33	2,78	21,3	85	24,5	98	23,2	93	17,2	69	13,8	55	إهانة الرموز الوطنية كالنشيد الوطني والعلم
14	1,28	2,76	20,2	81	24	96	26,8	107	17,2	69	11,8	47	تشجيع الاستيلاء على أملاك الدولة
15	1,36	2,73	24,2	97	22,8	91	23,2	93	15,3	61	14,5	58	الشماتة في مصائب الوطن كالعصيان الإرهابية

كشفت التحليل الإحصائي لبيانات جدول (5) من خلال مقياس مخاطر مواقع التواصل الاجتماعي على الانتماء الوطني من وجهة نظر المبحوثين أن (29%) منهم يرون أن مخاطر هذه المواقع مرتفعة، بينما يرى (50,2%) منهم أن هذه المخاطر متوسطة، في حين ينظر (20,8%) لهذه المخاطر على أنها منخفضة، ويعكس ذلك إدراك الشباب الجامعي لخطورة مواقع التواصل الاجتماعي على الانتماء الوطني.

ويوضح جدول (5) أن تعزيز الهجرة خارج الوطن تأتي في مقدمة هذه المخاطر من وجهة نظر المبحوثين، ويفسر ذلك في إطار ما يكتبه البعض على مواقع التواصل الاجتماعي وتعبيرهم عن رغبتهم في الهجرة خارج مصر، ربما لقلّة فرص العمل، أو لعدم ثقتهم في المستقبل، أو لتعزيز بعض الصفحات السياسية عبر هذه المواقع لهذا الاتجاه. ويأتي نشر الشائعات والأخبار الكاذبة كثنائي هذه المخاطر، ويعد ذلك نتيجة منطقية، حيث شهدت الفترة الأخيرة إثارة العديد من الشائعات التي لم تقتصر على مجال واحد، وإنما شملت المجال السياسي والاقتصادي والاجتماعي والتعليمي وغيره، وتجاوزت هذه الشائعات 21 ألف ساعة في ثلاثة أشهر وفقاً لما أعلنه الرئيس السيسي خلال الاحتفال بتخريج طلبة الكليات العسكرية في يوليو 2018، ويعكس ذلك إدراك الشباب الجامعي لخطورة مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات والأخبار الكاذبة التي تهدد أمن واستقرار المجتمع.

ويأتي التمرد على عادات وتقاليد المجتمع في المرتبة الثالثة بين مخاطر مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر المبحوثين، في ظل إمكانية نشر أي محتوى أو صور أو فيديوهات، ويتصل بذلك خطورة هذه المواقع على تغيير علاقة الفرد مع الأسرة والمجتمع. بينما يأتي التكاثر في العمل في المرتبة الرابعة، حيث تؤدي مواقع التواصل الاجتماعي إلى ضياع الوقت، وفي بعض الأحيان يصل استخدام هذه المواقع إلى حد الإدمان، مما يؤثر تأثيراً سلبياً على الانتظام في العمل وقيام الفرد بواجباته تجاه الآخرين وتجاه وطنه.

وتأتي إهانة الوطن واسمه، وإهانة الرموز الوطنية كالنشيد الوطني والعلم، والشتمات في مصائب الوطن، في مراتب متأخرة بين مخاطر مواقع التواصل الاجتماعي، ويعكس ذلك تصور المبحوثين لصعوبة ومحدودية وجود المحتوى الذي يعبر عن هذه المخاطر على مواقع التواصل الاجتماعي؛ لأنه يعد تعبيراً صريحاً وواضحاً عن عدم الانتماء الوطني، كما أن مثل هذا المحتوى الصريح سيلاقي معارضة قوية من الكثير من المستخدمين، إلا أن بعض محتوى مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة فيس بوك يشمل تعبيراً عن بعضها مثل إهانة اسم الوطن "ماسر"، تشبيهه لعلم مصر بعلم إسرائيل، والشتمات في شهداء العمليات الإرهابية من الجيش والشرطة.

5- تقدير الشباب الجامعي لدرجة تأثر الفئات المختلفة بمخاطر مواقع التواصل الاجتماعي على الانتماء للوطن:

جدول (6)

تقدير المبحوثين لدرجة التأثر بمخاطر مواقع التواصل الاجتماعي على الانتماء الوطني

(ن = 400)

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	لا تتأثر		تتأثر بشكل ضعيف		تتأثر بشكل متوسط		تتأثر بشكل كبير		تتأثر بشكل كبير جداً		درجة التأثر الفئات
			%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
1	1,19	3,76	6	24	9,5	38	21,8	87	28,5	114	34,2	137	المراهقون
2	1,14	3,66	4,5	18	11,5	46	25,8	103	30	120	28,2	113	الشباب الذكور
3	1,18	3,36	7,8	31	14,5	58	32	128	25,5	102	20,2	81	الشباب الإناث
4	1,4	3,21	16,3	65	16,3	65	22,2	89	21	84	24,2	97	الأطفال
5	1,21	3,1	12,2	49	18,8	75	29,2	117	26,8	107	13	52	الأهل والأصدقاء
6	1,37	2,92	21	84	17,5	70	28	112	16	64	17,5	70	أنا شخصياً
7	1,34	2,57	28,8	115	23,2	93	22	88	14,5	58	11,5	46	كبار السن

يوضح جدول (6) أن المراهقين والشباب ذكوراً وإناثاً هم الأكثر تأثراً بمخاطر مواقع التواصل الاجتماعي على الانتماء الوطني من وجهة نظر المبحوثين، بينما جاء الأهل والأصدقاء، وأنا شخصياً في المرتبتين قبل الأخيرة على التوالي من حيث تأثرهم بهذه المخاطر، ويفسر ذلك في إطار نظرة المبحوثين للبعيد عن اجتماعياً على أنهم مختلفون عنهم، إلى جانب ميل المبحوثين إلى الاعتقاد بأنهم متفوقون على الآخرين، ولا يمكن تضليلهم من خلال محتوى مواقع التواصل الاجتماعي. ومن ثم تدعم نتائج جدول (6) الفرض الإدراكي لنظرية الشخص الثالث، حيث يعتقد المبحوثون أن التأثير الأكبر لمواقع التواصل الاجتماعي على الانتماء الوطني سيكون على الآخرين (الشخص الثالث) وليس على أنفسهم (الشخص الأول) أو على الأهل والأصدقاء (الشخص الثاني).

وبمقارنة هذه النتائج بنتائج جدول (4)، يتبين أن فئتي المراهقين والشباب ذكوراً وإناثاً كانتا الأكثر تعرضاً للمحتوى السلبي الخاص بالانتماء الوطني عبر هذه المواقع وفقاً لتصوير المبحوثين، ويدعم ذلك ما توصلت إليه الدراسات التي اختبرت نظرية الشخص الثالث، حيث يعتقد الأفراد أن الآخرين هم الأكثر تأثراً بالرسائل الإعلامية السلبية من أنفسهم بسبب إدراكهم أن الآخرين يتعرضون بشكل أكبر لهذه الرسائل.

وجاء كبار السن في المرتبة الأخيرة من حيث تأثرهم بمخاطر مواقع التواصل الاجتماعي على انتمائهم الوطني من وجهة نظر المبحوثين، ويفسر ذلك أيضاً في إطار نتائج جدول (4) التي أوضحت أن هذه الفئة جاءت في المرتبة الأخيرة من حيث التعرض للمحتوى السلبي الخاص بالانتماء الوطني عبر هذه المواقع، كما أن الشباب الجامعي يدرك أن كبار السن لديهم قناعات واضحة وراسخة بشأن الانتماء للوطن، حيث شهدت هذه الفئة العديد من الحروب التاريخية التي أثرت في وجدانها وانتمائها للوطن.

6- الإجراءات التي يؤيد الشباب الجامعي اتخاذها لتقليل مخاطر مواقع التواصل الاجتماعي على انتمائهم للوطن:

جدول (7)

الإجراءات التي يؤيد المبحوثون اتخاذها لتقليل مخاطر مواقع التواصل الاجتماعي على أنفسهم (ن = 400)

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	غير موافق تماماً		غير موافق		إلى حد ما		موافق		موافق جداً		درجة الموافقة الإجراءات
			%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
1	0,930	4,34	1,5	6	3,5	14	12,5	50	25	100	57,5	230	الرجوع إلى المصادر الأصلية للتأكد من مصداقية المحتوى
2	0,934	4,3	2	8	3	12	12	48	28,8	115	54,2	217	انتقاء المحتوى الذي أتفاعل معه
3	1,02	4,2	2,5	10	4,8	19	14,2	57	27	108	51,5	206	عمل حظر للمستخدمين الذين يضعون محتوى سلبياً خاص بالانتماء الوطني
4	1,18	3,91	5,2	21	8,5	34	17,8	71	27	108	41,5	166	تقليل الوقت الذي أقضيه على مواقع التواصل الاجتماعي

كشفت التحليل الإحصائي لبيانات جدول (7) من خلال مقياس درجة تأييد المبحوثين لاتخاذ إجراءات لحماية أنفسهم من مخاطر مواقع التواصل الاجتماعي على الانتماء الوطني، أن (81,3%) يؤيدون اتخاذ إجراءات لحماية أنفسهم من هذه المخاطر بدرجة مرتفعة، ويؤيد (17,2%) منهم اتخاذ هذه الإجراءات بدرجة متوسطة، بينما يؤيدها (1,5%) بدرجة منخفضة، ويعكس ذلك تأييد الشباب الجامعي المرتفع لاتخاذ إجراءات لتقليل مخاطر مواقع التواصل الاجتماعي على انتمائهم الوطني، حتى وإن كانوا يعتقدون أنهم يتأثرون بهذه المخاطر بدرجة أقل من الآخرين (نتائج جدول 6)، وربما يفسر ذلك في إطار إدراكهم لمخاطر مواقع التواصل الاجتماعي على الانتماء للوطن (نتائج جدول 5)، مما يجعلهم يؤيدون اتخاذ إجراءات وقائية لحماية أنفسهم، حتى وإن كانوا لا يدركون أنهم يتأثرون بشكل كبير بهذه المخاطر.

ويوضح جدول (7) أن الرجوع إلى المصادر الأصلية للتأكد من مصداقية المحتوى يأتي في المرتبة الأولى بين الإجراءات التي يقوم بها المبحوثون لتقليل مخاطر مواقع التواصل الاجتماعي على انتمائهم للوطن، بينما يأتي انتقاء المحتوى الذي أتفاعل معه في المرتبة الثانية، ثم عمل حظر للمستخدمين الذين يضعون محتوى سلبياً، يليه في المرتبة الأخيرة تقليل الوقت الذي أقضيه على مواقع التواصل الاجتماعي، وتشير هذه الإجراءات إلى وعي الشباب الجامعي وإلمامه إلى حد كبير بأسس التربية الإعلامية في التعامل مع مواقع التواصل الاجتماعي.

7- الإجراءات التي يمكن أن تقوم بها الدولة لحماية الآخرين من مخاطر مواقع التواصل الاجتماعي على انتمائهم الوطني من وجهة نظر الشباب الجامعي:

جدول (8)

الإجراءات التي يمكن أن تقوم بها الدولة لحماية الآخرين (ن = 400)

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	غير موافق تماماً		غير موافق		إلى حد ما		موافق		موافق جداً		درجة الموافقة الإجراءات
			%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
1	1,05	4,25	4	16	2,5	10	14	56	23,3	93	56,2	225	دعم التوعية الإعلامية للمواطنين من خلال المؤسسات المختلفة
2	1,08	4,24	4	16	4,8	19	11	44	23,4	94	56,8	227	فرض رقابة على الصفحات التي تبث مضموناً سلبياً خاص بالانتماء الوطني
3	1,02	4,04	2,8	11	6	24	15,8	63	35,2	141	40,2	161	وضع معايير وقواعد يلتزم بها المستخدمون
4	1,13	4	3,7	15	8	32	16,8	67	27,7	111	43,8	175	اتخاذ الإجراءات القانونية ضد المستخدمين المتجاوزين

كشفت التحليل الإحصائي لبيانات جدول (8) من خلال مقياس درجة تأييد المبحوثين لاتخاذ الدولة إجراءات لحماية الآخرين من مخاطر مواقع التواصل الاجتماعي على انتمائهم الوطني، أن (75%) يؤيدون اتخاذ الدولة إجراءات لحماية الآخرين من هذه المخاطر بدرجة مرتفعة، ويؤيد (22%) اتخاذ الدولة لهذه الإجراءات بدرجة متوسطة، في حين يؤيدها (3%) بدرجة منخفضة، مما يدعم الفرض السلوكي لنظرية الشخص الثالث، حيث يؤدي اعتقاد المبحوثين بأن الآخرين هم الأكثر تضرراً بمخاطر مواقع التواصل الاجتماعي على الانتماء الوطني (نتائج جدول 6) إلى تأييدهم لاتخاذ الدولة إجراءات لحماية الآخرين من هذه المخاطر. ويأتي دعم التوعية الإعلامية للمواطنين من خلال المؤسسات المختلفة في المرتبة الأولى بين هذه الإجراءات التي يدعمها المبحوثون، وبدل ذلك على إدراك المبحوثين لضرورة تنمية وعي المواطنين بشأن التعامل مع تكنولوجيا وسائل الإعلام الحديثة، وتنمية مهاراتهم فيما يخص التحقق مما تبثه هذه الوسائل، وكذلك إدراكهم لكون التربية الإعلامية هدف استراتيجي للدولة المصرية تسعى لتحقيقه من خلال المؤسسات التعليمية المختلفة والعديد من المؤسسات الأخرى.

ويأتي فرض رقابة على الصفحات التي تبث مضموناً سلبياً خاص بالانتماء الوطني في المرتبة الثانية بين الإجراءات التي يؤيد المبحوثون اتخاذها من الدولة، ويعكس ذلك تأييد المبحوثين لأي إجراء لحماية الآخرين من مخاطر مواقع التواصل الاجتماعي حتى وإن كان هذا الإجراء رقابياً، بينما يأتي في المرتبة الثالثة وضع معايير وقواعد يلتزم بها المستخدمون كإجراء تنظيمي لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي، يليه اتخاذ الإجراءات القانونية ضد المستخدمين المتجاوزين كإجراء محاسبي لردع المتجاوزين.

وتعكس هذه الإجراءات التي أيدتها الشباب الجامعي بدرجة مرتفعة دعمهم لأي إجراء تتخذه الدولة لحماية الآخرين من مخاطر مواقع التواصل الاجتماعي سواء كان هذا الإجراء يتصل بالتوعية الإعلامية أو كان إجراء رقابي أو تنظيمي أو محاسبي، ويفسر ذلك في إطار إدراكهم لحجم مخاطر مواقع التواصل الاجتماعي على الانتماء الوطني خاصة لدى فئة المراهقين والشباب (نتائج جدول 6).

8- اتجاهات الشباب الجامعي نحو مواقع التواصل الاجتماعي:

جدول (9)

اتجاهات المبحوثين نحو مواقع التواصل الاجتماعي

(ن = 400)

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	معارض		لا أستطيع التحديد		موافق		درجة الموافقة العبارات
		%	ك	%	ك	%	ك	
0,510	2,78	4,3	17	14	56	81,8	327	تزيد مواقع التواصل الاجتماعي انتشار الشائعات في المجتمع
0,595	2,66	6,5	26	2,8	83	72,8	291	تتيح الحوار والنقاش والتعرف على كافة الآراء
0,629	2,64	8,3	33	19,3	77	72,5	290	وسيلة للحصول على الأخبار في كافة المجالات
0,624	2,63	7,8	31	21,8	87	70,5	282	وسيلة للتسلية والترويح عن النفس
0,689	2,55	11,3	45	23	92	65,8	263	تتيح التعبير عن الرأي دون قيود
0,7	2,53	12	48	23	92	65	260	تجدد التواصل بين الأقارب والأصدقاء
0,683	2,5	10,8	43	29	116	60,3	241	تنشر الفساد الأخلاقي والصور والفيديوهات الإباحية
0,675	2,49	10,3	41	30,8	123	59	236	تؤدي إلى كثير من المشكلات الاجتماعية والصحية والنفسية
0,76	2,44	16,5	66	23,5	94	60	240	تقلل التواصل الشخصي مع الأسرة
0,68	2,41	11	44	37,3	149	51,8	207	تنتهك الخصوصية
0,773	2,36	18,3	73	27,5	110	54,3	217	تساعد على التحصيل والمتابعة الدراسية
0,761	2,34	17,8	71	31	124	51,3	205	تضييع الوقت فيما لا يفيد

أوضح التحليل الإحصائي لبيانات جدول (9) من خلال مقياس اتجاهات المبحوثين نحو مواقع التواصل الاجتماعي، أن (29,8%) لديهم اتجاه إيجابي نحو هذه المواقع، بينما (47,8%) لديهم اتجاه محايد نحوها، في حين أن من لديهم اتجاه سلبي نحو هذه المواقع بلغت نسبتهم (22,4%)، ويشير ذلك إلى تقارب نسبة من لديهم اتجاه إيجابي نحو مواقع التواصل الاجتماعي ومن لديهم اتجاه سلبي نحوها، وتعتبر هذه النتائج منطقية في ضوء نتائج مقياس جدول (5) الذي أوضح مخاطر مواقع التواصل الاجتماعي على الانتماء الوطني من وجهة نظر المبحوثين.

وأشار المبحوثون إلى أن أبرز إيجابيات مواقع التواصل الاجتماعي تتمثل في أنها تتيح الحوار والنقاش والتعرف على كافة الآراء (72,8%)، وسيلة للحصول على الأخبار في كافة

المجالات (72,5%)، وسيلة للتسلية (70,5%)، تتيح التعبير عن الرأى دون قيود (65,8%)، تجدد التواصل بين الأقارب والأصدقاء (65%)، تساعد على التحصيل والمتابعة الدراسية (54,3%)، بينما أوضح المبحوثون أن أبرز سلبيات هذه المواقع هي أنها تزيد انتشار الشائعات فى المجتمع (81,8%)، تنشر الفساد الأخلاقى والصور والفيديوهات الإباحية (60,3%)، تقلل التواصل الشخصى مع الأسرة (60%)، تؤدى إلى كثير من المشكلات الاجتماعية والصحية والنفسية (59%)، تنتهك الخصوصية (54,8%)، تضيق الوقت (51,3%)، وتعكس هذه النتائج وعى الشباب الجامعى بالفرص الأساسى من إنشاء مواقع التواصل الاجتماعى، وهو تفعيل التواصل الاجتماعى وتبادل الآراء فى كافة الموضوعات، كما تعكس أيضاً وعيهم بملامح الاستخدام الخاطئ لهذه المواقع، ولعل أبرزها نشر الشائعات فى المجتمع.

ب- نتائج اختبار الفروض:

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين تقدير المبحوثين لدرجة تعرض الذات والآخرين للمحتوى السلبى الخاص بالانتماء الوطنى عبر مواقع التواصل الاجتماعى، ومستوى إدراكهم لتأثير الشخص الثالث.

جدول (10)

الارتباط بين تقدير المبحوثين لدرجة تعرض الذات والآخرين للمحتوى السلبى، ومستوى إدراكهم لتأثير الشخص الثالث

العلاقة بين تقدير المبحوثين لدرجة التعرض ومستوى إدراكهم لتأثير الشخص الثالث	تعرض الذات للمحتوى السلبى	تعرض الآخرين للمحتوى السلبى
قيمة بيرسون	0,151-	0,182
مستوى المعنوية	0,00	0,00
العينة	400	400

يتبين من جدول (10) وجود ارتباط سلبى بين تقدير المبحوثين لدرجة تعرض الذات للمحتوى السلبى الخاص بالانتماء الوطنى، ومستوى إدراكهم لتأثير الشخص الثالث، أى أنه كلما زادت درجة تعرض المبحوثين للمحتوى السلبى، قللوا من اختلافهم عن الآخرين فى التأثر بهذا المحتوى، كما تبين أيضاً وجود ارتباط إيجابى بين تقدير المبحوثين لدرجة تعرض الآخرين للمحتوى السلبى الخاص بالانتماء الوطنى، ومستوى إدراكهم لتأثير الشخص الثالث، أى أنه كلما زاد تقدير المبحوثين لدرجة تعرض الآخرين للمحتوى السلبى، أدركوا أن الآخرين هم الأكثر تأثراً بمخاطر مواقع التواصل الاجتماعى من أنفسهم.

وتؤكد نتائج جدول (10) تأثير متغير التعرض المقدر من قبل المبحوثين على إدراك تأثر الشخص الثالث، حيث يدرك المبحوثون أن الآخرين هم الأكثر تأثراً بمخاطر مواقع التواصل الاجتماعى على الانتماء الوطنى، بسبب اعتقادهم بأن الآخرين يتعرضون لمزيد من الرسائل السلبية الخاصة بالانتماء للوطن عبر مواقع التواصل الاجتماعى. وفى ضوء ذلك نخلص إلى ثبوت صحة الفرض الأول للدراسة.

الفرض الثاني: توجد اختلافات دالة إحصائياً بين مستوى إدراك المبحوثين لتأثرهم بمخاطر مواقع التواصل الاجتماعي على الانتماء الوطني، ومستوى إدراكهم لتأثر الآخرين.

جدول (11)
دلالة الاختلافات الإحصائية بين مستوى إدراك المبحوثين لتأثرهم بالمخاطر، ومستوى إدراكهم لتأثر الآخرين

مستوى المعنوية	درجة الحرية	قيمة ت	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العينة	اختلاف مستوى إدراك المبحوثين لتأثرهم بالمخاطر مقارنة بالآخرين
0,002	399	-	1,37	2,92	400	إدراك المبحوثين لتأثر الذات
		3,16	1,21	3,10	400	إدراك المبحوثين لتأثر الأهل والأصدقاء
0,001	399	-	1,37	2,92	400	إدراك المبحوثين لتأثر الذات
		3,22	1,40	3,21	400	إدراك المبحوثين لتأثر الأطفال
0,00	399	-	1,37	2,92	400	إدراك المبحوثين لتأثر الذات
		9,84	1,19	3,76	400	إدراك المبحوثين لتأثر المراهقين
0,00	399	-	1,37	2,92	400	إدراك المبحوثين لتأثر الذات
		9,26	1,14	3,66	400	إدراك المبحوثين لتأثر الشباب الذكور
0,00	399	-	1,37	2,92	400	إدراك المبحوثين لتأثر الذات
		5,86	1,18	3,36	400	إدراك المبحوثين لتأثر الشباب الإناث
0,00	399	-	1,37	2,92	400	إدراك المبحوثين لتأثر الذات
		4,28	1,34	2,57	400	إدراك المبحوثين لتأثر كبار السن

يتضح من جدول (11) وجود اختلافات دالة إحصائياً بين مستوى إدراك المبحوثين لتأثرهم بمخاطر مواقع التواصل الاجتماعي على الانتماء الوطني، ومستوى إدراكهم لتأثر الآخرين بهذه المخاطر على مستوى جميع فئات الآخرين، عند مستوى معنوية 0,05، حيث أوضحت المتوسطات الحسابية إدراك المبحوثين أن المحتوى السلبي الخاص بالانتماء الوطني على مواقع التواصل الاجتماعي يؤثر على الآخرين - ما عدا كبار السن - بدرجة أكبر من تأثيره على أنفسهم.

ويفسر إدراك المبحوثين لتأثير مخاطر مواقع التواصل الاجتماعي على كبار السن بدرجة أقل من تأثيرها على أنفسهم، في إطار تقدير المبحوثين لأن فئة كبار السن تتعرض للمحتوى السلبي الخاص بالانتماء الوطني عبر مواقع التواصل الاجتماعي بدرجة أقل من أنفسهم ومن الفئات الأخرى، إلى جانب إدراكهم لأن هذه الفئة لديها قناعات راسخة بشأن الانتماء للوطن وحبه والدفاع عنه، نظراً للأحداث التاريخية الهامة التي مرت بها بدءاً من حرب 1956 ومروراً بحرب 1967، 1973، كما أنها من أكثر الفئات تأثراً بما يحدث من أحداث إرهابية في مصر، وإحساساً بمشاعر أمهات وأباء الشهداء، وتضامناً مع القيادة السياسية الحالية.

كما يلاحظ من خلال المتوسطات الحسابية الواردة بجدول (11) أن فئة الأهل والأصدقاء هي الأقل تأثراً بمخاطر مواقع التواصل الاجتماعي على الانتماء الوطني مقارنة بالفئات الأخرى، ويعكس ذلك تأثير متغير المسافة الاجتماعية، حيث ينظر المبحوثون إلى البعيدين عنهم اجتماعياً على أنهم غير متشابهين معهم (الشخص الثالث) بينما ينظرون إلى

المقربين منهم على أنهم مشابهون لهم (الشخص الثاني). وبمقارنة المتوسطات الحسابية لإدراك المبحوثين لتأثير كل فئة على حدة بمخاطر مواقع التواصل الاجتماعي، نستنتج أن المراهقين هم الأكثر تأثراً بهذه المخاطر من وجهة نظر المبحوثين، يليهم الشباب الذكور، ثم الشباب الإناث. وتعتبر هذه النتيجة منطقية خاصة إذا أخذنا في الاعتبار ارتفاع درجة تعرض هذه الفئات لمواقع التواصل الاجتماعي. وتؤكد نتائج جدول (11) ثبوت الفرض الإدراكي لنظرية الشخص الثالث على مستوى جميع فئات الآخرين ما عدا فئة كبار السن، كما تؤكد أيضاً تأثير متغير المسافة الاجتماعية كمتغير أساسي في نظرية الشخص الثالث. وفي ضوء ذلك نخلص إلى ثبوت صحة الفرض الثاني للدراسة.

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين مستوى إدراك المبحوثين لتأثير الشخص الثالث، والمتغيرات الآتية:

أ- درجة تفاعل المبحوثين مع مواقع التواصل الاجتماعي.
ب- اتجاه المبحوثين نحو مواقع التواصل الاجتماعي.
ج- تقدير المبحوثين للذات.
د- الخصائص الديموجرافية للمبحوثين.

جدول (12)

الارتباط بين درجة تفاعل المبحوثين مع مواقع التواصل الاجتماعي ومستوى إدراكهم لتأثير الشخص الثالث

العينة	مستوى المعنوية	قيمة بيرسون	درجة تفاعل المبحوثين مع مواقع التواصل الاجتماعي مستوى إدراك تأثير الشخص الثالث
400	0,01	0,128	

نستنتج من جدول (12) وجود ارتباط سلبي بين درجة تفاعل المبحوثين مع مواقع التواصل الاجتماعي، ومستوى إدراكهم لتأثير الشخص الثالث، أي أنه كلما زادت درجة تفاعل المبحوثين مع مواقع التواصل الاجتماعي، قللوا من اختلافهم عن الآخرين في التأثر بمخاطر مواقع التواصل الاجتماعي علي الانتماء الوطني، والعكس صحيح.

وتؤكد هذه النتيجة تأثير متغير التفاعل مع مواقع التواصل الاجتماعي على إدراك تأثير الشخص الثالث، حيث يدرك المبحوثون أنهم أقل تأثراً بمخاطر مواقع التواصل الاجتماعي على الانتماء الوطني من غيرهم كلما انخفضت درجة تفاعلهم مع هذه المواقع.

تابع الفرض الثالث:

جدول (13)

الارتباط بين اتجاه المبحوثين نحو مواقع التواصل الاجتماعي ومستوى إدراكهم لتأثير الشخص الثالث

العينة	مستوى المعنوية	قيمة بيرسون	اتجاه المبحوثين نحو مواقع التواصل الاجتماعي مستوى إدراك تأثير الشخص الثالث
400	0,01	0,132	

يشير جدول (13) إلى وجود ارتباط إيجابي بين اتجاه المبحوثين نحو مواقع التواصل الاجتماعي، ومستوى إدراكهم لتأثير الشخص الثالث، أي أنه كلما كان اتجاه المبحوثين إيجابياً نحو مواقع التواصل الاجتماعي، عزز ذلك إدراكهم بوجود اختلافات في تأثير مخاطر مواقع التواصل الاجتماعي على الآخرين مقارنة بهم، والعكس صحيح. وتؤكد هذه النتيجة تأثير متغير الاتجاه نحو مواقع التواصل الاجتماعي على إدراك تأثير الشخص الثالث، حيث يميل المبحوثون الذين تتجه اتجاهاتهم إلى الإيجابية نحو مواقع التواصل الاجتماعي إلى تعزيز عدم تأثرهم بمخاطر هذه المواقع على الانتماء الوطني. تابع الفرض الثالث:

جدول (14)

الارتباط بين تقدير المبحوثين لذاتهم ومستوى إدراكهم لتأثير الشخص الثالث

العينة	مستوى المعنوية	قيمة بيرسون	تقدير المبحوثين لذاتهم مستوى إدراك تأثير الشخص الثالث
400	0,00	0,175	

يوضح جدول (14) وجود ارتباط إيجابي بين تقدير المبحوثين لذاتهم، ومستوى إدراكهم لتأثير الشخص الثالث، أي أنه كلما ارتفع تقدير المبحوثين للذات، كانوا أكثر اعتقاداً في تأثير مخاطر مواقع التواصل الاجتماعي على الآخرين بدرجة أكبر من أنفسهم، والعكس صحيح.

وتؤكد هذه النتيجة تأثير متغير تقدير الذات على إدراك تأثير الشخص الثالث، حيث يدرك المبحوثون الذين لديهم تقدير عالٍ للذات أنهم متفوقون على الآخرين، وأنه لا يمكن تضليلهم من خلال المحتوى السلبي الخاص بالانتماء الوطني عبر مواقع التواصل الاجتماعي. تابع الفرض الثالث:

جدول (15)

دلالة الاختلافات الإحصائية في مستوى إدراك المبحوثين لتأثير الشخص الثالث باختلاف الخصائص الديموجرافية

مستوى المعنوية	درجة الحرية	قيمة ت / ف	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العينة	المتغيرات	اختلاف مستوى إدراك المبحوثين لتأثير الشخص الثالث باختلاف الخصائص الديموجرافية
0,23	398	1,19-	1,35	0,303	162	ذكر	النوع
0,23	354,9	1,20-	1,41	0,471	238	أنثى	
0,03	4	2,64	1,42	0,105	86	أقل من 20 سنة	العمر
			1,50	0,234	111	20 سنة	
			1,27	0,624	101	21 سنة	
			1,12	0,542	59	22 سنة	
			1,47	0,721	43	23 فأكثر	
0,00	398	4,39	1,29	0,7	200	حكومي	نوع التعليم
0,00	394,7	4,39	1,42	0,105	200	خاص	
0,001	2	6,80	1,28	0,697	152	منخفض	المستوى الاجتماعي الاقتصادي
			1,44	0,296	186	متوسط	
			1,36	0,000	62	مرتفع	

يُستدل من جدول (15) على وجود اختلافات دالة إحصائياً في مستوى إدراك المبحوثين لتأثير الشخص الثالث، باختلاف العمر، نوع التعليم، المستوى الاجتماعي الاقتصادي، عند مستوى معنوية 0,05، حيث أوضحت المتوسطات الحسابية زيادة مستوى إدراك المبحوثين لتأثير الشخص الثالث بزيادة العمر، ويفسر ذلك في إطار زيادة معارف الفرد وخبرته الشخصية بزيادة العمر، مما يجعل المبحوثين أكثر وعياً بمخاطر مواقع التواصل الاجتماعي على الانتماء الوطني، ومن ثم يضحون من تأثير هذه المخاطر على الآخرين مقارنة بهم بزيادة العمر.

كما أوضحت المتوسطات الحسابية زيادة مستوى إدراك المبحوثين لتأثير الشخص الثالث لدى طلاب الجامعات الخاصة مقارنة بطلاب الجامعات الحكومية، ويفسر ذلك في إطار شعور طلاب الجامعات الخاصة بالكفاءة الذاتية والقيمة الاجتماعية، ومن ثم يدفعهم ذلك للاعتقاد بأنهم قادرين على التحكم في النتائج السلبية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي، أي تعزيز وجود الاختلافات المتصورة بينهم وبين الآخرين.

وأشارت أيضاً المتوسطات الحسابية إلى انخفاض مستوى إدراك المبحوثين لتأثير الشخص الثالث كلما ارتفع المستوى الاجتماعي الاقتصادي، ويمكن تفسير ذلك في إطار ارتباط توفر الوسائل التكنولوجية الحديثة وتوفير الوقت للتعامل معها بارتفاع المستوى الاجتماعي الاقتصادي، ومن ثم قد يزيد استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي، مما يعزز تقليل الاختلافات بينهم وبين الآخرين في التأثير بمخاطر مواقع التواصل الاجتماعي على الانتماء الوطني.

ونخلص من نتائج جدول (15) إلى أن اختلاف خصائص المبحوثين الديموجرافية أدت إلى اختلافات دالة إحصائياً في مستوى إدراكهم لتأثير الشخص الثالث على مستوى العمر، نوع التعليم، المستوى الاجتماعي الاقتصادي فقط.

ونخلص من نتائج جداول (12، 13، 14، 15) إلى ثبوت صحة الفرض الثالث للدراسة، حيث ثبت وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين درجة التفاعل مع مواقع التواصل الاجتماعي، الاتجاه نحو هذه المواقع، تقدير المبحوثين للذات، الخصائص الديموجرافية - ما عدا متغير النوع - من ناحية، ومستوى إدراك المبحوثين لتأثير الشخص الثالث من ناحية أخرى.

الفرض الرابع: توجد علاقة ارتباطية بين مستوى إدراك المبحوثين لتأثير الذات بمخاطر مواقع التواصل الاجتماعي على الانتماء الوطني، ودرجة تأييدهم لاتخاذ إجراءات لحماية أنفسهم من هذه المخاطر.

جدول (16)
الارتباط بين مستوى إدراك المبحوثين لتأثير الذات ودرجة تأييدهم
لاتخاذ إجراءات لحماية أنفسهم

العينة	مستوى المعنوية	قيمة بيرسون	مستوى إدراك المبحوثين لتأثير الذات درجة تأييد اتخاذ إجراءات لحماية الذات
400	0,16	0,071	

يوضح جدول (16) عدم وجود ارتباط بين مستوى إدراك المبحوثين لتأثير الذات بمخاطر مواقع التواصل الاجتماعي على الانتماء الوطني، ودرجة تأييدهم لاتخاذ إجراءات لحماية أنفسهم من هذه المخاطر، وقد تبين من خلال نتائج الجداول التكرارية البسيطة (جدولي 6، 7) أن (81,3%) من المبحوثين يؤيدون اتخاذ إجراءات لحماية أنفسهم من مخاطر مواقع التواصل الاجتماعي على الانتماء الوطني بدرجة مرتفعة، رغم أنهم يقللون من تأثير هذه المخاطر على أنفسهم. ويفسر ذلك في إطار وعي المبحوثين وإدراكهم لمخاطر مواقع التواصل الاجتماعي على الانتماء الوطني نتائج (جدول 5)، ومن ثم قد يدفعهم ذلك إلى اتخاذ بعض الإجراءات الوقائية لحماية أنفسهم من هذه المخاطر، وفي ضوء ذلك نخلص إلى عدم ثبوت صحة الفرض الرابع للدراسة.

الفرض الخامس: توجد علاقة ارتباطية بين مستوى إدراك المبحوثين لتأثير الآخرين بمخاطر مواقع التواصل الاجتماعي على الانتماء الوطني، ودرجة تأييدهم لاتخاذ إجراءات من الدولة لحماية الآخرين من هذه المخاطر.

جدول (17)

الارتباط بين مستوى إدراك المبحوثين لتأثير الآخرين، ودرجة تأييدهم لاتخاذ إجراءات من
الدولة لحمايتهم

العينة	مستوى المعنوية	قيمة بيرسون	مستوى إدراك المبحوثين لتأثير الآخرين درجة تأييدهم لاتخاذ إجراءات من الدولة لحماية الآخرين
400	0,01	0,126	

يشير جدول (17) إلى وجود ارتباط إيجابي بين مستوى إدراك المبحوثين لتأثير الآخرين بمخاطر مواقع التواصل الاجتماعي على الانتماء الوطني، ودرجة تأييدهم لاتخاذ إجراءات من الدولة لحماية الآخرين من هذه المخاطر، أي أنه كلما ضخم المبحوثون من تأثير الآخرين بمخاطر مواقع التواصل الاجتماعي على الانتماء الوطني، زادت درجة تأييدهم لاتخاذ الدولة مجموعة من الإجراءات لحماية الآخرين من هذه المخاطر، والعكس صحيح. ويفسر ذلك في إطار نظرة المبحوثين للآخرين على أنهم يحتاجون لمزيد من الحماية من التأثيرات السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي، وتؤكد هذه النتائج ثبوت صحة الفرض السلوكي لنظرية الشخص الثالث. وفي ضوء ذلك نخلص إلى ثبوت صحة الفرض الخامس للدراسة.

خلاصة الدراسة ومناقشة أهم النتائج

اهتمت هذه الدراسة ببحث إدراك تأثير الشخص الثالث في بيئة مواقع التواصل الاجتماعي، من خلال إجراء دراسة مسحية على عينة غير احتمالية من الشباب الجامعي

المصري بعدد من الجامعات الحكومية والخاصة، قوامها 400 مفردة؛ للتعرف على مستوى إدراك الشباب الجامعي لمخاطر مواقع التواصل الاجتماعي على الانتماء الوطني لدي الذات والآخرين، وعلاقة ذلك بتأييدهم اتخاذ إجراءات من الدولة لحماية المستخدمين من هذه المخاطر، باستخدام صحيفة الاستقصاء كأداة لجمع البيانات الميدانية في الفترة من 2019/1/28 إلى 2019/2/18.

وانتهت الدراسة إلى أن موقع فيس بوك يأتي في مقدمة مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها الشباب الجامعي - عينة الدراسة -، يليه موقع يوتيوب، ثم موقع إنستجرام، وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسات كل من صفاء محمد إبراهيم⁽¹¹²⁾ (2016)، أمانى عمر الحسيني (2015)، أفنان طلعت (2015)، داليا إبراهيم الدسوقي⁽¹¹³⁾ (2014)، والتي توصلت إلى أن موقع فيس بوك هو الأكثر استخداماً بين الشباب المصري بصفة عامة، والشباب الجامعي بصفة خاصة، ويفسر هذا التطابق في النتائج في ضوء الشهرة الواسعة التي اكتسبها موقع فيس بوك عقب ثورة 25 يناير 2011 في أوساط الشباب، كما يتميز هذا الموقع بإتاحته للعديد من الخدمات التي تناسب احتياجات الشباب بصفة عامة.

وكشفت الدراسة أن (37,5%) من المبحوثين لديهم درجة تفاعل مرتفعة مع مواقع التواصل الاجتماعي، في حين أن (48,5%) يتفاعلون بشكل متوسط، وكانت أبرز أنشطة التفاعل على التوالي هي: عمل إيموشن **emotion**، إضافة منشور **Post**، الانضمام إلى مجموعات أو صفحات على هذه المواقع، كتابة تعليق **Comment**، مشاركة **Share**، إضافة صور أو فيديو أو قصة وقبول أصدقاء جدد، وهي ذات النتيجة التي توصلت إليها دراسة جيهان سيد (2014) فيما يخص مشاركة الروابط، عمل تعليق، حيث جاء في المرتبة الرابعة والخامسة بين أنشطة تفاعل طلاب الجامعات المصرية الحكومية والخاصة على موقع فيس بوك، بينما جاء إضافة صور أو فيديو، والبحث عن أصدقاء في مراتب متأخرة، ويفسر ذلك في إطار تفضيل الشباب الجامعي لعدد من أنشطة التفاعل دون أخرى لأسباب تتعلق بالخصوصية، وانتشار الجرائم الإلكترونية.

وفيما يخص التعرض للمحتوى السلبي الخاص بالانتماء الوطني عبر مواقع التواصل الاجتماعي، أوضح المبحوثون أن الشباب ذكوراً وإناثاً والمراهقين هم الأكثر تعرضاً لهذا المحتوى، ثم الأهل والأصدقاء والذات، ثم كبار السن، وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة جاي جولان **Guy Golan**، جون ليم **Joon Lim** (2016)، حيث يدرك الأفراد أن الشباب أكثر تعرضاً لدعاية داعش على الإنترنت من كبار السن، ويفهم ذلك التوافق في النتائج في إطار رغبة الفرد في إظهار ذاته على أنه يتعرض بشكل محدود للمحتوى السلبي للحفاظ على الصورة الاجتماعية الإيجابية، وفي إطار إدراكه لأن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت مصدراً هاماً وأساسياً للمعلومات والتفاعل الاجتماعي بين الشباب، في حين يفضل كبار السن مصادر أخرى.

وخلصت الدراسة إلى أن (29%) من الشباب الجامعي - عينة الدراسة - يرون أن مخاطر مواقع التواصل الاجتماعي على الانتماء الوطني مرتفعة، بينما يرى (50,2%) منهم أنها مخاطر متوسطة، في حين ينظر إليها (20,8%) على أنها منخفضة، وكانت أبرز هذه

المخاطر من وجهة نظر المبحوثين، تعزيز الهجرة خارج الوطن، نشر الشائعات والأخبار الكاذبة، التمرد على عادات وتقاليد المجتمع، التكاسل في العمل، التمرد على النظام والقوانين، وأيضاً السعي لتفتيت الوحدة الوطنية، مناصرة أطراف ودول تسعى لهدم الوطن، وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة قيس أمين (2016)، والتي توصلت إلى أن طلبة الجامعات الأردنية يرون أن مواقع التواصل الاجتماعي تصور الجماعات الإرهابية بشكل إيجابي، كما يبت من خلالها صفحات تكرر الطائفية والتطرف، وتتفق أيضاً مع نتائج دراسة مريم غزال ونور الهدى شعوي (2014)، التي طبقت على الشباب الجامعي الجزائري، حيث توصلت إلى تأثير هذه المواقع سلباً على الوحدة الوطنية، بينما اختلفت مع نتائج دراسات رحاب طلعت (2014) التي انتهت لوجود علاقة ارتباطية طردية بين استخدام الشباب المراهقين المصريين المغتربين في بعض الدول العربية لمواقع التواصل الاجتماعي وانتماهم لمصر، وكذلك خلصت دراسة حنان السعيدى وعائشة ضيف (2015) إلى أن (74%) من الشباب الجامعي الجزائري لم يوافق على أن استخدام موقع فيس بوك يُؤجج عدم الانتماء للوطن، ويرجع هذا الاتفاق مع بعض الدراسات والاختلاف مع بعضها الآخر إلى اختلاف الدول التي أجريت فيها هذه الدراسات، وأيضاً اختلاف توقيت إجرائها.

وانتهت الدراسة أيضاً إلى أن المراهقين والشباب ذكوراً وإناثاً هم الأكثر تأثراً بمخاطر مواقع التواصل الاجتماعي على الانتماء الوطني من وجهة نظر المبحوثين، في حين جاء الأهل والأصدقاء، وأنا شخصياً في مراتب متأخرة من حيث تأثرهم بهذه المخاطر، مما دفع المبحوثون لتأييد اتخاذ الدولة لمجموعة من الإجراءات لحماية الآخرين من مخاطر مواقع التواصل الاجتماعي على انتماهم الوطني بدرجة مرتفعة (75%)، في حين أيد هذه الإجراءات (22%) بدرجة متوسطة، وتتوعدت هذه الإجراءات التي أبدى المبحوثون موافقتهم عليها ما بين التوعية الإعلامية والإجراءات الرقابية والتنظيمية والمحاسبية.

ومن ناحية أخرى أيد (81,3%) من المبحوثين اتخاذ إجراءات لحماية أنفسهم من مخاطر مواقع التواصل الاجتماعي بدرجة مرتفعة، وأيدها (17,2%) بدرجة متوسطة، مما يعكس التأييد المرتفع من قبل الشباب الجامعي - عينة الدراسة - لاتخاذ إجراءات لتقليل مخاطر مواقع التواصل الاجتماعي على انتماهم الوطني، حتى وإن كانوا يدركون أنهم يتأثرون بهذه المخاطر بدرجة أقل من الآخرين.

وعلى مستوى نتائج اختبار الفروض، انتهت الدراسة إلى تأثير متغير التعرض المقدر للذات والآخرين للمحتوي السلبي الخاص بالانتماء الوطني عبر مواقع التواصل الاجتماعي، على إدراك تأثير الشخص الثالث، حيث يدرك المبحوثون أنهم أقل تأثراً بمخاطر مواقع التواصل الاجتماعي على الانتماء الوطني من الآخرين؛ لاعتقادهم بأن الآخرين يتعرضون لمزيد من الرسائل السلبية الخاصة بالانتماء للوطن عبر هذه المواقع، وانفتحت هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة جاي جولان Guy Golan، جون ليم Joon Lim (2016)، حيث أكدت أن الأفراد الذين ينظرون إلى الآخرين على أنهم أكثر تعرضاً لصفحات داعية داعش عبر الإنترنت، كانوا أكثر ميلاً إلى تحديد الآخرين على أنهم أكثر تأثراً بهذه الدعاية.

كما خلصت إلى ثبوت الفرض الإدراكي لنظرية الشخص الثالث في بيئة مواقع التواصل الاجتماعي، حيث تؤكد إدراك المبحوثين لتأثير مخاطر هذه المواقع على الآخرين – ما عدا كبار السن – بدرجة أكبر من تأثيرها على أنفسهم، كما ثبت تأثير متغير المسافة الاجتماعية كمتغير أساسي في نظرية الشخص الثالث، حيث يدرك المبحوثون أن فئة الأهل والأصدقاء هي الأقل تأثراً بمخاطر مواقع التواصل الاجتماعي على الانتماء الوطني مقارنة بالفئات الأخرى، وتتفق هذه النتائج مع نتائج العديد من الدراسات التي أيدت الفرض الإدراكي لنظرية الشخص الثالث على سبيل المثال: دراسة موجانج **Mo Jang** وجون كيم **Joon Kim** (2018)، والتي توصلت إلى أن الجمهور الأمريكي يدرك أن الأخبار المزيفة سيكون تأثيرها الأكبر على الآخرين، وأيضاً دراسة جاي جولان **Guy Golan**، جون ليم **Joon Lim** (2016)، التي توصلت إلى تأييد إدراك تأثير الشخص الثالث فيما يتعلق بتجنيد داعش للآخرين على الإنترنت، وكذلك دراسة إيمان عبد الرحيم (2014) التي انتهت إلى أن 100% من المنتمين لبعض المؤسسات الأمنية العربية والباحثين والأكاديميين والعاملين في المجال الإعلامي أكدوا أنهم لا يتأثرون سلباً بما تبثه الجماعات الإرهابية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وأن تأثيرها الأكبر على الآخرين.

وتوصلت الدراسة أيضاً إلى تأثير متغيرات التفاعل مع مواقع التواصل الاجتماعي، الاتجاه نحو هذه المواقع، تقدير المبحوثين للذات، الخصائص الديموجرافية – ما عدا متغير النوع – على مستوى إدراك المبحوثين لتأثير الشخص الثالث، حيث يدرك المبحوثون أنهم أقل تأثراً بمخاطر مواقع التواصل الاجتماعي على الانتماء الوطني من غيرهم، كلما انخفضت درجة تفاعلهم مع هذه المواقع، وكلما كانت اتجاهاتهم نحو هذه المواقع إيجابية، وكلما ارتفع تقدير المبحوثين للذات، وكذلك بزيادة العمر، وانخفاض المستوي الاجتماعي الاقتصادي، والانتماء لنمط التعليم الخاص.

كما أكدت الدراسة على صحة الفرض السلوكي لنظرية الشخص الثالث في بيئة مواقع التواصل الاجتماعي، حيث توصلت إلى وجود ارتباط إيجابي بين مستوى إدراك المبحوثين لتأثير الآخرين بمخاطر هذه المواقع على الانتماء الوطني، ودرجة تأييدهم لاتخاذ إجراءات من الدولة لحماية الآخرين من هذه المخاطر، وتتفق هذه النتيجة مع نتائج عدد من الدراسات منها دراسة موجانج **Mo Jang** وجون كيم **Joon Kim** (2018)، التي انتهت إلى تأييد الأمريكيين الذين لديهم مستوى أعلى من إدراك تأثير الشخص الثالث لمنهج محو الأمية التكنولوجية، بينما كانوا أقل دعماً لنهج التنظيم والرقابة الإعلامية، وكذلك دراسة جاي جولان **Guy Golan** وجون ليم **Joon Lim** (2016)، التي توصلت إلى أن الأمريكيين الذين يدركون أن الآخرين هم الأكثر تأثراً بدعاية داعش عبر الإنترنت، كانوا أكثر دعماً لتقييد المحتوى، وأيضاً دراسة إيمان عبد الرحيم (2014) التي أكدت تأييد جميع المنتمين لبعض المؤسسات الأمنية العربية - الذين أدركوا تأثير الشخص الثالث - لضرورة إخضاع مواقع التواصل الاجتماعي للرقابة المطلقة، بينما رفض (70%) من الباحثين والأكاديميين والعاملين في الحقل الإعلامي اتخاذ أي إجراءات رقابية، ويفسر اختلاف هذه النتيجة مع ما توصلت إليه

الدراسة الحالية فى ضوء اختلاف الجمهور، فمن الطبيعى أن يرفض المنتمون إلى المجال الإعلامى اتخاذ أى إجراءات تحد من حرية الإعلام والتعبير عن الرأى.

وفى ضوء النتائج العامة لهذه الدراسة، ونتائج اختبار فروضها، نخلص إلى مجموعة من التوصيات كالتالى:

أ- توصيات خاصة بمؤسسات الدولة:

- ضرورة الضبط التشريعى لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعى ؛ للحد من الاستخدامات السلبية لهذه المواقع، وخاصة استخدامها لأغراض تمس استقرار الدولة وأمنها.
- تبنى إدارات الإعلام التابعة للوزارات والمؤسسات الرسمية فى الدولة آليات تنفيذية تقوم على الرصد الإلكترونى الفورى لما ينشر من شائعات وأخبار كاذبة عبر مواقع التواصل الاجتماعى، وسرعة مواجهتها ونفيها.
- تبنى إدارات الإعلام التابعة للوزارات والمؤسسات الرسمية فى الدولة لسياسة إعلامية تقوم على الشفافية، وإتاحة المعلومات لوسائل الإعلام للحد من انتشار الشائعات.
- قيام المجتمع المدنى والمؤسسات الأكاديمية بدعم جهود الدولة فى مواجهة الشائعات من خلال المبادرات الذاتية.
- طرح الدولة لمسابقة بين الشباب تستهدف الوصول لمجموعة من المبادرات الإيجابية، التى يمكن أن تسهم فى وضع حلول للحد من الاستخدامات السلبية لمواقع التواصل الاجتماعى وتعزيز استخداماتها الإيجابية.

ب- توصيات خاصة بالمؤسسات الإعلامية:

- ضرورة توظيف التربية الإعلامية لترشيد استخدام المواطنين عموماً، والشباب بصفة خاصة لمواقع التواصل الاجتماعى، بالاعتماد على وسائل الاتصال المباشر والاتصال الجماهيرى المختلفة.
- إعداد حملات إعلامية تستهدف توعية المواطنين بشكل عام، والشباب بشكل خاص بمخاطر المحتوى السلبى التى تبثه مواقع التواصل الاجتماعى على الانتماء الوطنى.
- توعية المواطنين عموماً، والشباب بصفة خاصة بأساليب التحقق الذاتى المختلفة للتأكد من مدى دقة ما ينشر على مواقع التواصل الاجتماعى.
- التركيز فى جهود التوعية الإعلامية على إيجابية المواطن فى: التحقق من الشائعات التى تبثها مواقع التواصل الاجتماعى، المبادرة الذاتية فى نفي الشائعات والأخبار الكاذبة على هذه المواقع، التواصل مع الجهات الرسمية للتحقق من دقة المعلومة قبل التورط فى نشرها عبر مواقع التواصل الاجتماعى.
- تدريب الإعلاميين على وسائل التحقق المختلفة للتعرف على مدى دقة ما تتداوله

- مواقع التواصل الاجتماعي؛ منعاً لتوريط وسائل الإعلام التقليدية في نشر شائعات وأخبار كاذبة مصدرها هذه المواقع.
- اهتمام كليات وأقسام الإعلام بتدريس منهج التربية الإعلامية لتوظيفها لخدمة المجتمع لدى جيل المستقبل من الإعلاميين.
 - تبنى كليات وأقسام الإعلام أجندة بحثية تهتم بدراسة مواقع التواصل الاجتماعي ودراسة تأثيراتها المختلفة على المجتمع، والاستدلال على آليات ترشيد استخدامها.

- (1) Schweisberger, Valarie, et als, Facebook, The Third-person Effect, and the Differential Impact Hypothesis, **Journal of Computer– Mediated Communication**, vol.19,2014,p.404(403-413), <https://doi.org/10.1111/jcc4.12061>.
- (2) Heravi, Alireza, et als, Online Social Networking has a Greater Effect on Others than on Me: A Third-person Effect Perspective, **26th Australasian Conference on Information Systems**, Nov 30 – Dec 4th 2015, Adelaide, Australia, p. 2.
- (3) Sun, Y., et als, On the Behavioral Component of the Third-person Effect, **Communication Research**, vol. 35, no. 2, 2008, pp. 257-278, <http://doi.10.1177/0093650207313167>.
- (4) Wei, Ran, et als, Third-person Effects of Health News: Exploring the Relationship among Media Exposure, Presumed Media Influence, and behavioral Intentions, **American Behavioral Scientist**, vol. 52, 2008, pp. 261-277, <http://dx.doi.org/10.1177/000276420834355>.
- (5) Cunningham, Audrey E., Beyond the Perceptual Bias: The Third-person Effect and Censorship Behavior in Scholastic Journalism, **Ph.D**, College of Communication and Information, Kent State University, 2012, p. 12.
- (6) Mcleod, Douglas M., et als, Thinking about the Media: A Review of Theory and Research on Media Perceptions, Media Effects Perceptions, and their Consequences, **Review of Communication Research**, vol. 5, 2017, p. 60, 61 (35-83), <https://doi.org/10.12840/issn.2255-4165.2017.05.01.013>.
- (7) عزة عيد العظيم محمد، إدراك الشباب الجامعي لتأثير الفضائيات الغنائية على أخلاقيات المجتمعات العربية، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، العدد الثاني، يونيو – ديسمبر 2004، ص ص 79-127.
- (8) Tsay- Vogel, Mina, Me Versus Them: Third-person Effects among Facebook Users, **New Media & Society**, vol. 18, no. 9, 2016, p. 1960 (1956-1972), <https://doi:10.1177/1461444815573476>.
- (9) Cunningham, Audrey E., **op. cit.**, p. 26.
- (10) Chung, Myojung, The Message Influences me more than Others: Social Media Metrics, Third-person Perception, and Behavioral Intentions, **Proceedings of the 51st Hawaii International Conference on System Sciences**, 2018, pp. 1828-1836, <http://hdl.handle.net/10125/50117>.
- (11) Haridakis, P.M. & Rubin, A.M., Third-person Effects in the Aftermath of Terrorism, **Mass Communication & Society**, vol. 8, 2005, pp. 39-59.
- (12) Rojas, H., "Corrective" Actions in the Public Sphere: How Perceptions of Media and Media Effects Shape Political Behaviors, **International Journal of Public Opinion Research**, vol. 22, no. 3, 2010, pp. 343-

363.

- (13) Cunningham, Audrey E., **op. cit**, p. 19, 20.
- (14) Tsay – Vogel, Mina, **op. cit**, p. 1957.
- (15) Schweisberger, valarie, et als, **op. cit**, p. 405.
- (16) Chung, Myojung, et als, Triggering Participation: Exploring the Effects of Third-person and Hostile Media Perceptions on Online Participation, **Computers in Human Behavior**, vol. 53, 2015, pp. 452- 461, <http://dx.doi.org/101016/j.chb.2015.06.037>.
- (17) Tsay – Vogel, Mina, **op. cit**, p. 1959.
- (18) Taraszow, T., et als, Disclosure of Personal and Contact Information by Young People in SNSs: An Analysis Using Facebook Profiles as an Example, **International Journal of Media & Cultural Politics**, vol. 6, no. 1, 2010, pp. 81-98.
- (19) Sun, Y., et als, **op. cit**.
- (20) Baek, Tae Hyun, The Value of the Third-person Effect in Theory Building, **Review of Communication**, vol. 17, no.2, 2017, p. 82 (74-86), <http://dx.doi.org/10.1080/15358593.2017.1295164>.
- (21) **Ibid**, p. 83.
- (22) Denial, Aurora, Social Media: opportunities and Challenges, **The Journal of the Association of Schools and Colleges of Optometry**, Association of Schools and Colleges of Optometry, vol. 43, no. 3, Summer 2018.
- (23) Belal, H.M., Social Networking Experiences on Facebook: A Study on the Students of Comilla University, **Journal of Mass Communication & Journalism**, vol. 7, Issue 3, 2017, Doi: 10.4172/2165-7912.1000333.
- (24) Kasturi, Suman Kumar & Vardhan, Bobby, Social Media: Key Issue and New Challenges – A Study of Nalgonda District, **Global Media Journal – Indian Edition**, Summer Issue, vol. 5, no. 1, June 2014.
- (25) Whiting, Anita & Williams, David, Why People Use Social Media: A Uses & Gratifications Approach, **Qualitative Market Research: An International Journal**, vol. 10, Issue 4, 2013, pp. 362-369, <https://doi.org/10.1108/QMB-06-2013-0041>.
- (26) Capua, Ivan Di, A Literature Review of Research on Facebook Use, **The open Communication Journal**, vol. 6, 2012, pp. 37-42.
- (27) Benage, Christine E., Negotiating Online Identities in Social Media: A Study of University Students, **Masters**, School of Professional Studies, Gonzaga University, 2011.
- (28) دعاء حامد الغوابي، مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالعنف السياسي لدى الشباب المصري، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2017.
- (29) أماني عمر الحسيني، العلاقة بين استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي والفاعلية السياسية الداخلية والخارجية: دراسة ميدانية على عينة من شباب الجامعات المصرية، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد 50، يناير – مارس 2015، ص

- ص 1-72.
- (30) أفنان طلعت عبد المنعم، استخدامات الشباب للشبكات الاجتماعية وتأثيرها على علاقاتهم في تبادل الخبرات المجتمعية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2015.
- (31) جيهان سيد أحمد يحيى، أثر الفيسبوك على مستويات الأداء الدراسي للشباب الجامعي، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد 49، أكتوبر – ديسمبر 2014، ص 355-388.
- (32) وسام طایل البشاشة، دوافع استخدام طلبة الجامعات الأردنية لمواقع التواصل الاجتماعي وإشباعاتها (فيس بوك وتويتر): دراسة على طلبة الجامعة الأردنية وجامعة البتراء، رسالة ماجستير غير منشورة. كلية الآداب والعلوم، جامعة البتراء، 2013.
- (33) أحمد يونس محمد حمودة، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الدراسات الإعلامية، معهد البحوث والدراسات العربية، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، جامعة الدول العربية، 2013.
- (34) رضا عبد الواحد أمين، استخدامات الشباب الجامعي لموقع يوتيوب على شبكة الإنترنت، المؤتمر الدولي "الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة لعالم جديد"، جامعة البحرين، 7-9 أبريل 2009، ص 511-536.
- (35) Mohamad, Bahtiar, et als, Youth Offline Political Participation: Trends and Role of Social Media, **Malaysian Journal of Communication**, vol. 34, no. 3, 2018, pp. 172-192, <https://doi.org/10.17576/JKMJC-2018.3403-11>.
- (36) Stanley, Katie, Social Media Use, Political Efficacy and Political Participation among Youth during the 2016 Campaign, in **Partial Fulfillment of the Requirements for Graduation with Honors**, Honors College, East Carolina University, 2017.
- (37) Velasquez, Alcides & LaRose, Robert, Youth Collective Activism through Social Media: The Role of Collective Efficacy, **New Media & Society**, vol. 17, no. 6, 2015, pp. 899-918, doi:10.1177/1461444813518391.
- (38) Xenos, Michael, et als, The Great Equalizer ? Patterns of Social Media Use and Youth Political Engagement in three Advanced Democracies, **Journal Information, Communication & Society**, vol. 17, Issue 2, 2014, pp. 151-167, <https://doi.org/10.1080/1369118x.2013.871318>.
- (39) Theocharis, Yannis & Lowe, Will, Does Facebook increase Political Participation? Evidence from a Field Experiment, **Information, Communication & Society**, vol. 19, Issue 10, 2016, pp. 1465-1486, <https://doi.org/10.1080/1369N8X.2015.1119871>.
- (40) Baumgartner, Jody C. & Morris, Jonathan S., My Face Tube Politics, Social Networking Web Sites and Political Engagement of Young Adults, **Social Science Computer Review**, vol. 28, Issue 1, 2010, pp. 24-44, <https://doi.org/10.1177/0894439309334325>.
- (41) Vromen, Ariadne, et als, Young People, Social Media and Connective Action: From Organisational Maintenance to Everyday Political Talk,

Journal of Youth Studies, vol. 18, Issue 1, 2015, pp. 80-100, <https://doi.org/10.1080/13676261.2014.933198>.

- (42) Valenzuela, Sebastian, et als, Facebook, Twitter, and Youth Engagement: A Quasi – experimental Study of Social Media Use and Protest Behavior Using Propensity Score Matching, **International Journal of Communication**, vol. 8, 2014, pp. 2046- 2070, <http://ijoc.org>.
- (43) Valenzuela, Sebastian, et als, The Social Media Basis of Youth Protest Behavior: The Case of Chile, **Journal of Communication**, vol. 62, Issue 2, April 2012, pp. 299-314, <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2012.01635.x> .
- (44) دعاء حامد الغوابي، مرجع سابق.
- (45) أماني عمر الحسيني، مرجع سابق.
- (46) حمدي أحمد عمر، مواقع التواصل الاجتماعي وتشكيل الوعي السياسي: دراسة في سوسيولوجيا الإنترنت على عينة من الشباب في بعض محافظات صعيد مصر، دورية إعلام الشرق الأوسط، العدد العاشر، خريف 2014، ص ص 48-75.
- (47) محمود حمدي عبد القوي، دور الإعلام البديل في تفعيل المشاركة السياسية لدى الشباب: دراسة تطبيقية على الشبكات الاجتماعية الافتراضية، المؤتمر العلمي الدولي الخامس عشر، الإعلام والإصلاح: الواقع والتحديات، الجزء الثالث، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2009.
- (48) مريم غزال، نور الهدى شعوبي، تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على تنمية الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة الليسانس أكاديمي، قسم العلوم الإنسانية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قاصدي مرباح – ورقلة، 2014.
- (49) رأفت مهند عبد الرزاق، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي: دراسة ميدانية لحالة الحراك الشعبي في العراق، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب والعلوم، جامعة البترا الأردنية، 2013.
- (50) Drogos, Kristin L., The Relationship between Adolescent Identity Formation and Social Network Site Use, **Ph.D**, Graduate College, University of Illinois at Urbana-Champaign, 2015.
- (51) Bryant, E. & Marmo, J., Relational Maintenance Strategies on Facebook, **Paper Presented at the Annual Meeting of the NCA 95th Annual Convention**, Chicago Hilton & Towers, Chicago, 2009.
- (52) Golder, S.A., et als, Rhythms of Social Interaction: Messaging within a Massive Online Network, **3rd International Conference on Communities and Technologies**, 2007.
- (53) Stern, L.A & Taylor, K., Social Networking on Facebook, **Journal of the Communication**, Speech & Theatre Association of North Dakota, 2007, pp. 9-20.
- (54) Zywicki, J. & Danowski, J., The Faces of Facebookers: Investigating Social Enhancement and Social Compensation Hypotheses: Predicting Facebook and Offline Popularity from Sociability and Self-esteem and Mapping the Meanings of Popularity with Semantic Network, **Journal of Computer-Mediated Communication**, vol. 14, 2008, pp. 1-34.
- (55) أفنان طلعت عبد المنعم، مرجع سابق.

- (56) عبد الجواد سعيد محمد، التعرض للإنترنت وعلاقته ببعض الآثار النفسية والاجتماعية لدى شباب الريف، **المؤتمر الدولي للإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة.. لعالم جديد**، جامعة البحرين، 7-9 أبريل 2009.
- (57) حنان السعيدى، عائشة ضيف، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثره على القيم لدى الطالب الجامعي: موقع فيس بوك نموذجًا، **مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي**، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قاصدي مرباح – ورقلة، 2015.
- (58) وسام طایل البشاشة، **مرجع سابق**.
- (59) فهد بن علي الطيار، شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى طلاب الجامعة "تويتر نموذجًا": دراسة تطبيقية على طلاب جامعة الملك سعود، **المجلة العربية للدراسات الأمنية والتدريب**، المجلد 31، العدد 61، الرياض، 2014، ص ص 193-226،
- Doi: 10.12816/0007967
- (60) Mushtaq, Ahmad J., The Effects of Social Media on the Undergraduate Students' Academic Performances, **Library Philosophy and Practice (e. Journal)**, University of Nebraska, Lincoln, 2018, <https://digitalcommons.unl.edu/libphilprac/1779>.
- (61) Amedie, Jacob, The Impact of Social Media on Society, **Advanced Writing: pop Culture Intersections**, 2, 2015, http://scholarcommons.scu.edu/_176/2.
- (62) Kasturi, Suman K. & Vardhan, Bobby, **op. cit.**
- (63) Pulido, Cristing M., et als, Social Impact in Social Media: A New Method to Evaluate the Social Impact of Research, **PLOS ONE**, vol. 13, no. 8, 2018, pp. 1-20, <https://doi.org.10.1371/journal.pone.o2o3117>
- (64) Bornmann, L., Use Fullness of Altmetrics for Measuring the Broader Impact of Research: A Case Study using Data from PLOS and F-1000 Prime, **Aslib Journal of Information Management**, vol. 67, no. 3, 2015, pp. 305-319, <https://doi.org/10.1108/Aj1M-09-2014-0115>.
- (65) جيهان سيد أحمد يحيى، **مرجع سابق**.
- (66) منى أحمد مصطفى عمران، دور الفيس بوك في إمداد الشباب الجامعي المصري بالمعلومات حول قضايا الفساد الإعلامي والسياسي، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد 49، أكتوبر – ديسمبر 2014، ص ص 213-316.
- (67) عمر عطلاوي، أهمية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى الطلبة في الحصول على المعلومة الرياضية – الفايبيوك كنموذج: دراسة ميدانية لطلبة الإعلام والاتصال الرياضي بجامعة المسيلة **مذكرة مكتملة لنيل شهادة الماستر أكاديمي**، قسم الإعلام والاتصال الرياضي، معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية، جامعة محمد بوضياف – المسيلة، 2017.
- (68) صلاح محمد أبو صلاح، استخدامات طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة: دراسة ميدانية، رسالة مقدمة لاستكمال متطلبات الحصول على درجة الماجستير، كلية الآداب، الجامعة الإسلامية – غزة، 2014.
- (69) أحمد يونس محمد حمودة، **مرجع سابق**.
- (70) وسام طایل البشاشة، **مرجع سابق**.
- (71) Cheung, C. M. & Lee, M.K., A Theoretical Model of International

Social Action in Online Social Networks, **Decision Support Systems**, vol. 49, 2010, pp. 24-30.

- (72) Zhang, Y. & Tang, S.T., Why and How Facebook Satisfies You: Collective Self-esteem, Emotional Openness, Communication Apprehension as Predictors of Facebook Uses and Gratifications, **Paper Presented at the Annual Meeting of the Association for Education in Journalism and Mass Communication**, Boston, 2009.
- (73) Walz, Laura O., The Relationship between College Students Use of Social Networking Sites and their Sense of Belonging, **Ph.D**, University of Hartford, West Hartford, 2008.
- (74) رحاب طلعت محمد، الانتماء للوطن لدى المراهقين على بعض مواقع التواصل الاجتماعي (الفييس بوك، اليوتيوب)، **مجلة دراسات الطفولة**، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس، مجلد 17، عدد 63، أبريل 2014، ص ص 29-34.
- <http://search.mandumah.com/Record/833845>.
- (75) أميرة أحمد كوكش، دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة التسامح من وجهة نظر طلبة الجامعات الأردنية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، 2017.
- (76) حنان السعيدى، عائشة ضيف، مرجع سابق.
- (77) إسلام جميل الطهراوى، الحاجات النفسية المشبعة لدى مستخدمي شبكة التواصل الاجتماعي (الفييس بوك) من طلبة الجامعات، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية، الجامعة الإسلامية - غزة 2014.
- (78) قيس أمين الفقهاء، دور شبكات التواصل الاجتماعي في الترويج للفكر المتطرف من وجهة نظر طلبة الجامعات الأردنية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، 2016.
- (79) مريم غزال، نور الهدى شعوبى، مرجع سابق.
- (80) Banyai, Fanni, et als, Problematic Social Media Use: Results from a Large – Scale Nationally Representative Adolescent Sample, **PLOS ONE**, 2017, <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0169839>.
- (81) Amedie, Jacob, **op. cit.**
- (82) Abdulahi, Aida, et als, A Study on the Negative Effects of Social Networking Sites such as Facebook among Asia Pacific University Scholars in Malaysia, **International Journal of Business and Social Science**, vol. 5, no. 10, September 2014, pp. 133-145, www.ijbssnet.com.
- (83) أفنان طلعت عبد المنعم، مرجع سابق.
- (84) بسمة حسين عيد يونس، إيمان شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالاضطرابات النفسية لدى طلبة الجامعة في محافظة غزة، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم علم النفس، كلية التربية، جامعة الأزهر - غزة، 2016.
- (85) صلاح محمد أبو صلاح، مرجع سابق.
- (86) فهد بن على الطيار، مرجع سابق.
- (87) Mustafa, Sadaf, A Descriptive Study for the Impacts of Using Social Media on the Studies of University Students in Pakistan, **European Scientific Journal**, vol. 14, no. 20, July 2018, pp. 18-24, Doi:

10.19044/esj.2018.v14n20p18.

(88) أشرف جلال حسن، دور الشبكات الاجتماعية في تكوين الرأي العام في المجتمع العربي نحو الثورات العربية: دراسة ميدانية مقارنة على الجمهور العربي في مصر وتونس وليبيا وسوريا واليمن، **المنتدى السنوي السادس للجمعية السعودية للإعلام والاتصال بعنوان: "شبكات الاتصال الاجتماعي وتشكيل الرأي العام، جامعة الملك سعود – الرياض، 15-16 أبريل 2012.**

(89) صلاح محمد أبو صلاح، مرجع سابق.

(90) أحمد يونس محمد حمودة، مرجع سابق.

(91) فهد بن علي الطيار، مرجع سابق.

(92) رأفت مهند عبد الرزاق، مرجع سابق.

(93) Jang, S. Mo & Kim, Joon K., Third Person Effects of Fake News: Fake News Regulation and Media Literacy Interventions, **Computers in Human Behavior**, vol. 80, March 2018, pp. 295-302, <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.11.034>.

(94) Golan, Guy J. & Lim, Joon S., Third-person Effect on ISIS's Recruitment Propaganda: On line Political Self-Efficacy and Social Media Activism, **International Journal of Communication**, vol. 10, 2016, pp. 4681-4701, <http://ijoc.org>.

(95) إيمان عبد الرحيم السيد، جدلية العلاقة بين الإعلام الجديد والممارسات الإرهابية: دراسة تطبيقية على شبكات التواصل الاجتماعي، ورقة بحثية مقدمة إلى مؤتمر دور الإعلام العربي في التصدي لظاهرة الإرهاب، جامعة نايف للعلوم الأمنية – الرياض، 16-18 ديسمبر 2014.

(96) Tsay-Vogel, Mina, **op. cit.**

(97) Heravi, Alireza, et als, **op. cit.**

(98) Zhang, J. & Daugherty, T., Third-person Effect Comparison between US and Chinese Social Networking Website Users: Implications for Online Marketing and Word .of. Mouth Communication, **International Journal of Electronic Marketing and Retailing**, vol. 3, no. 3, 2010, pp. 293-315.

(99) Jang, S. Mo & Kim, Joon K., **op. cit.**

(100) Golan, Guy J. & Lim, Joon S., **op. cit.**

(101) إيمان عبد الرحيم السيد، مرجع سابق.

(102) Heravi, Alireza, et als, **op. cit.**

(103) Zhang, J. & Daugherty, T., **op. cit.**

(104) Schweisberger, Valarie, et als, **op. cit.**

(105) Stavrositu, C.D. & Kim, J., Social Media Metrics: Third-person Perceptions of Health Information, **Computers in Human Behavior**, vol. 35, 2014, pp. 61-67.

(106) Antonopoulos, Nikos, et als, Web Third-person Effect Hypothesis: Do Likes and Shares Affect Users' Perceptions ?, **Journalism and Mass Communication**, vol. 6, no. 12, Dec. 2016, pp. 711-927, doi: 10.17265/2160-6579/2016.12.001.

(107) Tang, S. Mo & Kim, Joon K., **op. cit.**

(108) Golan, Guy J. & Lim, Joon S., **op. cit.**

-
- (109) Wei, R. & Lo, V.H., Examining Sexting's Effect among Adolescent Mobile Phone Users, **International Journal of Mobile Communications**, vol. 11, 2013, pp. 176-193, doi:10.1504/IJMC.2013.052640.
- (110) قام الأساتذة التالي أسماؤهم بتحكيم صحيفة الاستقصاء:
- أ.د/ أمال كمال، أستاذ الإعلام – كلية الآداب – جامعة حلوان.
- أ.د/ سحر فاروق، أستاذ الإعلام – كلية الآداب – جامعة حلوان.
- أ.د/ شريف درويش اللبان، أستاذ الصحافة ووكيل كلية الإعلام لشئون البيئة – جامعة القاهرة.
- أ.م.د/ وسام نصر: أستاذ الإذاعة والتلفزيون المساعد، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- (111) تمت الاستعانة ببعض عبارات مقياس تقدير الذات الوارد ب: على سالم، الاتجاه نحو المشاركة السياسية وعلاقته بتقدير الذات لدى عينة من طلاب الجامعة، رسالة ماجستير، كلية الآداب، جامعة حلوان، 2015.
- (112) صفاء محمد إبراهيم، استخدام الشباب للتلفزيون ووسائل الإعلام الجديدة والإشباع المتحققة منها، رسالة دكتوراة غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2016.
- (113) داليا إبراهيم الدسوقي، التماس المعلومات السياسية على مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بمصداقية المضمون لدى دارسى الإعلام التربوى بالجامعات المصرية، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد 49، أكتوبر – ديسمبر 2014، ص ص 389 – 434.