

## رؤية الجمهور العربي للتحديات الأخلاقية والقانونية المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، وأليات مواجهتها: دراسة ميدانية مقارنة

د. إيمان عبد الرحيم السيد الشرفاوي\*

### ملخص الدراسة:

تهدف الدراسة الحالية إلي التعرف على رؤية المستخدم العربي للتحديات الأخلاقية والقانونية المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، وإلقاء الضوء علي أهم أسباب هذه التحديات، وكيفية التصدي لها ومواجهتها من وجهة نظر عينة قوامها 400 مفردة من الجمهور العربي، تم جمعها من أربع بلدان عربية هي مصر، والسعودية، وتونس، وسوريا، وقد حاولت الباحثة من خلالها تمثيل مستخدمو وسائل التواصل الاجتماعي علي مستوي الوطن العربي كله، وتوصلت الدراسة إلي عدد من النتائج منها، تعدد المخاطر المترتبة علي استخدام وسائل التواصل الاجتماعي سواء علي المستوي الشخصي، أو القومي، أو العالمي، ومن هذه التحديات، جرائم المعلومات، وجرائم الأداب العامة، بالإضافة إلي التأثير الأيديولوجي (الفكري) علي الشباب، ونشر خطابات الكراهية، وتهديد الأمن القومي، والإعلاء من قيمة ثقافة الاستهلاك، كما توصلت الدراسة إلي وجود وحدة في الرؤي بين عينة الدراسة من الدول المختلفة فيما يتعلق بأسباب أو حلول التحديات المترتبة علي استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، وأن الاختلافات ظهرت نتيجة اختلاف المستوي التعليمي، والاجتماعي الاقتصادي للمبحوثين، كما أكدت النتائج أن التصدي للتحديات المترتبة علي استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يجب أن يتم عبر أليتان أولهما الاهتمام بزيادة وعي مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي بالمخاطر التي قد تواجههم جراء استخدامهم لها، وثانيها من خلال الاهتمام بسن قوانين رادعة ومحددة لتنظيم النشر في البيئة الإلكترونية.

**الكلمات المفتاحية:** التحديات الأخلاقية والقانونية لمواقع التواصل الاجتماعي، مواقع التواصل الاجتماعي، دراسة مقارنة، المستخدم العربي.

\*المدرس بقسم الإعلام بكلية الآداب- جامعة الإسكندرية

## **The Arab public's vision of the ethical and legal challenges on the use of social media, and the mechanisms to confront them: a comparative field study**

The current study aims to identify the Arab user's point of view on the ethical and legal challenges resulting from the use of social media, and to shed light on the most important causes of these challenges, and how to address and confront them using a 400 samples of Arabic individuals collected from four Arab countries: Egypt, Saudi Arabia , Tunisia and Syria. In this study, the researcher tried to represent the users of social media in every Arab countries.

The study concluded many results, including the multiplicity of risks arising from the use of social media, whether at the personal, national, or global level, and these include Challenges, information crimes, and crimes of public morals, in addition to the ideological (intellectual) influence on youth, spreading hate speech, threatening national security, and raising the value of the consumption culture. Or solutions to the challenges arising from the use of social media, and that the differences emerged as a result of the different educational and socio-economic levels of the respondents. The results also confirmed that addressing The challenges arising from the use of social media must be achieved through two mechanisms; the first of which is to pay attention to raising the awareness of social media users about the risks that they may face as a result of their use, and the second, by paying attention to the enactment of deterrent and specific laws to regulate publishing in the electronic environment.

**Key words:** Ethical and legal challenges of social media ,social media, a comparative study , the Arab user.

## مقدمة.

يشهد عالم الاتصال والإعلام تغيرات ضخمة وعميقة في سواء مجال تقنيات الاتصال، أو في مجال فهم العملية الاتصالية ذاتها، وتطور النظرة نحو أدوارها المجتمعية، مما ألقى بانعكاسات متعددة على العملية الاتصالية؛ الأمر الذي نتج عنه تحولات جذرية في مفهوم عمليات الاتصال وتأثيراتها والأدوار المنوطة بها، فقد قدمت ثورة الاتصال والمعلومات شكلا جديدا من أشكال الإعلام وهو ما تعارف عليه بالإعلام الجديد، أو الإعلام البديل؛ ذلك الإعلام الذي أتاح أمام مستخدميه شكلا جديدا لتبادل المعلومات والآراء وهو الشكل التفاعلي، ولعل شبكات التواصل الاجتماعي هي أكثر أشكال هذا الإعلام انتشارا وشيوعا بين مستخدمي الانترنت خاصة في العالم العربي، ذلك أنها مكنت مستخدميها من خلال ما تملكه من أدوات ليس فقط من التعبير عن آرائهم فيما يقع من أحداث ومشاركتها مع الغير، بل والمشاركة أيضا في صناعة الأحداث، وقد صاحب ظهور هذه الشبكات وتنامي دورها في المجتمع عدد من المشكلات القانونية والأخلاقية التي أصبحت تحديا أمام المجتمعات المختلفة.

وبالرغم من وجود قوانين منظمة للأشكال الإعلامية المختلفة إلا أن هذه القوانين لم تعد سارية المفعول، وغير ملائمة في ظل الأشكال الإعلامية التي استحدثتها تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، وفي مقدمتها شبكات التواصل الاجتماعي، لذا فقد تم استحداث مجموعة من القوانين لتنظيم بيئة العمل في مجال الإعلام الإلكتروني الجديد بأشكاله المختلفة، وبالرغم من ذلك لا تعد هذه القوانين كافية لمواجهة التحديات التي تقدمها شبكات التواصل الاجتماعي كل يوم، ولذا أصبحت هناك ضرورة تستلزم تضافر جهود كل من المؤسسات التربوية والإعلامية، والتشريعية في الدولة، إلي جانب الجهات المسؤولة عن وسائل التواصل الاجتماعي، للتصدي للمخاطر التي قد تترتب على هذه الشبكات سواء بسبب ظهور فئة من غير المتخصصين وغير المؤهلين ممن يسعون لتحقيق أهداف متباينة مثل الشهرة (الترند الإيجابي أو السلبي)، أو تحقيق بعض الأهداف غير المشروعة كالابتزاز، أو التهديد سواء علي المستوى الشخصي، أو حتي القومي، وغيرها من التحديات التي قد تشكل تهديدات في بعض الأحيان أخلاقية، وفي أحيان أخرى قانونية أمام مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي، أو بسبب أن بعض هذه التحديات لم تعرفها المجتمعات من قبل، وبالتالي لم ترد لها نصوص في القانون.

من هذا المنطلق تسعى هذه الدراسة إلى الوقوف على أهم التحديات الأخلاقية والقانونية التي ارتبطت باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي في الوطن العربي، مستعينة في ذلك بأراء عينة من مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي في عدة دول من الوطن العربي.

### الدراسات السابقة:

تبين من خلال استعراض الدراسات السابقة المتعلقة بموضوع الدراسة الحالية، وجود عدد كبير من البحوث التي تناولت وسائل التواصل الاجتماعي، وتأثيراتها المختلفة سواء الإيجابية أو السلبية، فضلا عن علاقتها ببعض القضايا والظواهر الاجتماعية، وفيما يلي سيتم استعراض أهم هذه الدراسات وفقا لترتيبها الزمني - من الأقدم إلى الأحدث- من خلال محورين أساسيين هما:

أولا: الدراسات التي تناولت دور التشريعات القانونية، والضوابط الأخلاقية في حماية حقوق وحرية المستخدم في البيئة الإلكترونية، وفيه تعرض الباحثة لنماذج من الدراسات المتعلقة بالتشريعات المنظمة للبيئة الإعلامية الإلكترونية، وذلك علي مستوي الدول العربية بشكل خاص، وعلي المستوي العالمي بشكل عام، وذلك نظرا لعدم وجود كود أخلاقي، أو قانوني موحد لضبط ما يتم تداوله في البيئة الإلكترونية، بالإضافة إلي أن الهدف الرئيس لهذه الدراسة يتعلق بالتحديات المترتبة علي استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في الدول العربية محل الدراسة.

ثانيا: المخاطر والتحديات المترتبة علي استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، وفيه تعرض الباحثة لنماذج من الدراسات التي تناولت أشكال مختلفة من التحديات والمشكلات القانونية، والأخلاقية المترتبة علي استخدام وسائل التواصل الاجتماعي علي المستويين العالمي، والإقليمي، وذلك نظرا لأن هذه التحديات لا ترتبط ببيئة أو مجتمع معين، الأمر الذي يجعل من الممكن أن نطلق عليها أنها تحديات عالمية.

المحور الأول: الدراسات التي تناولت دور التشريعات القانونية والضوابط الأخلاقية في حماية حقوق وحرية المستخدم في البيئة الإلكترونية.

سعت دراسة **Hamada**<sup>1</sup> إلى تقديم منظور إسلامي لأخلاقيات صحافة عالمية جديدة، يهدف بشكل أساسي إلى التغلب على العديد من أوجه القصور الناتجة من الهيمنة الغربية، ويسعي إلى خلق التوازن بين ما هو عالمي ومحلي، وفي هذا الإطار قدم Hamada نموذج يقوم على أربعة مبادئ أساسية هي احترام التعددية، والثقافة التنوع، وحرية التعبير، والعدالة والاعتدال.

كما سعت **الخريشة**<sup>2</sup> من خلال دراستها المسحية التي استطلعت فيها آراء أساتذة الإعلام والقانون في الجامعات الأردنية الحكومية والخاصة إلى وضع ميثاق أخلاقي لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي من قبل الجمهور من وجهة نظر هؤلاء الأساتذة، وخلصت الدراسة إلى اقتراح ميثاق شرف لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي ينص على عدة نقاط أهمها: - ضرورة التزام مستخدم شبكات التواصل الاجتماعي باحترام خصوصية غيره من المستخدمين وعدم انتهاك هذه الخصوصية بأي طريقة، كما أكدت علي وجود مسؤولية مشتركة بين الجهات القانونية والأسرة فيما يتعلق بالاستخدام الأمثل وبناء ثقافة

التعامل مع وسائل الاعلام الجديد، وأضافت أن التثبیت يعد من سلامة وصدق المعلومات الضابطة الأخلاقي الأهم في نشر الأخبار والمعلومات، فضلا عن حظر السب والقذف والذم تجاه الآخرين أوديانتهم، أو أصولهم، وحظر المنشورات التي تتضمن الدعوة إلى الطائفية أو التطرف أو الإرهاب أو العنصرية.

أما دراسة **ملكوي**<sup>3</sup> فهدفت إلى تحديد القواعد والضوابط والأخلاقيات العامة الواجب تطبيقها في العملية الإعلامية وفق منهج الإعلام الإسلامي خاصة فيما يتعلق بعمل المرأة وظهورها الإعلامي، وعمل المراسل والمندوب الصحفي، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج منها: أن بناء مفهوم الإعلام الإسلامي يحتاج إلى وضع أسس وقواعد ثابتة تبيّن الملامح العامة لهذا المفهوم والبعيد عن الاجتهادات الشخصية، كما كشفت الدراسة أيضا وجود تشابه كبير في الأخلاقيات والمبادئ العامة والتي تتبع في معظمها من موانيق الشرف الصحفي على اختلافها وتتنوعها. كما أكد الباحث علي أن الصورة الغالبة للظهور الإعلامي للمرأة كان من قبيل الريح المادي البحث، من خلال الاعتماد بشكل كبير على جسد المرأة وجماله الأنثوي.

ورصدت دراسة **قشطي**<sup>4</sup> أهم موانيق الشرف الإعلامية العالمية والإقليمية بهدف التعرف على مدى الالتزام بهذه الموانيق الأخلاقية في العمل الإعلامي، وتوصلت إلى أن كثير من الجمهور لا يطلع على الموانيق الأخلاقية للإعلام، وليس لديه أية معلومات عن الأخلاق التي يجب على وسائل الإعلام الالتزام بها، بالإضافة إلى عدم التزام بعض وسائل الإعلام بالموانيق الأخلاقية، وأكدت على ضرورة وجود حل لهذه الإشكالية، كما أوصت الدراسة بضرورة تبني منهجية إعلامية لضبط البث الإعلامي المحلي والخاص عابر القارات.

أما دراسة **توم والعسولي**<sup>5</sup> فسعت إلى تطوير المعايير المهنية والأخلاقية التي يمكن أن تحكم الصحافة الإلكترونية على نحو يجعل هذا الوسيط الصحفي أكثر مصداقية وفاعلية، وتوصلت الدراسة إلى أن النشر الإلكتروني غير المهني يؤثر على النسيج الاجتماعي والاقتصادي والسياسي والفكري والأيدولوجي بدرجة كبيرة، بالإضافة إلى أن عدم مراعاة الصحافة الإلكترونية الفلسطينية للمعايير المهنية والأخلاقية يعود إلى تأثير التوجهات السياسية والعقائدية والأيدولوجية.

وفي محاولة **علال**<sup>6</sup> إلى التعرف على الضوابط المهنية التي توفرها القوانين المنظمة للعمل الإعلامي في الجزائر من خلال الإجابة على مجموعة من التساؤلات منها، تحديد الجهات التي أطرت لميثاق الشرف المهني للإعلاميين في الجزائر، وما إذا كانت الموانيق الأخلاقية الإعلامية التي وضعت قبل انتشار خدمات الانترنت مازالت صالحة إلي يومنا هذا؟، وقد توصلت الدراسة إلى أنه على الرغم من أن قانون الإعلام الجزائري قد خصص الباب الخامس

حول وسائل الإعلام الإلكترونية، إلا أنه لم يعطي تصنيفاً واضحاً للأنماط الإعلامية الجديدة مثل المدونات، وشبكات التواصل الاجتماعي، ولم يحدد كيفية تعامل الصحفيين معها، الأمر الذي يستدعي ضرورة وضع ميثاق شرف إعلامي جديد ينص على حقوق وواجبات العاملين في الإعلام الإلكتروني.

وقد كشفت دراسة **Scaife**<sup>7</sup> فشل القوانين الحالية في تنظيم وسائل الإعلام الاجتماعي، وأكدت على ضرورة سرعة تطوير هذه القوانين والاستجابة لما تمتاز به هذه الوسائل من ديناميكية، لذا فقد حاولت تقديم مساهمة في تحسين وتطوير مجموعة القوانين والسياسات الموجودة بالفعل وجعلها أكثر فعالية، وتمثلت أهم هذه الإصلاحات في النقاط التالية، التنظيم القانوني، فلا بد من الأخذ في الاعتبار أن القوانين الحالية لا يمكن تطبيقها أو التكيف معها في سياق وسائل التواصل الاجتماعي، كما أشار إلي أن الجمهور يفتقر إلى وجود فهم واضح للوقت الذي تكون فيه الجرائم المدنية والجنائية على الإنترنت خطيرة ويجب اتخاذ إجراءات حيالها، لذا يجب الاهتمام بتوعية الجمهور، كما أكد علي ضرورة إعطاء مزيد من الاهتمام بدور مزودي الخدمة- مسؤولي المنصات الاجتماعية ذاتها- والانتقال من تحليل سياساتهم إلى كيفية التنفيذ ووضع منهج يركز على الإصلاح التنظيمي لهذه المنصات.

كما أكدت دراسة **Rozgonyi**<sup>8</sup> أن القوانين المنظمة لنظام البث السمعي البصري غير الخطي قد وصلت إلى نهايتها، وأنها لم تعد صالحة لتنظيم البيئة الإعلامية الجديدة، الأمر الذي لا يتطلب تحول جذري في القوانين المنظمة لتصبح أكثر فعالية فحسب، بل أيضاً يؤكد ضرورة التقييم المستمر للمخاطر المترتبة على هذه البيئة، كما أشارت أيضاً إلى أن تنظيم البيئة الإلكترونية، والسيطرة عليها لن يتم إلا من خلال تضافر جهود كل من الدولة، والمنظمين القائمين على هذه المواقع لحماية حقوق وحريات المستخدمين.

وسعت دراسة **حسن**<sup>9</sup> إلى التعرف على المعايير الأخلاقية لصحافة البيانات في المواقع الإخبارية المصرية والأجنبية، وتوصلت الدراسة إلى تفوق المواقع المصرية لبعض فئات المعايير الأخلاقية لصحافة البيانات مثل فئات (الشعور بالمسؤولية، الخروج عن الأداب العامة، نشر أسماء وصور الضحايا، عدم الدقة، التحيز لوجهة نظر واحدة).

وفي دراسته المقارنة للنظم القانونية المنظمة لوسائل الإعلام الإلكترونية، سواء على المستوي الدولي بصفة عامة، أو على مستوي الإتحاد الأوروبي بصفة خاصة، توصل **Školkay**<sup>10</sup> إلى أن التنظيم القانوني للخدمات الإعلامية الإلكترونية لا يزال غائباً إلى حد كبير حتى الآن، ففي البداية كان هناك اتجاه سائد لإرساء قوانين لتنظيم وسائل الإعلام الجديدة بالاعتماد على النماذج السابقة للتنظيم، وأهمها التنظيم الذاتي، كما أكدت نتائج الدراسة أن التشريعات الخاصة

بحرية المعلومات، وجرائم القذف، وحقوق التأليف والنشر لم تتم مراجعتها وتحديثها لمراعاة التغييرات التي طرأت علي البيئة الإعلامية التقليدية في غالبية دول الاتحاد الأوروبي، كما أكد أيضا علي أنه من الضروري اتباع نهج دولي لتنظيم وسائل الإعلام الإلكترونية، نظراً للطبيعة العابرة للحدود للتكنولوجيا، والحاجة إلى تنسيق فعال وتكميل وتوجيه العمل على الصعيدين الوطني والعالمي.

كما حاول الباحثان **سلامن ومهني**<sup>11</sup> تقديم قراءة نظرية لإشكالية التنظيم القانوني في ضوء البيئة الإعلامية الجديدة، وذلك من خلال عرض مفهوم وخصائص الإعلام الجديد، وقد انتهت دراستهما إلى عدة توصيات أهمها: ضرورة إصدار تشريعات واضحة لتنظيم البيئة الإعلامية الجديدة تتماشى مع التحولات التكنولوجية، واستحداث سلطة خاصة لضبط هذا النمط من الإعلام تعمل على ضبط تجاوزات مستخدمي الإنترنت.

وفي دراسته للاتجاهات الحديثة في بحوث الضوابط الأخلاقية في الصحافة الرقمية قدم **علي**<sup>12</sup> رصد للدراسات الحديثة التي تناولت كيفية تطبيق الضوابط الأخلاقية للصحافة الرقمية خلال الفترة من 2015-2020، كما قدم رؤية مستقبلية للدراسات العربية في هذا المجال، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: أن بعض الدراسات العربية أثبتت عدم التزام الصحافة الرقمية العربية بالضوابط الأخلاقية، بالإضافة إلي قلة الدراسات العربية التي تركز على الضوابط الأخلاقية للصحافة المتخصصة، كما أكد علي ضرورة اهتمام البحوث الأجنبية بتحليل المقارن لمواثيق الشرف في الدول المختلفة.

وفي دراسة أخرى قام كل من **سلامن ومهني**<sup>13</sup>، بإلقاء الضوء علي مدي اهتمام التشريعات الإعلامية في الجزائر بأخلاقيات الممارسة الصحفية من خلال تحليل عينة من قوانين الإعلام الجديدة، وتوصلت الدراسة إلي وجود فراغ قانوني فيما يتعلق بالممارسة الإعلامية في البيئة الجديدة الأمر الذي ترتب عليه العديد من الممارسات غير الأخلاقية، لذا فقد طالب الباحثان بضرورة وضع قوانين خاصة بتنظيم وضبط أخلاقيات المهنة الصحفية، بالإضافة إلي توعية العاملين في مجال الإعلام بضرورة مراعاة التأثيرات المستحدثة للوسائل الإلكترونية الجديدة، واستحداث مقررات حول أخلاقيات الممارسة الإعلامية في كليات وأقسام الإعلام بالجامعات الجزائرية.

وفي دراسته المقارنة قام **جابر**<sup>14</sup> بتحليل القوانين والتشريعات العربية وتفسيرها لتبيان مدى حمايتها للخصوصية الفردية؛ حيث قام الباحث مستعينا بمنهج المسح بتحليل نصوص القوانين والتشريعات الإعلامية في كل من مصر والكويت والجزائر، لتبيان دور هذه القوانين والتشريعات في حماية الخصوصية الفردية، وتوصلت الدراسة لعدة نتائج أهمها أن معظم هذه التشريعات اكتتفتها العديد من الغموض في بعض المواد القانونية مع التوسع في التجريم بحجة

حماية الخصوصية الفردية أو حماية الأمن القومي للبلد، كما أشارت أيضا إلى تداخل مواد العقوبات، التي تطبق على العاملين في وسائل الإعلام في حال انتهاك الخصوصية الفردية، هذا بالإضافة إلى أن تعدد القوانين التي تطبق على العاملين في الحقل الإعلامي تؤثر عليهم بالسلب، وأخيرا طالب المشرع بضرورة أن يحدد بلغة مفهومة لكل من الصحفي والقارئ كافة الأفعال التي اقتضت الضرورة تجريمها.

### المحور الثاني: المخاطر والتحديات المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي

سعت دراسة **التلاوي**<sup>15</sup> إلى رصد وتحليل مستويات الالتزام بأخلاقيات الخطاب في بعض المواقع الإلكترونية الإخبارية في إطار نظرية أخلاقيات الخطاب، وذلك من خلال رصد وتحليل التجاوزات الأخلاقية للخطاب الإعلامي في عدد من المواقع والبوابات الإخبارية الإلكترونية، وقد جمعت الدراسة بين التحليل الكمي والكيفي، وتوصلت إلى ارتفاع معدلات التحيز في الخطاب الإعلامي في المواقع الإلكترونية الإخبارية عينة الدراسة، الأمر الذي يعكس غلبة الطابع السياسي الأيديولوجي على الطابع المهني الموضوعي، وقد رجحت الباحثة أن السبب وراء ذلك ربما يرجع إلى طبيعة المادة الإعلامية المقدمة في وسائل الإعلام البديل والتي تتطلب إعادة الهيكلة بما يتفق مع البنود والمواثيق الأخلاقية التي تحكم بيئة العمل الإلكتروني.

وحاولت **الربيعي**<sup>16</sup> في دراستها التعرف على أشكال خطاب الكراهية في موقع فيس بوك، وانعكاسات ذلك الخطاب وأثاره على المجتمع، من خلال دراسة استطلاعية أجرتها على عينة من مستخدمي الفيس بوك، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت في ظهور قيم سلبية تؤثر في عملية بناء خطاب كراهية في المجتمع، وأضافت أن أحد أسباب ذلك هو وجود تداخل لدي البعض بين ما يتعلق بحرية التعبير وخطاب الكراهية، حيث يسئ البعض استغلال مساحة الحرية التي تتيحها سائل التواصل الاجتماعي ليوجه خطاب كراهية للآخرين.

وفي دراستها حول التنمر الإلكتروني في مواقع التواصل الاجتماعي بين طلاب الجامعة في الإمارات العربية المتحدة وجدت **Abaido**<sup>17</sup> أن 91% من المبحوثين أكدوا على أن التنمر على منصات التواصل الاجتماعي هو من أكثر المضايقات التي تتم عبر الإنترنت، وأن أكثر الفئات عرضة لهذا التنمر هم المراهقين، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها، وجوب مراقبة التقنيات وتعديلها للتحكم فيما يتم نشره عبر الإنترنت، بالإضافة إلى أهمية تيسير إجراءات الإبلاغ المباشر عن أي حوادث تنمر، وضرورة إيلاء مزيد من الاهتمام نحو تعزيز الاستخدام المسؤول لمنصات التواصل الاجتماعي، واعتماد تدابير رقابية لضمان تجربة مستخدم آمنة للشبكات الاجتماعية، وتصفية والغاء التعليقات المسيئة أو الخطابات التي تحض على الكراهية، كما أكدت ضرورة أن تشمل جهود مكافحة التنمر على وسائل التواصل

الاجتماعي تدابير استباقية من المجتمع والمدرسة والأسرة بحيث تكون أكثر قبولاً ثقافياً واجتماعياً في المنطقة العربية، بالإضافة إلى ضرورة وجود إجراءات قانونية أكثر صرامة مع أولئك الذين ينتهكون سياسات الانترنت.

وضعت دراسة **Deen**<sup>18</sup> افتراضاً أساسياً مفاده وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة بين زيادة استخدام تكنولوجيا الاتصال والمعلومات في بعض الدول وبين حجم الهجمات الإرهابية في هذه الدول، وتوصلت الدراسة إلى أن التوسع في استخدام تكنولوجيا الاتصال مكن الجماعات الإرهابية من وضع خطط أكثر فعالية، وأن مواقع التواصل الاجتماعي توفر بيئة ملائمة للتجنيد ونشر التطرف، هذا بالإضافة إلى أن تكنولوجيا الاتصال والمعلومات مكنت الإرهابيين من تنسيق تحركاتهم واتصالاتهم بشكل أفضل وأكثر فعالية مما منحهم مزيد من القوة.

وفي دراستها لتجارب طلاب الجامعات في تبادل المعلومات عبر وسائل التواصل الاجتماعي وإرسال الرسائل النصية، والتنمر والمطاردة عبر الإنترنت افترضت **NOEL**<sup>19</sup> أن الرسائل النصية، والتنمر، والمطاردة التي تتم على جميع منصات وسائل التواصل الاجتماعي عبر الإنترنت تسبب ضرراً جسدياً ونفسياً خطيراً خاصة بالنسبة للمراهقين والشباب، الذين غالباً لا يدركون مخاطر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، وأنه مع غياب وجود حدود واضحة لوسائل الإعلام الاجتماعية، غالباً ما يكون صعباً حتى علي البالغين تحديد ما ينبغي، أو لا ينبغي مشاركته علناً على وسائل التواصل الاجتماعي، وقد تم تطبيق الدراسة علي عشرة من طلبة إحدى الجامعات في جنوب أمريكا، وجاءت النتائج لتؤكد التالي: اتفق جميع المشاركين العشرة على أن منصات التواصل الاجتماعي باعت أو استخدمت معلوماتهم الشخصية للمعلنين لإنشاء إعلانات مستهدفة، كما أكد تسعة من المبحوثين العشرة أن مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي يفتقرون إلى التحكم في محتوهم الشخصي بمجرد نشره على المواقع، وأكد ثمانية مبحوثين من أصل عشرة أنهم تلقوا رسائل جنسية صريحة، وصور إباحية، وأن سنان شاب هو أكثر شبكات التواصل الاجتماعي التي يتم استخدامها في مثل هذه الرسائل، وأرجعوا السبب في ذلك إلى أن الصور فيه غير دائمة وتختفي في غضون وقت محدد وعليه يصبح من الصعب القبض علي مرسل المحتوى ومحاسبته قانونياً، كما أشار خمسة من المبحوثين إلى أن التنمر عبر الإنترنت كان أكثر انتشاراً بين الأفراد الأصغر سناً، وأخيراً طالبوا بضرورة أن تضع منصات التواصل الاجتماعي مزيداً من الضوابط لمنع هذه الانتهاكات.

وحاول **سليمان**<sup>20</sup> رصد وتحليل المعلومات المغلوطة بالمواقع الإلكترونية المصرية الصحفية ومواقع التواصل الاجتماعي وتأثيراتها النفسية والاجتماعية على الجمهور المصري بالتطبيق على أزمة كورونا 2019 (كوفيد-19)، وذلك من خلال توزيع استمارة استبيان إلكترونية علي عينة من مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي، وتوصلت الدراسة إلى ارتفاع نسبة

الاعتماد علي وسائل التواصل الاجتماعي أثناء الأزمات رغم عدم صحة المعلومات، وأرجع الباحثين السبب في عدم صحة المعلومات إلي عدة عوامل في مقدمتها عدم وجود رقابة علي هذه المواقع، تليها سهولة إنتاج وتداول هذه المعلومات، وقد تمثلت أهم التأثيرات النفسية والاجتماعية لذلك في زيادة الخوف من العدوي وعدم النوم والابتعاد عن الناس.

وفي نفس السياق حاولت دراسة **جودة**<sup>21</sup> التعرف علي اتجاهات الجمهور بمنطقة جازان بالمملكة العربية السعودية نونشر الشائعات حول كوفيد 19 عبر مواقع التواصل الاجتماعي من خلال صحيفة استبيان إلكترونية تم إرسالها إلي عينة عمدية من الجمهور السعودي عبر صفحات الفيس بوك وواتس أب، وتوصلت الدراسة إلي أن أكثر مواقع التواصل الاجتماعي توظيفا للشائعات عن جائحة كورونا من وجهة نظر الجمهور كانت الواتس أب، تلاها موقع فيس بوك، ثم موقع سناب، وأخيرا موقع اليوتيوب، وأرجع الباحثون السبب وراء نشر الشائعات علي مواقع التواصل الاجتماعي إلي إثارة الرعب والهلع بين أفراد المجتمع وزعزعة استقرار المجتمع، كما أكدت نتائج الدراسة ارتفاع الوعي لدى الجمهور بمنطقة جازان بالمملكة العربية السعودية بخطورة الشائعات الإلكترونية المنشورة عن جائحة كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي وبتأثيراتها السلبية على الفرد والمجتمع، بالإضافة إلي إدراكه لأهمية التثبث من صحة المعلومات والأخبار قبل إعادة نشرها.

كما قام كل من **Tareen, Tariq**<sup>22</sup> في دراستهما بتحليل نتائج 50 دراسة بحثية تمت حول خطابات الكراهية التي يتم نشرها عبر الانترنت، وقد قاما بتقسيم خطاب الكراهية إلي أربع فئات علي النحو التالي، خطاب الكراهية ووسائل التواصل الاجتماعي، وخطاب الكراهية الديني، وخطاب الكراهية وفقا للنوع الاجتماعي، وخطاب الكراهية العنصري، وقد كشفت الدراسة أن إمكانية إخفاء هوية المستخدم في وسائل التواصل الاجتماعي، بالإضافة إلي عدم وجود قيود علي النشر في وسائل التواصل الاجتماعي هي أهم أسباب تزايد استخدام خطاب الكراهية علي وسائل التواصل الاجتماعي، كما كشفت النتائج أيضا زيادة خطاب الكراهية علي أساس كل من النوع الاجتماعي، والدين، وقد أكد الباحثان علي ضرورة مراقبة المعلومات التي يتم مشاركتها عبر وسائل التواصل الاجتماعي للحد من خطابات الكراهية التي يتم نشرها.

أما دراسة الباحثين **Satan, Bakiler, KURTÇA, SAYIN**<sup>23</sup> فحاولت التعرف علي خبرات الطلاب الجامعيين مع ظاهرة التنمر والإيذاء الجنسي الإلكتروني، وكيفية فهمهم لهذه الظاهرة، وذلك بتطبيق مؤشر تم تطويره علي يد الباحثين مع 550 من الطلبة المنتسبين للأقسام المختلفة لكلية التربية بإحدى الجامعات الحكومية، بالإضافة إلي عقد مقابلات مع ثلاث من الطلبة الذين أبدوا موافقتهم على إجراء مقابلة متعمقة مع الباحثين، وتوصلت الدراسة إلي أن البيئة الإلكترونية تحتوي على مجموعة واسعة من السلوكيات التي يمكن وصفها بأنها مزعجة

جنسياً، وأن التنمر الجنسي السيبراني له سمات شخصية وسلوكيات سلبية، ودوافع مختلفة، وأنه بالرغم من إمكانية تعرض الجميع لبعض أفعال التنمر الجنسي، إلا أنه لوحظ وجود سمات مشتركة بين ضحايا هذا النوع من التنمر، وأكدت أن الضحية يمكن تتخذ الاحتياطات الشخصية لتجنب الوقوع في هذه المشكلة، كذلك يجب ألا يتعامل الضحايا بمفردهم مع هذه المشكلة، لذا فإن تعاون العائلات والمدارس والمؤسسات القانونية مطلوب.

طرحت دراسة **Davis**<sup>24</sup> عدة تساؤلات حول نوعية الموضوعات التي تطرحها الحركات الاجتماعية والمجموعات الموجودة علي وسائل التواصل الاجتماعي والتي تشكل تهديدا للأمن القومي، حيث افترضت الدراسة أن الحركات الاجتماعية الحالية والناشئة ستستمر في القرن الحادي والعشرين في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ووسائل الإعلام لإرسال رسائل إلى المشاركين، وتوليد الدعم الخارجي، وتجنيب أعضاء جدد، وتنظيم الأحداث، كما افترضت أيضا أن قادة وأعضاء الحركات الاجتماعية يدركون نقص الخصوصية عند مشاركة المعلومات علناً عبر وسائل التواصل الاجتماعي، فوفقاً للقانون يحق للمخبرات الأمريكية جمع وتقييم المعلومات المتاحة علي وسائل التواصل الاجتماعي حول التهديدات المحتملة للحركات الاجتماعية المحلية، كما سعت الدراسة أيضا إلي تحديد بعض المؤشرات التي تساعد ممارس الأمن الاستراتيجي في تصميم نموذج منظم للذكاء الاستباقي يعتمد علي الموضوعات التي يتم رصدها علي وسائل التواصل الاجتماعي، وقد توصلت الدراسة إلي أن تعدد اللغات الذي تتيحه وسائل التواصل الاجتماعي يبسر عملية التواصل بين أعضاء الجماعات والأفراد سواء داخل الولايات المتحدة الأمريكية أو خارجها، الأمر الذي يتيح أقصى درجة من التواصل المؤثر بينهم، كما أثبتت الدراسة أن تحليل بيانات الجماعات والأفراد من مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي يوضح اتجاهاتهم وأفكارهم وبالتالي يمكن وضع قيود وضوابط علي تلك الجماعات وتحجيم مخاطرهم.

وفي نفس السياق سعت دراسة **حبيش**<sup>25</sup> إلي التعرف علي تأثير استخدام الشباب المصري لوسائل التواصل الاجتماعي علي الأمن القومي المصري، ولتحقيق هذا الهدف قامت الباحثة بتطبيق استمارة استبيان طبقتها علي 100 مفردة من أبناء محافظة المنوفية، وتوصلت الباحثة إلي عدة نتائج أهمها، وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة ثراء منصات التواصل الاجتماعي وحجم التعرض للوسيلة فكلما زاد ثراء الوسيلة زاد التعرض لها، كما توصلت إلي أنه لا توجد علاقة بين حجم التعرض لمنصات التواصل الاجتماعي واستخدامها كأداة للتعبير عن حرية الرأي، كما أكدت علي وجود علاقة دالة إحصائية بين استخدام منصات التواصل الاجتماعي كأداة للتعبير عن حرية الرأي وبين درجة الثقة في تلك المنصات، هذا بالإضافة إلي أن تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كأداة للتعبير عن الرأي والأمن القومي المصري جاء مرتفعا.

كما حاول زقزوق<sup>26</sup> في دراسته رصد ظاهرة التتمر الإلكتروني ومعدلات انتشارها في المجتمع المصري بصفة عامة، وبين طلاب الإعلام التربوي بصفة خاصة، وأكدت نتائج الدراسة دعم الفرض الإدراكي لنظرية تأثير الشخص الثالث؛ حيث توصل إلي أن رسائل ومضامين التتمر الإلكتروني المتداولة عبر وسائل الإعلام الجديد لها تأثير أكبر على الآخرين مما هو على الذات، كما توصلت الدراسة إلي تعرض أغلبية عينة الدراسة للتتمر الإلكتروني بشكل أوبأخر، بالإضافة إلي ما سبق فقد أشارت النتائج إلي أن الأسباب الكامنة وراء ممارسة التتمر وفقا لعينة الدراسة تنوعت ما بين تحقيق مكاسب مادية، أو التسلية وحب الشهرة، وقد جاء موقع فيس بوك كأكثر المنصات الإلكترونية التي يمارس عليها التتمر الإلكتروني وفقا لعينة الدراسة، وقد أوصت الدراسة بضرورة تصميم برامج تأهيل نفسي، واجتماعي، وسلوكي لضحايا التتمر الإلكتروني، بالإضافة إلي ترسيخ مفاهيم التربية الإعلامية الرقمية، والوعي المعلوماتي، والهوية الافتراضية لدى الطلاب وآباءهم.

#### التعليق على الدراسات السابقة:

اتضح للباحثة من خلال مسح الدراسات السابقة المرتبطة بموضوع الدراسة الحالية أن هناك جهودا بحثية متنوعة سعت إلى التعرف على تأثيرات وسائل التواصل الاجتماعي في العديد من الظواهر والسلوكيات، بينما سعت دراسات أخرى لوضع مقترحات لأطر قانونية وتنظيمية لاستخدام هذه الوسائل، الأمر الذي ساعد الباحثة في التعرف على أهم المشكلات المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لتقديم نظره أكثر شمولية في هذا الصدد.

- اتفقت الدراسات العربية والأجنبية على ضرورة تطوير قوانين جديدة تلائم التطورات المتلاحقة في البيئة الإلكترونية وما ينجم عنها من مخاطر وتحديات سواء أخلاقية أو قانونية.
- اهتمت الدراسات السابقة بدراسة العلاقة بين مواقع التواصل الاجتماعي وأشكال محددة من المخاطر التي تترتب عليها، بينما تركز الدراسة الحالية على الوصول إلى رؤية عامة تشمل أهم المخاطر والتحديات التي يتسبب فيها استخدام وسائل التواصل الاجتماعي.
- تم تطبيق الدراسات السابقة على عينات محددة من المبحوثين، والمجتمعات، في حين تسعى الدراسة الحالية إلى الوصول إلى رؤية شاملة تعبر عن المشكلات التي تواجه المستخدم العربي بصفة عامة.

- لم تتعرض أيا من الدراسات السابقة العربية أو الأجنبية للمسئولية الاجتماعية للقائمين على منصات التواصل الاجتماعي، ودورهم في الحد من المخاطر والانتهاكات التي ترتكب من خلال هذه المنصات، بل كان التركيز بشكل رئيس علي القائمين بالاتصال أو المستخدمين.

### حدود الاستفادة من الدراسات السابقة:

- تحديد وبلورة مشكلة الدراسة ووضع التساؤلات والفروض والإجراءات المنهجية.
- تحديد الإطار النظري المناسب للدراسة.
- تحديد الجوانب التي لم يتم تناولها في الدراسات السابقة – في حدود ما نما إلي علم الباحثة- لسبر أغوارها وفهمها وتحليلها لتقديم رؤية شاملة لموضوع الدراسة.

### مشكلة الدراسة.

تعود بداية الاهتمام بسن قوانين وتشريعات لتنظيم الممارسات الإعلامية في الوطن العربي إلي عام 1960؛ حيث عرفت مصر كأول دولة عربية موثيق الشرف الإعلامية الذي انبثق منه دستور الإتحاد العام للصحفيين العرب<sup>27</sup>، وفي عام 1965 أقر مجلس جامعة الدول العربية في مؤتمر القمة بالدار البيضاء لأول مرة إعلان ميثاق الشرف الإعلامي العربي، الذي أوجب على الإعلام العربي الالتزام بعدة مبادئ أهمها<sup>28</sup>:

- أن يعمل على تأكيد القيم الدينية والأخلاقية الثابتة، والمثل العليا المتراكمة في التراث البشري.
- أن ينشد الحقيقة المجردة في خدمة الحق والخير.
- أن يسعى إلى شد الأواصر، وتعميق التفاهم والتفاعل والتبادل، مادياً ومعنوياً، في المجتمع العربي والدولي.
- أن تحرص وسائل الإعلام العربية على مبدأ التضامن العربي في كل ما تقدمه للرأي العام في الداخل والخارج.
- أن تسهم بإمكاناتها في تدعيم التفاهم والتعاون بين الدول العربية، وتتجنب نشر كل ما من شأنه الإساءة إلى التضامن العربي، وتمتنع عن توجيه الحملات ذات الطابع الشخصي.
- أن تحرص وسائل الإعلام العربية على رفض مبادئ التمييز العنصري، والعصبية الدينية، والتعصب بجميع أشكاله.
- أن تناضل في سبيل المبادئ العادلة، وحق الشعوب في تقرير مصيرها، وحق الأفراد في الحرية والكرامة.
- أن يلتزم الإعلاميون العرب بالصدق والأمانة في تأديتهم لرسالتهم، ويمتنعون عن إتباع الأساليب التي تتعرض بطريقة مباشرة أو غير مباشرة للطعن في كرامة الشعوب، مع

احترام سيادتها الوطنية واختياراتها الأساسية، وعدم التدخل في شئونها الداخلية، وعدم التجريح بالنسبة لرؤساء الدول.

- عدم تحويل الإعلام إلى أداة للتحريض على استعمال العنف، وعدم الانحراف بالجدل عن جادة الاعتدال.

- أن يلتزم الإعلاميون العرب بالصدق والموضوعية في نشر الأنباء والتعليقات، ويمتنعون عن اعتماد الوسائل غير المشروعة في الحصول على الأخبار والصور والوثائق وغيرها من مواد الإعلام، ويحافظون على سرية مصادر الأخبار إلا فيما يمس الأمن الوطني والقومي، ويُعتبر الافتراء أو الاتهام دون دليل من الأخطاء الجسيمة التي تتعارض مع أخلاقيات مهنة الإعلام، ويلتزم الإعلاميون بتكذيب أو تصويب الأنباء التي يثبت عدم صحتها.

وفي ظل ثورة تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، وما تمخض عنها من أنماط اتصالية جديدة يأتي في مقدمتها شبكات التواصل الاجتماعي، وما صاحبها من مخاطر قانونية وأخلاقية، زاد الاهتمام وتعالق الأصوات المطالبة بسن قوانين ومواثيق أخلاقية لتنظيم هذه البيئة، وعليه فقد شهدت الألفية الثالثة تنامي الاهتمام بتقنين البيئة الإلكترونية سواء علي المستويين العالمي والإقليمي؛ وقد واكبت الدول العربية النقاشات الدولية المتعلقة بضرورة إيجاد قواعد قانونية تنظم البيئة الإعلامية الجديدة، لذا لجأت إلى وضع قواعد قانونية إقليمية ذات طابع دولي لمحاصرة هذه الجرائم والمخالفات، من خلال إصدار "القانون العربي النموذجي الموحد" في 2004<sup>29</sup>، والذي لم يبتعد عن ما تم إقراره في اتفاقية بودابست، من ضرورة الاهتمام بالإعلام الإلكتروني وقضاياه، وفي عام 2008 أقر مؤتمر وزراء الإعلام العرب وثيقة البث الإذاعي والتلفزيوني العربية، والتي تم فيها الإشارة لبعض أسس قانون عربي لتنظيم وسائل الإعلام الإلكتروني<sup>30</sup>، ونتاج هذا المؤتمر قامت بعض الدول بإدراج الجرائم الإلكترونية ضمن القانون الجنائي التقليدي، وخصصت دول أخرى إطاراً قانونياً خاصاً بهذه الجرائم، وبعد التحولات التي أفرزها الربيع العربي في العديد من الدول العربية، تنامت الجهود في مختلف الدول لتضع أسساً جديدة لتقنين الإعلام الإلكتروني، ففي بعض هذه الدول تم وضع نصوص صريحة في صلب الدستور لتنظيم الإعلام الإلكتروني - كما هو الحال في الدستور المصري -<sup>31</sup>، وفي بعضها الآخر تم الاكتفاء بالإشارة إلى حرية التعبير وحرية الإعلام، والحق في الإعلام والوصول إلى المعلومة- كما هو الحال في الدساتير التونسي، والمغربي، والجزائري-<sup>32</sup>.

وبالرغم من هذه الجهود التي سعت إلي التصدي لهذه المخاطر سواء من خلال سن القوانين والتشريعات ومواثيق الشرف الأخلاقية والإعلامية، أو من خلال فرض رقابه على هذه الوسائل، إلا أن الواقع يؤكد على أن سرعة انتشار هذه الوسائل بل واستحداث أشكال وأنماط

جديده منها كل يوم أسرع بكثير من إصدار القوانين المنظمة لهذه الوسائل، وعلى الجانب الآخر نجد أن الأصوات التي تنادى بفرض الرقابة على هذه الوسائل غالباً ما تواجه بأن هذا قمع للحريات التي أتاحتها شبكات التواصل الاجتماعي وتميزت بها، لذا فإن المعضلة الحقيقية تتمثل من جهة في كيفية الحفاظ على الحريات التي أتاحتها الأنماط الجديدة للإعلام الجديد، وفي مقدمتها شبكات التواصل الاجتماعي مع حماية من يتعاطون معها من المخاطر التي قد تهدد أمن وسلامة الوطن والمواطنين، خاصة وأن هذه الشبكات مكنت غير المهنيين كالمواطنين الصحفيين، والمغردين، والمدونين، ومستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي من إنتاج وتبادل المحتويات مستفيدين في ذلك من الإمكانيات التي تتيحها البيئة الإلكترونية من سهولة النشر دون رقابة -إلا الرقابة الذاتية، والرقابة التي تضعها سياسات بعض وسائل التواصل الاجتماعي - وسهولة تعديل الصور بل والفيديوهات، وإمكانية انتحال آراء الغير، أو نسخ محتويات وإعادة نشرها، ونشر المعلومات غير المؤكدة، وتحريف الحقائق، وغيرها الكثير، الأمر الذي يزيد من صعوبة الوضع، ومن جهة أخرى في صعوبة الفصل بين ما هو أخلاقي وما هو قانوني بمجال الإعلام الإلكتروني.

هذا بالإضافة إلى أن بعض هذه التحديات يصعب وضع عقوبة رادعة لها، ومنها مثلاً تهديد الهوية الثقافية، أو التعمية عن بعض القضايا الهامة، أو نشر الشائعات المغرضة، أو تجزئة المجال العام، فبالرغم من خطورة هذه التحديات إلا أنه يصعب التصدي لها من خلال نصوص القانون، الأمر الذي يزيد من صعوبة التعاطي مع مثل هذه التحديات ويتطلب رؤية أعمق للتصدي لها.

من هذا المنطلق تتحدد المشكلة البحثية لهذه الدراسة في التعرف على رؤية الجمهور العربي للتحديات الأخلاقية والقانونية المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، وأليات مواجهتها، من خلال مسح لعينة عمدية من مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي في كل من جمهورية مصر العربية، المملكة العربية السعودية، الجمهورية التونسية، والجمهورية السورية.

#### أهمية الدراسة:

#### تستمد الدراسة الحالية أهميتها من الاعتبارات التالية:

- تعد هذه الدراسة من الدراسات الأولى - وفقاً لما نما إلي علم الباحثة- التي تهدف إلي تقديم رؤية شاملة ومتكاملة للتحديات الأخلاقية والقانونية المترتبة علي استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، فبالرغم من تعدد الدراسات التي تناولت التأثيرات المترتبة علي استخدام وسائل التواصل الاجتماعي سواء على المستوى القومي، أو الإقليمي، أو الدولي إلا أن معظم هذه الدراسات ركزت إما على تأثير هذه الوسائل في ظهور أنماط معينة من الجرائم أو التحديات

غير المتعارف عليها سابقاً، فضلاً عن أن الدراسات التي تناولت المشكلات الأخلاقية أو القانونية المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ركزت عليها داخل النطاق الجغرافي الذي تجري فيه الدراسة فقط، وعليه تعد هذه الدراسة أكثر شمولاً، حيث تجاوزت الحدود المكانية في محاوله لاستكشاف التحديات الأخلاقية والقانونية التي نجمت عن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في المنطقة العربية لما لها من خصوصية ثقافية واجتماعية وتاريخية، ودينية.

- تستمد هذه الدراسة أهميتها من أهمية القضايا التي تتناولها، فشبكات التواصل الاجتماعي أصبحت جزءاً أساسياً في الحياة الاجتماعية في كافة المجتمعات، بالإضافة إلى أن الإمكانيات التي تتيحها جعلت من السهل على الجميع إنتاج ونشر محتويات مختلفة (مكتوبة، مصورة) دون رقابة تقريباً.

- امتداد مخاطر الاستخدام غير المسؤول لوسائل التواصل الاجتماعي لتهديد أمن الدول، بل والهوية الثقافية لبعض الشعوب، خاصة في ظل صعوبة وضع قوانين للتصدي لمثل هذه الجرائم.

- تزايد الجدل حول كيفية تحقيق التوازن بين الحرية والمسؤولية المجتمعية لوسائل التواصل الاجتماعي كقضية معقدة تهدف إلى ضبط التحديات والمخاطر التي قد تترتب على الاستخدام غير المسؤول لوسائل التواصل الاجتماعي من جهة، وتحديد الجهات المناط بها التصدي لهذه المخاطر والتحديات من جهة أخرى.

- محاولة صياغة رؤى مستقبلية تسهم في تقنين المخاطر الأخلاقية والقانونية المرتبطة بوسائل التواصل الاجتماعي سواء على المستوى الشخصي أو القومي أو العالمي، وبما يمثل مرجعية للمسؤولين عن وضع التشريعات المنظمة للبيئة الإلكترونية بشكل عام.

### أهداف الدراسة.

تبعاً لتحديدنا فيما سبق للمشكلة البحثية محل الدراسة فإن الدراسة الحالية تهدف إلى:

- 1- التعرف على طبيعة علاقة المستخدم العربي بوسائل التواصل الاجتماعي.
- 2- تحليل أسباب، ودوافع تعرض المستخدم العربي لوسائل التواصل الاجتماعي.
- 3- رصد وتوصيف التحديات الأخلاقية والقانونية المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على المستويات الشخصية والقومية والعالمية.
- 4- التعرف على رؤية المستخدم العربي لمواجهة التحديات الأخلاقية والقانونية لشبكات التواصل الاجتماعي.

### تساؤلات الدراسة.

- 1- ما مدي تعرض المستخدم العربي لشبكات التواصل الاجتماعي؟
- 2- ما أنواع شبكات التواصل الاجتماعي التي يتعرض لها المستخدم العربي؟
- 3- لماذا يتعرض المستخدم العربي لشبكات التواصل الاجتماعي؟
- 4- ما دوافع تعرض المستخدم العربي لشبكات التواصل الاجتماعي؟
- 5- هل توجد فروق في رؤية المستخدم العربي لطبيعة التحديات القانونية والأخلاقية المترتبة على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على المستوى الشخصي؟
- 6- هل توجد فروق في رؤية المستخدم العربي لطبيعة التحديات القانونية والأخلاقية المترتبة على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على المستوى القومي؟
- 7- هل توجد فروق في رؤية المستخدم العربي لطبيعة التحديات القانونية والأخلاقية المترتبة على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على المستوى العالمي؟
- 8- ما الأسباب وراء التحديات القانونية والأخلاقية المترتبة على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر المستخدم العربي؟
- 9- كيف يتم التصدي للتحديات القانونية والأخلاقية المترتبة على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، من وجهة نظر المستخدم العربي؟

### فروض الدراسة:

- الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الخصائص الديموغرافية للمبحوثين، ودوافع استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي.
- الفرض الثاني: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الخصائص الديموغرافية للمبحوثين، ورؤيتهم للتحديات المترتبة على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على المستوى الشخصي.
- الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الخصائص الديموغرافية للمبحوثين، ورؤيتهم للتحديات المترتبة على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على المستوى القومي.
- الفرض الرابع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الخصائص الديموغرافية للمبحوثين، ورؤيتهم للتحديات المترتبة على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على المستوى العالمي.
- الفرض الخامس: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وكثافة الاستخدام.

الفرض السادس: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي، ورؤيتهم للتحديات المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على المستويات التالية: (المستوي الشخصي، والمستوي القومي، والمستوي العالمي).

الفرض السابع: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي ورؤيتهم وإدراكهم للتحديات التي تواجه المستخدمين على المستويات التالية: (المستوي الشخصي، والمستوي القومي، والمستوي العالمي).

### مصطلحات الدراسة:

#### 1- التعريف الإجرائي للتحديات القانونية

تعرف الباحثة التحديات القانونية لمستخدم شبكات التواصل الاجتماعي إجرائياً: كيفية التعامل قانونياً مع أنماط التعاملات البشرية التي تتم عبر شبكة الإنترنت، والتي يترتب عليها أشكال من المخالفات لم ترد لها نصوص بالقوانين المنظمة للبيئة الإعلامية التقليدية، ولم يتم تحديد الجهة القضائية المسؤولة عنها هل هي القضاء الأمني أم الجنائي أم الإداري.

#### 2- التعريف الإجرائي للتحديات الأخلاقية

تعرف الباحثة التحديات الأخلاقية لمستخدم شبكات التواصل الاجتماعي إجرائياً: الخروج عن منظومة المبادئ والمعايير التي تحكم سلوك من يقوم بالنشر على وسائل التواصل الاجتماعي، وتساعدهم على اتخاذ قرار النشر من عدمه، بما يضمن حريتهم وكرامتهم في ضوء المبادئ الأخلاقية الإنسانية العامة، والمستمدة من الدين والأعراف الاجتماعية والمواد التشريعية.

#### 3- التعريف الإجرائي لشبكات التواصل الاجتماعي

تعرف الباحثة شبكات التواصل الاجتماعي إجرائياً: هي مواقع على شبكة الإنترنت تُتيح لمستخدميها الذين يتشاركون الاهتمامات نفسها الاجتماع معاً، ومشاركة المعلومات، والأخبار، والصور، والفيديوهات، كما تتيح لهم إجراء الاتصالات، وقد تستخدم لأغراض تعليمية أو ترفيهية، أو تجارية، أو اجتماعية، أو لجمعها معاً.

### الإطار النظري للدراسة:

تتبنى الدراسة الحالية نظرية المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام كمدخل نظري، وقد ظهرت هذه النظرية بعد أن تعرضت النظرية الليبرالية للكثير من المآخذ نتيجة تضافر مجموعة من العوامل الاقتصادية والسياسية والمهنية والاجتماعية التي أخلت بمبادئ النظرية الليبرالية بعد

الحرب العالمية الثانية<sup>33</sup> جاء في مقدمتها التركيز على نشر الفضائح والأخبار المثيرة، وإعلاء قيم المصلحة الفردية على حساب المصلحة العامة للمجتمع، وعليه فقد ظهر مفهوم المسؤولية الذي يؤكد على أن استمرار حرية الصحافة مرهون بمسئوليتها نحو المجتمع.<sup>34</sup>

وتعد هذه النظرية نتاج الجهود العلمية التي قامت بها "لجنة هوتشنز" Hutchins Commission لدراسة وسائل الإعلام في أمريكا في العام 1947، والتي أوصت الصحفيين وغيرهم من العاملين في وسائل الإعلام والاتصال باتخاذ القرارات التي تخدم المسؤولية المجتمعية للآخرين، وبذلك نجد أن نظرية المسؤولية الاجتماعية أضافت إلى مبادئ النظام الليبرالي ضرورة وجود التزام ذاتي من جانب الصحافة بمجموعة المواثيق الأخلاقية التي تهدف إلى تحقيق التوازن بين حرية الفرد ومصالح المجتمع<sup>35</sup>، وتستند نظرية المسؤولية الاجتماعية على ركيزتين أساسيتين، أولهما أن الوسيلة عليها التزام نحو المجتمع، وثانيهما التنظيم المهني الذاتي لوسائل الإعلام<sup>36</sup>.

هذا وتوجد عدة مستويات للمسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام، فهناك أولا الإطار القانوني الذي تحدده الحكومة لمسئوليات الصحافة، وثانيا الإطار المهني الذي تحدده الصحافة من خلال مسئوليتها، وأخيرا يوجد الإطار الذاتي الذي يحدد فيه الممارسون الإعلاميون مستوى الممارسة المهنية الرفيعة<sup>37</sup>.

وفي ظل الثورة التكنولوجية والمعلوماتية في العصر الحديث وما ترتب عليها من أنماط اتصالية جديدة وعلى رأسها شبكات التواصل الاجتماعي التي أتاحت لمستخدميها قدر غير محدود من الحرية سواء فيما يتعلق بإنتاج المحتويات المختلفة، أو نشرها وتداولها، أو الاطلاع عليها دون قيود تقريبا سوي بعض القواعد المنظمة التي يضعها القائمون على هذه الشبكات ضمن سياسية الاستخدام، بالإضافة إلى الرقابة الذاتية لمستخدم هذه الوسائل، لا بد من طرح عدة تساؤلات مفادها ما هي حدود المسؤولية الاجتماعية للمسؤولين عن هذه المنصات؟ وما هي الإجراءات التي يجب اتخاذها من أجل توظيف مسؤول للحرية التي تتمتع بها هذه المنصات؟ خاصة في ظل إساءة استخدام هذه الحرية من قبل بعض مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي.

فمن المعروف أن القائمين على منصات التواصل الاجتماعي يمكنهم التحكم فيما يتم نشره من خلال العديد من الإجراءات أولها سياسات الاستخدام التي يتم صياغتها من قبلهم لتنظم عمليات النشر والتداول على هذه المنصات، مروراً بإمكانية حذف المحتويات التي قد تحتوي على خروج عن الآداب، أو التي تحتوي على إساءة، أو تحريض، وما إلى ذلك من أمور تتعارض مع مفهوم المسؤولية الاجتماعية، ولكن هل يتم ذلك؟ هل يقوم المسؤولون بالدور المنوط بهم لحماية المجتمع من مخاطر ما قد ينشر على هذه المنصات؟ تشير الدراسة التي أجرتها مؤسسة

"أفاز" (وهي منصة غير ربحية مهتمة بقضايا حقوق الإنسان والكشف عن المعلومات الخاطئة) في أغسطس 2020، إلى أن خوارزميات فيسبوك المسؤولة عن كشف المعلومات المضللة تُشكل تهديدا كبيرا للصحة العامة، إذ وجدوا أن المصادر التي شاركت معلومات صحية مضللة بصورة متكررة بلغت 82 موقعا إلكترونيا، و42 صفحة على فيسبوك قد حققت نسب مشاهدة تصل إلى حوالي 3.8 مليار مشاهدة في السنة، لذا تعرّض فيسبوك مؤخرا إلى انتقادات عديدة بسبب السماح للمعلومات الطبية المضللة بالانتشار على المنصة، وظهرت بعض المستندات الداخلية المُسرّبة التي تشير إلى أن فيسبوك يعض الطرف عن هذه المعلومات عمدا<sup>38</sup>.

وفي سياق متصل نشرت صحف "نيويورك تايمز" الأمريكية، و"الأوبزرفر" البريطانية أن شركة "كمبردج أناليتيكا" لتحليل البيانات جمعت معلومات خاصة عن أكثر من 50 مليون مستخدم لموقع فيس بوك من خلال تطوير تقنيات لدعم الحملة الانتخابية للرئيس دونالد ترامب في عام 2016، وأضافت إن الأشخاص الذين تم استهدافهم والحصول على بياناتهم وعددهم أكثر من 50 مليون مستخدم على فيس بوك يمثلون نحوثلث المستخدمين النشطين للموقع في أمريكا الشمالية، وتقريبا ربع الناخبين الأمريكيين المحتملين في ذلك الوقت<sup>39</sup>.

نتاج ما سبق نجد أن المسؤولية الاجتماعية في ظل التغيرات التكنولوجية الحديث لا بد وأن تشمل مستويات أوسع تضم أولا الإطار القانوني الملائم الذي تحدده الحكومة لتنظيم النشر وتداول المعلومات على منصات التواصل الاجتماعي، ثانيا الإطار الهيكلي الذي يحدده القائمون على منصات التواصل الاجتماعي، لضمان حقوق وحرية المستخدمين، ثالثا الإطار الذاتي النابع من شعور المسؤولية الذاتية لمستخدمي منصات التواصل الاجتماعي، رابعا الإطار المجتمعي الذي تتضافر فيه جهود الأسرة مع كل من المؤسسات الإعلامية التقليدية والمؤسسات التعليمية لرفع مستوى الوعي لدى مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي.

### الإطار المنهجي للدراسة:

#### - نوع الدراسة:

تتنمي الدراسة الحالية الى الدراسات الاستكشافية الوصفية- المقارنة؛ فهي استكشافية من حيث طبيعة موضوعها وتطبيقها إذا تعد هذه الدراسة - وفقا لما نمي إلي علم الباحثة- أول دراسة عربية تستهدف التعرف علي رؤية المستخدم العربي لكل من التحديات الأخلاقية والقانونية، كما أن هذه الدراسة من أوائل الدراسات التي سعت إلي تحديد رؤية المستخدم العربي لسبل مواجهة التحديات الأخلاقية والقانونية لشبكات التواصل الاجتماعي ومن ثم تصنف هذه الدراسة في إطار الدراسات الاستكشافية، أما في إطار التحليل، فتتنمي هذه الدراسة إلي الدراسات الوصفية إذ تهدف إلي الإلمام بكافة عناصر الظاهرة التي يتم اخضاعها للدراسة،

فضلا عن السعي إلى تفسيرها وتحديد العوامل المؤثرة فيها، وعلي جانب آخر محاولة التعرف علي مدي اختلاف التحديات والمشكلات والحلول باختلاف الدولة التي ينتمي إليها المبحوث، وعليه تدخل هذه الدراسة ضمن الدراسات المقارنة.

#### - منهج الدراسة:

في إطار مبدأ التكامل المنهجي استعانت الدراسة الحالية بمنهجي العلاقات الارتباطية والمسح الإعلامي، لما يتيحاه من إمكانية الوصول إلى المعلومات المتعلقة بموضوع الدراسة، وتحليلها وتفسيرها فضلا عن الكشف على طبيعة علاقة الارتباط بينها، مما يسهم في الوصول إلى نتائج محددة ترتبط بمشكلة البحث وتجب عن تساؤلاته بدقة.

#### - أدوات جمع البيانات:

قامت الباحثة تحقيقا لأهداف البحث بتصميم استمارة استبيان اليكترونية؛ تحتوى على أحد عشر سؤالاً مقسمة ضمن أربعة محاور على النحوالتالي: **المحور الأول**، ويضم الأسئلة المتعلقة بطبيعة علاقة المستخدم العربي بوسائل التواصل الاجتماعي، أما **المحور الثاني** فيوضح أسباب ودوافع تعرض المستخدم العربي لشبكات التواصل الاجتماعي، ويتناول **المحور الثالث**: التحديات الأخلاقية والقانونية المترتبة علي استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على المستوي الشخصي والقومي والعالمي من وجهة نظر المستخدم العربي، ويتناول **المحور الرابع**: رؤية المستخدم العربي لأسباب التحديات الأخلاقية والقانونية المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، وكيفية مواجهتها، وأخيرا **البيانات الأساسية** للمبوثين، لتشكل هذه الاستبانة ترجمة دقيقة لمشكلة الدراسة الحالية وأهدافها وتساؤلاتها.

#### - إجراءات الصدق والثبات:

قامت الباحثة بإجراء اختبار الصدق لاستمارة الاستبيان من خلال مراجعتها علمياً منهجياً، وعرضها على مجموعة من المحكمين\* للتأكد من صدقها، ومناسبتها لتحقيق أهداف الدراسة، وبناء علي آراءهم تم إجراء بعض التعديلات على الاستمارة، وقد أشار المحكمون إلى صلاحية استمارة الاستبيان لقياس ما استهدفت إليه.

\* تم عرض استمارة الاستبيان على مجموعة من خبراء الإعلام لتحكيمها، وهم وفقا للترتيب الأبجدي للأسماء:  
- ثريا أحمد البدوي أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام جامعة القاهرة.  
- حسن منصور أستاذ الصحافة بجامعة الملك سعود.  
- شيرين سلامة أستاذ الصحافة المساعد بكلية الإعلام جامعة القاهرة.  
- محرز غالي أستاذ الصحافة بكلية الإعلام جامعة القاهرة.  
- نيرمين نبيل الأزرق أستاذ الصحافة المساعد بكلية الإعلام جامعة القاهرة.

كما قامت الباحثة باستخدام معامل (ألفا كرونباخ "Alpha"، وارتباط سبيرمان - براون Spearman-Brown Coefficient والتجزئة النصفية "Split-half" لجتمان) للتحقق إحصائياً من ثبات وصدق مقاييس الدراسة على النحو التالي:

جدول (1) مقاييس صدق وثبات استمارة الاستبيان

م	المقياس	عدد العبارات	معامل (ألفا كرونباخ)	معامل ارتباط سبيرمان - براون	معامل جتمان (التجزئة النصفية)
1	مقياس أسباب استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	9	.889	.836	.831
2	مقياس دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	16	.924	.869	.862
3	مقياس تحديات استخدام مواقع التواصل على المستوى الشخصي	17	.962	.901	.894
4	مقياس تحديات استخدام مواقع التواصل على المستوى القومي	10	.937	.900	.896
5	مقياس تحديات استخدام مواقع التواصل على المستوى العالمي	10	.912	.850	.850
	إجمالي مقاييس الدراسة	62	.952	.825	.825

يتضح من الجدول السابق أن قيمة معامل ألفا كرونباخ تراوحت بين (0.889) و(0.962)، وبلغت قيمتها لإجمالي مقاييس الدراسة (0.952). وتراوحت قيمة معامل ارتباط سبيرمان - براون بين (0.836) و(0.901)، وبلغت قيمتها لإجمالي مقاييس الدراسة (0.825)، وتراوحت قيمة معامل جتمان بين (0.831) و(0.896)،

وبلغت قيمتها لإجمالي مقاييس الدراسة (0.825)، وهي قيم مرتفعة تدل على اتساق الاستبيان وثباته.

## - عينة الدراسة:

(أ) **العينة المكانية:** انطلاقاً من هدف الدراسة في التعرف على رؤية المستخدم العربي للتحديات الأخلاقية والقانونية الناتجة عن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي قامت الباحثة بتطبيق استمارة الاستبيان في أربع دول عربية هي جمهورية مصر العربية، المملكة العربية السعودية، الجمهورية التونسية، الجمهورية السورية، ويرجع أسباب اختيار العينة من هذه الدول للأسباب التالية:

- **جمهورية مصر العربية،** تعد قلب الوطن العربي ولديها أكبر عدد من السكان في العالم العربي وبالتالي لديها أكبر عدد من مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي، فضلاً عن أن وسائل التواصل الاجتماعي كان لها دوراً هاماً في التغييرات السياسية التي طرأت على المجتمع المصري – ثورة يناير 2011- مما يشير لأهمية الدور الذي تلعبه وسائل التواصل الاجتماعي في مصر.

- **المملكة العربية السعودية،** تعد أكبر دولة في منطقة الخليج العربي، تلك المنطقة التي تمتاز بخصوصية ثقافية واجتماعية لذا كان لا بد من التعرف على توجهات مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي في هذه المنطقة الهامة نحو ما يترتب على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي من تحديات أخلاقية وقانونية.

- **الجمهورية السورية،** تم اختيارها كمثلة لدول الشام، خاصة وأن هذه الدولة تعاني من بعض المشكلات المتعلقة بالاستقرار الأمني، مما يجعلها أكثر قدرة على التعبير عن الدور الذي تلعبه وسائل التواصل الاجتماعي في ازكاء هذه الحالة أو تهدئتها، كما تمكنا من التعرف على نوعية المخاطر والتحديات الناجمة عن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في هذه المنطقة وهل تختلف باختلاف الأوضاع المجتمعية الموجودة أم لا.

- **الجمهورية التونسية،** تم اختيارها كمثلة لمنطقة المغرب العربي، وذلك لأنها أكثر دول هذه المنطقة تأثراً بوسائل التواصل الاجتماعي ولعل ما شهدته هذه الدولة من تغييرات سياسية لعبت فيها وسائل التواصل الاجتماعي دوراً هاماً أكبر دليل على ذلك.

من خلال ما سبق تكون عينة الدراسة شملت قدر الإمكان مستخدمين من أنحاء متفرقة من المنطقة العربية لتصل إلى تصور متكامل حول التحديات الأخلاقية والقانونية لوسائل التواصل الاجتماعي وأسبابها، وكيفية مواجهتها.

(ب) **العينة البشرية:** وفقاً لهدف الدراسة قامت الباحثة بتوزيع استمارة الاستبيان إلكترونياً على عينة قوامها 400 مفردة، من خلال العينة المتاحة باستخدام آلية كرة الثلج، وهي إحدى أنواع العينات غير الاحتمالية، من خلال اختيار مجموعة من المبحوثين الذين ينتمون إلى الدول التي تم اختيارها لتمثل مجتمع الدراسة، والاتفاق معهم على أن يقوموا بتوزيعها على زملائهم وأهلهم وأصدقائهم من نفس البلد، على أن يقوم أعضاء المجموعة

الثانية بنفس الإجراء مع آخرين، وهكذا حتى بلغت العينة العدد المطلوب.

جدول رقم (2) خصائص عينة الدراسة (ن=400)

المتغير	الجنسية									
	مصري		سعودي		تونسي		سوري		المجموع	
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك
النوع	ذكر	48.3	188	25.5	51	31.7	126	56.5	126	31.5
	أنثى	140.0	140	74.5	110	50.0	140	43.5	274	68.5
	الإجمالي	188.3	400	100.0	161	100.0	28	100.0	23	100.0
العمر	من 25-18	64.0	64	34.0	110	68.3	181	17.4	4	45.3
	من 35-25	53.0	53	28.2	33	20.5	96	30.4	7	24.0
	من 45-35	37.0	37	19.7	12	7.5	66	30.4	7	16.5
	من 55-45	23.0	23	12.2	6	3.7	43	17.4	4	10.8
	55 عاما فأكثر	11.0	11	5.9	0	0.0	14	4.3	1	3.5
	الإجمالي	188.3	400	100.0	161	100.0	28	100.0	23	100.0
التعليم	متوسط	12.0	12	6.4	4	2.5	18	8.7	2	4.5
	جامعي	86.0	86	45.7	129	80.1	236	43.5	10	59.0
	فوق جامعي	90.0	90	47.9	28	17.4	146	47.8	11	36.5
	الإجمالي	188.3	400	100.0	161	100.0	28	100.0	23	100.0
التخصص	علوم إنسانية	140.0	140	74.5	154	95.7	316	52.2	12	79.0
	علوم تطبيقية	48.0	48	25.5	7	4.3	84	47.8	11	21.0
	الإجمالي	188.3	400	100.0	161	100.0	28	100.0	23	100.0
السكن	شقة إيجار	40.0	40	21.3	31	19.3	97	65.2	15	24.3
	شقة خاصة	139.0	139	73.9	14	8.7	167	21.7	5	41.8
	فيلا	9.0	9	4.8	116	72.0	136	13.0	3	34.0
	الإجمالي	188.3	400	100.0	161	100.0	28	100.0	23	100.0
الدخل	أقل من 1000	25.0	25	13.3	50	31.1	87	34.8	8	21.8
	من 1000 - 3000	32.0	32	17.0	37	23.0	81	13.0	3	20.3
	من 3000 - 5000	33.0	33	17.6	13	8.1	54	8.7	2	13.5
	5000 فأكثر	98.0	98	52.1	61	37.9	178	43.5	10	44.5
	الإجمالي	188.3	400	100.0	161	100.0	28	100.0	23	100.0

18.0	72	26.1	6	21.4	6	14.3	23	19.7	37	منخفض	لمستوي لاقتصادي اجتماعي
54.3	217	65.2	15	53.6	15	54.7	88	52.7	99	متوسط	
27.8	111	8.7	2	25.0	7	31.1	50	27.7	52	مرتفع	
100.0	400	100.0	23	100.0	28	100.0	161	100.0	188	الإجمالي	

#### – الإطار الزمني للدراسة:

تصنف هذه الدراسة ضمن الدراسات الآنية؛ حيث قامت الباحثة بصياغة فكرة الدراسة وبلورة مشكلتها، وأهدافها، والتساؤلات، والشروع في تنفيذ جانبها التحليلي والانتهاؤها منها، خلال الفترة من أول نوفمبر 2021 وحتى نهاية أبريل 2022.

#### – أساليب التحليل المستخدمة في الدراسة:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة الميدانية، تم ترميز البيانات وإدخالها إلى الحاسب الآلي، ثم معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية وذلك باستخدام برنامج "الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (Statistical Package for Social Science) "SPSS" وقد تنوعت المتغيرات الإحصائية، بين متغيرات اسمية Nominal، ومتغيرات ترتيبية Ordinal، ومتغيرات وزني Scale، وعلى هذا فقد قامت الباحثة بتطبيق المعاملات الإحصائية التي تلائم كل متغير من هذه المتغيرات، وذلك من خلال استخدام الاختبارات والمعالجات الإحصائية التالية:

- التكرارات البسيطة Frequency. والنسب المئوية Percent.
- المتوسط الحسابي Mean والانحراف المعياري Std Deviation
- اختبار كا2 (Chi Square Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المتغيرات الاسمية (Nominal)
- معامل التوافق (Contingency Coefficient) لقياس شدة العلاقة في حالة ثبوتها في اختبار كا2، وهو يقيس شدة العلاقة بين متغيرين اسميين في جدول أكثر من 2×2، وقد اعتبرت العلاقة ضعيفة إذا كانت قيمة المعامل أقل من 0.300، ومتوسطة إذا كانت ما بين 0.300: 0.600، وقوية إذا كانت أكثر من 0.600.
- اختبار (Independent Samples T Test) لمقارنة متوسطي عينتين مستقلتين والمعروف اختصاراً باختبار "ت" أو (T- Test)
- اختبار تحليل التباين في اتجاه واحد (One Way ANOVA) والمعروف اختصاراً ANOVA، وذلك لقياس الفروق بين المتوسطات بين أكثر من مجموعتين.

- معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation) لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من مستوى المسافة أو النسبة، وقد اعتبرت العلاقة ضعيفة إذا كانت قيمة المعامل أقل من 0.300، ومتوسطة إذا كانت ما بين 0.300: 0.600، وقوية إذا كانت أكثر من 0.600.

- مستوى الدلالة المعتمد في هذه الدراسة:

اعتمدت الباحثة على مستوى دلالة يبلغ 0.05، لاعتبار الفروق ذات دلالة إحصائية من عدمه، وقد تم قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة 95% فأكثر، أي عند مستوى معنوية 0.05 فأقل.

نتائج الدراسة الميدانية لرؤية المستخدم العربي للتحديات الأخلاقية والقانونية المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي

أولاً: النتائج العامة للدراسة:

المحور الأول: طبيعة علاقة المستخدم العربي بوسائل التواصل الاجتماعي.

جدول رقم (3) يوضح المقياس المجمع لكثافة تعرض عينة الدراسة لوسائل التواصل الاجتماعي

المجموع	الجنسية								مقياس كثافة التعرض	
	سوري		تونسي		سعودي		مصري			
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
2.5%	10	4.3%	1	0.0%	0	2.5%	4	2.7%	5	المستوي المنخفض
21.3%	85	34.8%	8	35.7%	10	12.4%	20	25.0%	47	المستوي المتوسط
76.3%	305	60.9%	14	64.3%	18	85.1%	137	72.3%	136	المستوي المرتفع
100.0%	400	100.0%	23	100.0%	28	100.0%	161	100.0%	188	المجموع

كا=2= 16.188 درجات الحرية=6 مستوى الدلالة=0.013 معامل التوافق=0.197

توصلت نتائج الدراسة الميدانية حول طبيعة علاقة المستخدم العربي بوسائل التواصل الاجتماعي إلى ارتفاع كثافة تعرض عينة الدراسة لوسائل التواصل الاجتماعي؛ حيث جاء المستوي المرتفع للتعرض في المرتبة الأولى بنسبة بلغت 76.3%، يليه المستوي المتوسط بنسبة 21.3%، وأخيراً المستوي المنخفض بنسبة 2.5%، وذلك على مستوي عينة الدراسة، وقد احتلت المملكة العربية السعودية المرتبة الأولى في مستوي التعرض بنسبة 85.1%، تليها جمهورية مصر العربية بنسبة 72.3%، ثم جمهورية تونس بنسبة 64.3%، وأخيراً

الجمهورية السورية بنسبة 60.9%. مما يدل على ارتباط العينة ارتباطاً وثيقاً بوسائل التواصل الاجتماعي والحرص الدائم على متابعتها.

هذا وتؤكد نتائج التحليل الإحصائي باستخدام معامل كا<sup>2</sup> وجود علاقة ارتباطية ضعيفة بين الدولة التي ينتمي إليها المبحوثين ودرجة تعرضهم لوسائل التواصل الاجتماعي عند مستوى دلالة 0.013، حيث كانت قيمة كا<sup>2</sup>=16.188، عند درجة حرية =6، وكانت قيمة معامل التوافق =0.197. وتوضح الجداول التالية هذه النتيجة بمزيد من التفاصيل؛ حيث تشير إلى معدلات مدي التعرض بشكل مفصل.

جدول رقم (4) مدي تعرض عينة الدراسة لشبكات التواصل الاجتماعي

المجموع		الجنسية								مدي التعرض لشبكات التواصل الاجتماعي
		سوري		تونسي		سعودي		مصري		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
0.5%	2	0.0%	0	0.0%	0	1.2%	2	0.0%	0	نادرا
4.0%	16	4.3%	1	3.6%	1	3.7%	6	4.3%	8	أحيانا
16.8%	67	43.5%	10	14.3%	4	13.7%	22	16.5%	31	غالبا
78.8%	315	52.2%	12	82.1%	23	81.4%	131	79.3%	149	دائما
100.0%	400	100.0%	23	100.0%	28	100.0%	161	100.0%	188	المجموع

كا<sup>2</sup>=16.133 درجات الحرية=9 مستوى الدلالة=0.064 غير دالة

يتضح من خلال تحليل بيانات الجدول السابق كثافة تعرض عينة الدراسة من المستخدمين في الوطن العربي، حيث بلغ عدد من يتعرضون لوسائل التواصل الاجتماعي بشكل دائم أكثر من ثلثي حجم العينة بنسبة 78.8%، وجاء مستخدمو وسائل التواصل بشكل دائم في الجمهورية التونسية في المرتبة الأولى، يليهم مستخدمو المملكة العربية السعودية في المرتبة الثانية، ثم المستخدمون في جمهورية مصر العربية، وأخيرا مستخدمو الجمهورية السورية، وبتطبيق اختبار كا<sup>2</sup> تبين عدم وجود علاقة ارتباط بين المجتمع الذي ينتمي له المبحوث ومدي تعرضه لشبكات التواصل الاجتماعي؛ حيث كا<sup>2</sup>=16.133 عند مستوى معنوية 0.064، وهو ما يشير إلى وجود درجة كبيرة من الاتفاق بين المستخدمين العرب بوجه عام فيما يتعلق بمدي تعرضهم لوسائل التواصل الاجتماعي.

جدول رقم (5) شبكات التواصل الاجتماعي المفضلة لدي عينة الدراسة من المستخدمين العرب

العينة ككل	الجنسية				شبكات التواصل الاجتماعي المفضلة
	سوري	تونسي	سعودي	مصري	
69.92	79.71	91.67	39.13	91.84	فيس بوك
60.42	46.38	50.00	81.78	45.39	تويتر
71.83	63.77	70.24	75.98	69.50	انستجرام
77.83	78.26	73.81	79.09	77.30	يوتيوب
60.50	47.83	40.48	87.58	41.84	سناپ شات
42.58	47.83	53.57	41.41	41.31	لينكد ان
35.42	33.33	34.52	36.44	34.93	كلاب هاوس
95.17	92.75	91.67	94.62	96.45	واتس اب
35.58	33.33	35.71	37.27	34.40	ماي سبيس
35.33	33.33	34.52	36.44	34.75	فليكر
59.42	40.58	44.05	76.60	49.29	تيك توك

تشير نتائج الدراسة الميدانية إلى أن تطبيق واتس أب هو أكثر شبكات التواصل الاجتماعي تفضيلاً لدى المستخدم العربي بفارق كبير حيث بلغت نسبة من يستخدمونه بشكل دائم 95.17% من إجمالي العينة واحتل المركز الأول في تفضيلات كل المستخدمين من عينة الدراسة، أما باقي التطبيقات فتباينت بتباين المجتمعات فنجد أن تفضيلات الجمهور المصري جاءت على النحو التالي: الفيس بوك في المرتبة الثانية بنسبة 91.84% من إجمالي المستخدمين، تلاه تطبيق يوتيوب بنسبة 77.30%، ثم تطبيق انستجرام بنسبة 69.50%، وفي المرتبة الخامسة جاء تطبيق تيك توك بنسبة 49.29%، يليه تطبيق تويتر بنسبة 45.39%، ثم تطبيق سناپ شات بنسبة 41.84%، وفي المرتبة الثامنة جاء تطبيق لينكد ان بنسبة 41.31%، تلاه تطبيق كلاب هاوس بنسبة 34.93%، ثم تطبيق فليكر بنسبة 34.75%، وأخيراً تطبيق ماي سبيس بنسبة 34.40%، وتشير تلك النتائج إلى تفضيل الجمهور المصري للتطبيقات التي تتيح له مشاركة أنماط مختلفة من المحتوى كالنصوص، والمقاطع الصوتية، والصور، والفيديوهات.

أما الجمهور السعودي فجاء تطبيق سناپ شات في المرتبة الثانية من تفضيلاتهم بعد تطبيق الواتس اب بنسبة 94.62%، يليه تطبيق تويتر بنسبة 81.78% من إجمالي المستخدمين، ثم تطبيق يوتيوب بنسبة 79.09%، وفي المرتبة الخامسة جاء تطبيق تيك توك بنسبة 76.60%، يليه تطبيق انستجرام بنسبة 75.98%، ثم تطبيق لينكد ان بنسبة 41.41%، واحتل تطبيق الفيس بوك المرتبة الثامنة بنسبة 39.13% يليه تطبيق ماي سبيس بنسبة 37.27%، ثم تطبيقي كلاب هاوس وفليكر في المرتبة الأخيرة بنسبة 36.44% لكل منهما، ويشير تحليل تلك النتائج إلى أن الجمهور السعودي يفضل التطبيقات (الصورية) التي تتيح لهم مشاركة الصور والفيديوهات تليها التطبيقات الخاصة بإنتاج ومشاركة النصوص القصيرة.

وفيما يخص الجمهور التونسي فقد جاء تطبيق الفيس بوك إلي جانب تطبيق الواتس اب كأول تفضيلاتهم بنسبة 91.67% لكل منهما، يليهما في المرتبة الثالثة تطبيق يوتيوب بنسبة 78.26%، يليه تطبيق انستجرام بنسبة 70.24%، ثم تطبيق لينكد أن بنسبة 53.57%، وفي المرتبة السادسة جاء تطبيق تويتر بنسبة 50%، يليه تطبيق تيك توك بنسبة 44.05%، ثم تطبيق سناب شات بنسبة 40.48%، وجاء تطبيق ماي سبيس في المرتبة التاسعة بنسبة 35.71%، وأخيرا جاء تطبيقي كلاب هاوس، وفليكر بنسبة 34.52% لكل منهما، وتشير هذه النتائج إلي أن الجمهور التونسي يفضل التطبيقات التي تتيح لهم أنماط متنوعة من المحتوى كالنصوص، والمقاطع الصوتية، والصور، والفيديوهات.

لم يختلف الجمهور السوري كثيرا، حيث جاء تطبيق واتس اب في المرتبة الأولى بنسبة 95.17%، وفي المرتبة الثانية من تفضيلاتهم جاء تطبيق فيس بوك بنسبة 79.71%، يليه تطبيق يوتيوب بنسبة 78.26%، ثم تطبيق انستجرام بنسبة 63.77%، وفي المرتبة الخامسة جاء كل من تطبيقي سناب شات ولينكد ان بنسبة 47.83% لكل منهما، يليهما تطبيق تويتر بنسبة 46.38% ثم تطبيق تيك توك بنسبة 40.58%، وحصل كل من تطبيقات كلاب هاوس وماي سبيس وفليكر علي 33.33% من تفضيلات المستخدمين في الجمهورية السورية، وهكذا يتضح أن الجمهور السوري لم يتعد في تفضيلاته عن باقي نظرائه من الجماهير العربية محل الدراسة؛ حيث جاءت التطبيقات التي تتيح مشاركة أنماط مختلفة من المحتوى في قمة اختياراتهم.

### المحور الثاني: أسباب ودوافع التعرض لشبكات التواصل الاجتماعي

جدول (6) الأوزان النسبية التي تعكس أسباب تعرض الجمهور العربي لشبكات التواصل الاجتماعي

العينة ككل	الجنسية				أسباب التعرض لشبكات التواصل الاجتماعي
	سوري	تونسي	سعودي	مصري	
92.65	90.43	88.57	93.04	93.19	وسيلة يسهل التعامل معها.
93.00	93.91	90.71	94.41	92.02	وسيلة متاحة في كل وقت.
91.25	88.70	82.86	92.55	91.70	وسيلة يتنوع محتواها بشكل كبير.
89.45	86.09	81.43	90.93	89.79	وسيلة يتم تحديث محتواها بشكل فوري.
87.80	86.96	87.14	89.19	86.81	وسيلة تساعدني على التفاعل المباشر مع الغير.
88.95	78.26	82.14	92.92	87.87	وسيلة تتيح لي الاطلاع على كافة وسائل الاعلام.
93.40	90.43	90.71	94.66	93.09	وسيلة تحتوي على أنماط متنوعة من المحتوى (فيديو- صور-نصوص-صوت).
86.95	78.26	80.00	89.07	87.23	وسيلة تتسم بجرأتها في طرح القضايا المختلفة.
89.30	78.26	83.57	91.55	89.57	وسيلة يسهل من خلالها البحث سواء عن المعلومات أو الأشخاص.

تشير نتائج التحليل الإحصائي لبيانات ومعلومات الجدول السابق إلي أن أهم الأسباب التي جذبت مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي من الجمهور العربي عينة الدراسة لمتابعة هذه الوسائل يأتي في مقدمتها " أنها وسائل تقدم أنماط متنوعة من المحتوى ما بين (فيديو، صور، نصوص، صوت)" بمتوسط نسبي بلغ 93.40%، وهوما ذكره 93.09% من المبحوثين المصريين، وكذلك الحال فيما يتعلق بالمبحوثين السعوديين؛ حيث بلغت نسبتهم 94.66%، كذلك أشار 90.71% من المبحوثين التونسيين، وأيضا ذكر 90.43% من المبحوثين السوريين، وتتوافق هذه النتيجة مع ما أشارت إليه نتائج الجدول السابق رقم (5) حيث جاء في مقدمة التطبيقات التي تم تفضيلها من قبل عينة الدراسة تطبيقي واتس أب وفيس بوك وكلاهما يتيح مشاركة الفيديوهات والصور والنصوص بالإضافة إلي الصوت، في المرتبة الثانية جاء أن "هذه الوسيلة متاحة في كل وقت" وذلك بوزن نسبي 93%، وهوما ذكره 92.02% من المبحوثين المصريين، وكذلك 94.41% من المبحوثين السعوديين، ونسبة 90.71% من المبحوثين التونسيين، وأيضا 93.91% من المبحوثين السوريين، يليه ووزن نسبي 92.65% "أنها وسيلة يسهل التعامل معها"، وهوما أشار اليه 92.02% من المبحوثين المصريين، و94.41% من المبحوثين السعوديين، وأيضا 90.71% من المبحوثين التونسيين، وكذلك 93.91% من المبحوثين السوريين، يأتي بعد ذلك "أنها وسيلة يتنوع محتواها بشكل كبير" بوزن نسبي 91.25%، وهوما أكده 91.70% من المبحوثين المصريين، وأيضا 92.55% من المبحوثين السعوديين، في حين تراجعت النسبة إلي 82.86% لدي المبحوثين التونسيين، وكذلك الحال بين المبحوثين السوريين؛ حيث بلغت نسبتهم 88.70%، جاء بعد ذلك أنها "وسيلة يتم تحديث محتواها بشكل فوري" بوزن نسبي بلغ 89.45%، وقد أشار إلي ذلك 89.79% من المبحوثين المصريين، وكذلك 90.93% من المبحوثين السعوديين، في حين تراجعت النسبة لدي كل من المبحوثين التونسيين والسوريين لتصل إلي 81.86% من المبحوثين التونسيين، و86.09% من المبحوثين السوريين، ووزن نسبي بلغ 89.45% جاء سبب "أنها وسيلة يتم تحديث محتواها بشكل فوري"؛ حيث ذكر 89.79% من المبحوثين المصريين، وكذلك 90.93% من المبحوثين السعوديين، في حين انخفضت بين المبحوثين التونسيين إلي 81.86%، وأيضا 86.09% من المبحوثين السوريين، تلي ذلك كونها "وسيلة يسهل من خلالها البحث سواء عن المعلومات أو الأشخاص" بوزن نسبي بلغ 89.30%، وهوما أكدته نسبة 89.30% من المبحوثين المصريين، وأيضا 91.55% من المبحوثين السعوديين، كذلك الحال 83.57% من المبحوثين التونسيين، وانخفض المعدل إلي 78.26% عند المبحوثين السوريين، بعد ذلك جاء انها "وسيلة تتيح لمستخدميها الاطلاع علي كافة وسائل الإعلام" بوزن نسبي بلغ 88.95%، حيث أكد ذلك 87.87% من المبحوثين المصريين، وارتفعت النسبة بين المبحوثين السعوديين لتصل إلي 92.92%، فيما انخفضت هذه النسبة لتصل إلي

82.14% بين المبحوثين التونسيين، وكذلك وصلت إلي 78.26% من إجمالي المبحوثين السوريين، تلي هذه الأسباب "أنها وسيلة تساعد مستخدميها علي التفاعل المباشر مع الغير" بوزن نسبي بلغ 87.80%، وقد ذكر ذلك 86.81% من المبحوثين المصريين، وكذلك 89.19% من المبحوثين السعوديين، ولم تختلف النسب كثير فيما يتعلق بباقي العينة إذا بلغت 87.14% من المبحوثين التونسيين، و86.96% من المبحوثين السوريين، وأخير جاء انها "وسيلة تتسم بجرأتها في طرح القضايا" بوزن نسبي بلغ 86.95% كأخر الأسباب التي تجذب عينة الدراسة للتعرض لوسائل التواصل الاجتماعي؛ حيث أكد 87.23% من المبحوثين المصريين ذلك، وأيضا 89.07% من المبحوثين السعوديين، وكذلك 80% من المبحوثين التونسيين، وأخيرا 78.26% من المبحوثين السوريين.

من خلال ما سبق تشير نتائج التحليل إلى أن أكثر أسباب استخدام المبحوثين لوسائل التواصل الاجتماعي تتعلق بمدى ثراء الوسيلة فضلا عما تتمتع به من يسر الاستخدام، ويتفق في ذلك المبحوثون على اختلاف جنسيتهم بشكل عام، في حين تأتي الأسباب المتعلقة بنوعية الطرح الذي يقدم من خلال هذه الوسائل في نهاية الأسباب التي تجذب المستخدمين.

جدول رقم (7) مقياس دوافع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الإجمالي		المستوي						مقاييس دوافع الاستخدام
				المرتفع		المتوسط		المنخفض		
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
.51073	2.7825	100.0	400	82.8	331	12.8	51	4.5	18	مقياس الدوافع بصفة عامة
.45631	2.8425	100.0	400	88.0	352	8.3	33	3.8	15	مقياس الدوافع النفسية
.64842	2.6600	100.0	400	75.8	303	14.5	58	9.8	39	مقياس الدوافع الطقوسية

يشير الجدول السابق إلي وجود دوافع قوية لاستخدام عينة الدراسة لوسائل التواصل الاجتماعي بشكل عام؛ حيث جاء المستوي المرتفع بنسبة 82.8%، يليه وبفارق كبير جاء المستوي المتوسط بنسبة 12.8%، وأخيرا المستوي المنخفض بنسبة 4.5%، وفي نفس السياق جاءت الدوافع النفسية أعلي من الدوافع الطقوسية، حيث يشير تحليل النتائج الإحصائية إلي أن المستوي المرتفع للدوافع النفسية جاء بنسبة 88% في مقابل 75.75% للدوافع الطقوسية، وبفارق كبير جاء المستوي المتوسط للدوافع النفسية بنسبة 8.25% في حين يرتفع المستوي المتوسط للدوافع الطقوسية إلي نسبة 14.5%، أما المستوي المنخفض للدوافع النفسية فقد بلغ

3.75%، في حين بلغ 9.75% للدوافع الطقوسية، وفيما يلي سيتم تحليل ذلك بمزيد من التفصيل في الجدول التالي:

جدول رقم (8) الأوزان النسبية التي تعكس دوافع استخدام المبحوثين لوسائل التواصل الاجتماعي

العينة ككل	الجنسية				دوافع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي
	سوري	تونسي	سعودي	مصري	
81.30	68.70	73.57	85.96	80.00	1- أشعر انها تمدني بالعديد من المعلومات القيمة.
87.80	82.61	77.86	91.55	86.70	2- أستطيع من خلالها التعرف على كل ما يدور في العالم من مستجدات وأخبار.
81.20	61.74	70.71	86.71	80.43	3- أشعر انها تساعدني في فهم القضايا المختلفة.
85.55	74.78	79.29	88.20	85.53	4- أشعر انها تساعدني في التعرف على اتجاهات الآخرين نحو الموضوعات والقضايا.
79.25	66.09	75.71	83.73	77.55	5- تساعدني في تكوين رؤية حول القضايا الخلافية.
89.50	84.35	76.43	91.55	90.32	6- تساعدني في قضاء وقت الفراغ.
87.05	78.26	78.57	88.20	88.40	7- تمثل لي مصدر أساسي للترفيه والتسلية.
75.40	60.87	55.00	82.11	74.47	8- تشعرتني بالبهجة والسعادة.
75.75	59.13	70.00	78.88	75.96	9- تقضي على الشعور بالعزلة.
63.20	45.22	52.14	66.58	64.15	10- تشعرتني بالاعتزاز بالنفس.
76.90	59.13	70.00	80.99	76.60	11- تمكنتي من المشاركة في طرح رأي حول القضايا التي تهمني.
84.60	74.78	75.00	87.20	85.00	12- تمكنتي من التفاعل مع الآخرين ومشاركة آرائهم.
81.35	66.09	67.86	84.60	82.45	13- تساعدني من خلال ادواتها على تشكيل مجموعات الاهتمامات المشتركة.
73.00	57.39	68.57	76.02	72.98	14- تساعدني على اكتساب صداقات عديدة ومهمة على ارض الواقع.
76.85	63.48	63.57	82.98	75.21	15- تساعدني على إيجاد فرص عمل ومسارات مهنية جديدة.
82.60	66.96	70.00	88.57	81.28	16- تساعدني على التعرف على الأفكار الرائدة.

تشير نتائج التحليل الإحصائي إلي ارتفاع الدوافع النفسية لدي المستخدمين من عينة الدراسة، وقد جاء في مقدمتها عبارة " أستطيع من خلالها التعرف على كل ما يدور في العالم من مستجدات وأخبار" بوزن نسبي 87.80%، وقد أكد 86.70% من إجمالي المبحوثين المصريين، وكذلك الحال أكد 91.55% من المبحوثين السعوديين، و 82.61% من المبحوثين السوريين أن هذا هو أهم دافع لديهم للتعرض لوسائل التواصل الاجتماعي، في حين انخفضت النسبة لدي المبحوثين التونسيين لتصل إلي 77.86%، تلا ذلك عبارة "أشعر أنها تساعدني في التعرف على اتجاهات الآخرين نحو الموضوعات والقضايا" بوزن نسبي 85.55%، حيث

أكد ذلك 85.53% من المبحوثين المصريين، وكذلك 88.20% من المبحوثين السعوديين، ولم يبتعد كل من المبحوثين التونسيين والسوريين كثيراً؛ حيث اتفق 79.29% من المبحوثين التونسيين، و74.78% من المبحوثين السوريين علي أهمية هذا الدافع، ثم جاءت عبارة "تمكني من التفاعل مع الآخرين ومشاركة آرائهم" بوزن نسبي 84.60% حيث ذكر 85% من المبحوثين المصريين، وكذلك 87.20% من المبحوثين السعوديين، في حين انخفض المعدل بين المبحوثين التونسيين ليصل إلي 75%، وكذلك الحال بين المبحوثين السوريين حيث بلغ 74.78%، وفي المرتبة الرابعة جاءت العبارة "تساعدني علي التعرف علي الأفكار الرائدة" بوزن نسبي 82.60%، وهوما أشار إليه 81.28% من المبحوثين المصريين، وكذلك الحال ذكر 88.57% من المبحوثين السعوديين، و70% من المبحوثين التونسيين، و66.96% من المبحوثين السوريين، تلي ذلك عبارة "تساعدني من خلال ادواتها علي تشكيل مجموعات الاهتمامات المشتركة" وذلك بوزن نسبي بلغ 81.35%، وهوما أكده 82.45% من المبحوثين المصريين، و84.60% من المبحوثين السعوديين، في حين بلغت هذه النسبة 67.86% في المبحوثين التونسيين، وبلغت 66.09% من المبحوثين السوريين، تلي ذلك عبارة "أشعر انها تمدني بالعديد من المعلومات القيمة." بوزن نسبي بلغ 81.30% من إجمالي عينة الدراسة، وهوما ذكرته نسبة 80% من المبحوثين المصريين، و85.96% من المبحوثين السعوديين، في حين انخفضت بين المبحوثين التونسيين لتصل إلي 73.57%، وانخفضت أكثر بين المبحوثين السوريين لتصل إلي 68.70%، تلي ذلك عبارة "أشعر انها تساعدني في فهم القضايا المختلفة" بوزن نسبي بلغ 81.20% من إجمالي عينة الدراسة، حيث أشار إلي ذلك 80.43% من المبحوثين المصريين، وقد ارتفعت هذه النسبة لتصل إلي 86.71% بين المبحوثين السعوديين، وانخفضت بين المبحوثين التونسيين لتصل الي 70.71%، وانخفضت أكثر لدي أفراد العينة من المبحوثين السوريين لتصل الي 61.74%، تلي ذلك عبارة "تساعدني في تكوين رؤية حول القضايا الخلافية" بوزن نسبي وصل إلي 79.25% من إجمالي عينة الدراسة، وهوما أشار إليه 77.55% من المبحوثين المصريين، وترتفع النسبة بين المبحوثين السعوديين لتصل إلي 83.73%، في حين تنخفض النسبة بين المبحوثين التونسيين لتصل إلي 75.71%، وتواصل انخفاضها لتصل إلي 66.09% بين المبحوثين السوريين، ثم جاءت عبارة "تمكني من المشاركة في طرح رأيي حول القضايا التي تهمني" بوزن نسبي 76.90%، وهوما ذكره 76.60% من المبحوثين المصريين، وأيضا 80.99% من المبحوثين السعوديين، في حين انخفضت النسبة لتصل 70% بين المبحوثين التونسيين، وانخفضت بشكل كبير بين المبحوثين السوريين لتصل إلي 59.13%، وأخيرا جاءت عبارة "تساعدني علي إيجاد فرص عمل ومسارات مهنية جديدة" بوزن نسبي بلغ 76.85% من إجمالي عينة الدراسة، حيث ذكر ذلك 75.21% من المبحوثين المصريين، وكذلك 82.98% من عينة

الدراسة من المبحوثين السعوديين، وينسب متقاربة جاءت نسب كل من المبحوثين التونسيين والسوريين حيث بلغت 63.57% للتونسيين، و63.48% للسوريين.

هذا ويشير تحليل النتائج السابقة إلى أن أكثر الدوافع النفعية هي الدوافع التي تتعلق برغبة المستخدمين في التعرف على المعلومات والأخبار سواء التي تنشر عبر وسائل التواصل الاجتماعي أو من خلال مستخدمين آخرين، ثم تأتي الدوافع الخاصة بفهم وتكوين وجهة النظر إزاء ما تم التعرض عليه، ليصل في النهاية إلى الدوافع الخاصة بالتفاعل والمشاركة.

أما فيما يتعلق بالدوافع الطقوسية لدى المستخدمين من عينة الدراسة فقد جاء في مقدمتها عبارة "تساعدني في قضاء وقت الفراغ" بوزن نسبي 89.5% من إجمالي عينة الدراسة، وقد أكد ذلك 90.32% من المبحوثين المصريين، و91.55% من المبحوثين السعوديين، في حين انخفضت النسبة بين المبحوثين التونسيين لتصل إلى 76.43%، وبلغت 84.35% لدى المبحوثين السوريين، في المرتبة الثانية جاءت عبارة "تمثل لي مصدر أساسي للترفيه والتسلية" بوزن نسبي 87.05%، إذ ذكر 88.40% من المبحوثين المصريين ذلك، وكذلك وبنسبة مقاربة بلغت 88.20% من المبحوثين السعوديين، وبنسب متقاربة جاءت نسب كل من المبحوثين التونسيين والسوريين حيث بلغت 78.57% للتونسيين، و78.26% من السوريين، وفي المرتبة التالية جاءت العبارة "تقضي علي شعوري بالعزلة" بوزن نسبي 75.75%، حيث أكد ذلك 75.96% من المبحوثين المصريين، كذلك 78.88% من المبحوثين السعوديين، وبنسبه مقاربة ذكر ذلك 70% من المبحوثين التونسيين، في حين انخفضت النسبة لدى المبحوثين السوريين لتصل إلى 59.13%، وجاءت عبارة "تشعرنني بالبهجة والسعادة" في المرتبة الرابعة بوزن نسبي بلغ 75.40، فقد أشار 74.47% من المبحوثين المصريين إلى ذلك، وارتفعت النسبة بين المبحوثين السعوديين لتصل إلى 82.11%، في حين انخفضت بشدة لدى المبحوثين السوريين لتصل إلى 55%، كما وصلت إلى 60.87% من المبحوثين السوريين، أما عبارة "تساعدني على اكتساب صداقات عديدة ومهمة على ارض الواقع" فجاءت في المرتبة الخامسة بوزن نسبي 73% من إجمالي عينة المبحوثين، وقد ذكر ذلك 72.98% من المبحوثين المصريين، و76.02% من المبحوثين السعوديين، بينما انخفضت النسبة لتصل إلى 68.57% بين المبحوثين التونسيين، وانخفضت بشكل ملحوظ بين المبحوثين السوريين لتصل إلى 57.39%، وأخيرا جاءت عبارة "تشعرنني بالاعتزاز بالنفس" بوزن نسبي 63.20% من إجمالي عينة الدراسة، حيث أكد ذلك 64.15% من المبحوثين المصريين، و66.58% من المبحوثين السعوديين، وانخفضت النسبة بين المبحوثين التونسيين لتصل إلى 52.22%، وكذلك الحال بين المبحوثين السوريين حيث وصلت إلى 45.22%.

المحور الثالث: التحديات الأخلاقية والقانونية لوسائل التواصل الاجتماعي على المستوى الشخصي والقومي والعالمى

جدول (9) مقياس تحديات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على المستوى الشخصي

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الإجمالي		المستوي						مقاييس تحديات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على المستوى الشخصي
				المرتفع		المتوسط		المنخفض		
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
.63148	2.6650	100.0	400	75.3	301	16.0	64	8.8	35	مقياس جرائم الآداب العامة
.68813	2.6125	100.0	400	73.0	292	15.3	61	11.8	47	مقياس جرائم القذف والسب
.55607	2.7675	100.0	400	83.3	333	10.3	41	6.5	26	مقياس جرائم المعلومات

توصلت نتائج الدراسة الميدانية حول رؤية المستخدم العربي عينة الدراسة لطبيعة التحديات القانونية والأخلاقية المترتبة علي استخدام وسائل التواصل الاجتماعي علي المستوى الشخصي، إلى ارتفاع جرائم المعلومات؛ حيث جاء المستوى المرتفع لجرائم المعلومات في المرتبة الأولى بنسبة بلغت 83.3%، يليه المستوى المتوسط بنسبة 10.3%، وأخيرا المستوى المنخفض بنسبة 6.5%، وذلك علي مستوى عينة الدراسة، وجاءت جرائم الآداب العامة في المرتبة الثانية، حيث جاء المستوى المرتفع لجرائم الآداب العامة بنسبة 75.3%، يليه المستوى المتوسط بنسبة 16%، وأخيرا وبفارق كبير المستوى المنخفض بنسبة 8.8%، وأخيرا جاءت جرائم القذف والسب؛ حيث جاء المستوى المرتفع لها بنسبة 73%، وبفارق كبير جاء المستوى المتوسط بنسبة 15.3%، وجاء المستوى المنخفض بنسبة 11.8%، وفيما يلي عرض بمزيد من التفصيل لرؤية المستخدم العربي لهذه الجرائم والتحديات التي تواجهه عند استخدام وسائل التواصل الاجتماعي علي المستوى الشخصي.

جدول رقم (10) الأوزان النسبية التي تعكس رؤية وإدراك المبحوثين للتحديات المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على المستوى الشخصي

العينة ككل	الجنسية				تحديات يتسبب فيها استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على المستوى الشخصي
	سوري	تونسي	سعودي	مصري	
أولاً: التحديات المتعلقة بجرائم الآداب العامة					
78.05	75.65	82.86	75.28	80.00	عرض المواد الإباحية والفاضحة.
80.10	79.13	82.86	79.38	80.43	خدش الحياء
75.55	73.04	84.29	73.79	76.06	التحرش الإلكتروني.
76.65	71.30	80.71	73.91	79.04	المضايقات.

ثانياً: التحديات المتعلقة بجرائم القذف والسب					
70.20	70.43	77.86	69.69	69.47	الابتزاز.
75.35	74.78	82.14	74.91	74.79	التشهير والفضيحة.
76.75	73.91	85.71	77.76	74.89	تشويه السمعة.
79.60	73.91	87.14	79.88	78.94	السب والقذف.
80.10	77.39	83.57	79.75	80.21	التنمر الإلكتروني.
ثالثاً: التحديات المتعلقة بجرائم المعلومات					
81.80	80.00	83.57	81.24	82.23	التحايل (ظهور حسابات بأسماء وهمية بهدف الإساءة).
82.60	80.00	85.71	82.11	82.87	الاستغلال التسويقي
80.90	77.39	85.00	81.24	80.43	انتهاك الخصوصية (انتحال الشخصية وسرقة المعلومات).
77.85	77.39	84.29	77.27	77.45	الوصول لبيانات شخصية حساسة.
81.60	75.65	87.86	80.12	82.66	انتهاك حقوق الملكية الفكرية.
81.60	79.13	85.71	79.88	82.77	استغلال المواقع المختلفة للمعلومات الخاصة بالمستخدمين.
85.40	83.48	91.43	86.09	84.15	نشر الأخبار الكاذبة.
80.55	77.39	86.43	80.62	80.00	نشر الفيروسات.

تشير نتائج التحليل الإحصائي للجدول السابق إلى أن أكثر التحديات التي تواجه عينة الدراسة من المستخدمين العرب هي **التحديات المتعلقة بجرائم المعلومات** وفي مقدمتها " نشر الأخبار الكاذبة" بوزن نسبي 85.55% من إجمالي عينة الدراسة، وقد أكد ذلك المبحوثين المصريين بنسبة 84.15%، و 86.09% من المبحوثين السعوديين، و 83.48% من المبحوثين السوريين، هذا وقد ارتفعت النسبة قليلاً بين المبحوثين التونسيين لتصل إلي 91.43%، وجاء " الاستغلال التسويقي" كثاني التحديات التي تواجه عينة الدراسة من المستخدمين العرب بوزن نسبي بلغ 82.60%، وهوما ذكره 82.87% من المبحوثين المصريين، و 82.11% من المبحوثين السعوديين، و 85.71% من المبحوثين التونسيين، و 80% من المبحوثين السوريين، ثم جاء بعد ذلك "التحايل (ظهور حسابات بأسماء وهمية بهدف الإساءة)" في المرتبة الثالثة من التحديات التي يوجهها المستخدم العربي علي المستوي الشخصي وذلك بوزن نسبي بلغ 81.80% من إجمالي عينة الدراسة، وقد تقاربت نسب عينة الدراسة فيما يتعلق بهذا التحدي بشكل كبير؛ حيث بلغت 82.23% من المبحوثين المصريين، و 81.24% من المبحوثين السعوديين، و 83.57% من المبحوثين التونسيين، و 80% من المبحوثين السوريين، وفي المرتبة الرابعة جاء كل من " انتهاك حقوق الملكية الفكرية " و " استغلال المواقع المختلفة للمعلومات الخاصة بالمستخدمين " بوزن نسبي 81.60% لكل منهما، وهوما أشار إليه 82.66% من المبحوثين المصريين فيما يتعلق بانتهاك حقوق الملكية الفكرية، و 82.77% فيما يتعلق باستغلال المواقع المختلفة للمعلومات الخاصة بالمستخدمين، وفي نفس السياق ذكر 80.12% من المبحوثين

السعوديين فيما يتعلق بانتهاك حقوق الملكية الفكرية، و79.88% فيما يتعلق باستغلال المواقع المختلفة للمعلومات الخاصة بالمستخدمين، وارتفعت النسبة قليلا بين المبحوثين السوريين حيث بلغت 87.86% فيما يتعلق بانتهاك حقوق الملكية الفكرية، و85.71% فيما يتعلق باستغلال المواقع المختلفة للمعلومات الخاصة بالمستخدمين، في حين انخفضت النسبة بين المستخدمين السوريين لتصل إلى 75.65% فيما يتعلق بانتهاك حقوق الملكية الفكرية، و79.13% فيما يتعلق باستغلال المواقع المختلفة للمعلومات الخاصة بالمستخدمين، وبوزن نسبي متقارب جاءت كل من "انتهاك الخصوصية (انتحال الشخصية وسرقة المعلومات)" و"نشر الفيروسات" كأخر التحديات التي تترتب علي استخدام وسائل التواصل الاجتماعي علي المستوي الشخصي وفقا لعينة الدراسة؛ حيث بلغ الوزن النسبي لانتهاك الخصوصية (انتحال الشخصية وسرقة المعلومات) 80.90% من إجمالي عينة الدراسة، أما الوزن النسبي لنشر الفيروسات فجاء 80.55% من إجمالي عينة الدراسة، وقد تقاربت نسب المستخدمين العرب فيما يتعلق بانتهاك الخصوصية (انتحال الشخصية وسرقة المعلومات)؛ حيث بلغت 80.43% من المبحوثين المصريين، و81.24% من المبحوثين السعوديين، و85% من المبحوثين التونسيين، وانخفضت النسبة قليلا بين المبحوثين السوريين لتصل إلى 77.39%، ولم يختلف الأمر بالنسبة لنشر الفيروسات؛ حيث ذكر 80% من المبحوثين المصريين، و80.62% من المبحوثين السعوديين، وارتفعت النسبة قليلا بين المبحوثين التونسيين لتصل إلى 86.43%، في حين انخفضت بين المبحوثين السوريين لتصل إلى 77.39%.

وفيما يتعلق بالتحديات المتعلقة بجرائم الآداب العامة، جاء "خدش الحياء" في المرتبة الأولى بوزن نسبي 80.10% من إجمالي عينة الدراسة، وقد أشار إلى ذلك 80.43% من المبحوثين المصريين، و79.38% من المبحوثين السعوديين، و82.86% من المبحوثين التونسيين، و79.13% من المبحوثين السوريين، تلا ذلك "عرض المواد الإباحية والفاضة" بوزن نسبي بلغ 78.05% من إجمالي عينة الدراسة، وهو ما أكدته نسبة 80% من المبحوثين المصريين، و82.86% من المبحوثين التونسيين، في حين انخفضت النسبة بين كل من المبحوثين السعوديين والسوريين حيث بلغت 75.28% من السعوديين، و75.65% من السوريين، وفي المرتبة الثالثة جاءت "المضايقات" بوزن نسبي 76.65%، وهو ما ذكره 79.04% من المبحوثين المصريين، و73.91% من المبحوثين السعوديين، و80.71% من المبحوثين التونسيين، و71.30% من المبحوثين السوريين، وفي المرتبة الأخيرة جاء "التحرش الإلكتروني" بوزن نسبي 75.55% من إجمالي عينة الدراسة، وهو ما أشار إليه 76.06% من المبحوثين المصريين، و73.79% من المبحوثين السعوديين، و73.04% من المبحوثين السوريين، في حين ارتفعت النسبة إلى حد ما بين المبحوثين التونسيين لتصل إلى 84.29%.

وأخيرا تأتي التحديات المتعلقة بجرائم القذف والسب، ويأتي في مقدمتها " التتمر الإلكتروني" بوزن نسبي بلغ 80.10% من إجمالي عينة الدراسة، وقد ذكر ذلك 80.21% من المبحوثين المصريين، و79.75% من المبحوثين السعوديين، و83.57% من المبحوثين التونسيين، و77.39% من المبحوثين السوريين، تلا ذلك "السب والقذف" بوزن نسبي بلغ 79.60% من إجمالي عينة الدراسة، وهوما ذكره 78.94% من المبحوثين المصريين، و79.88% من المبحوثين السعوديين، و73.91% من المبحوثين السوريين، وارتفعت النسبة بين المبحوثين التونسيين لتصل إلى 87.14%، وفي المرتبة الثالثة جاء "تشويه السمعة" بوزن نسبي 76.75% من إجمالي عينة الدراسة، وهوما ذكره 74.89% من المبحوثين المصريين، وكذلك 77.76% من المبحوثين السعوديين، و73.91% من المبحوثين السوريين، وارتفع النسبة إلي 85.71% بين المبحوثين التونسيين، وفي المرتبة الرابع جاء "التشهير والفضيحة" بوزن نسبي بلغ 75.35% من إجمالي عينة الدراسة، وهوما أشار إليه 74.79% من المبحوثين المصريين، و74.91% من المبحوثين السعوديين، و74.78% من المبحوثين السوريين، في حين ارتفعت النسبة إلي حد ما بين المبحوثين التونسيين لتصل إلي 82.14%، وأخيرا جاء "الابتزاز" في المرتبة الأخيرة بوزن نسبي بلغ 70.20% من إجمالي عينة الدراسة، حيث أشار إلي ذلك 69.47% من المبحوثين المصريين، و69.69% من المبحوثين السعوديين، و70.43% من المبحوثين السوريين، وارتفعت النسبة أيضا بين المبحوثين التونسيين لتصل إلي 77.86%.

ويشير تحليل هذه النتائج إلى أن أكثر التحديات التي يعاني منها المستخدم العربي علي المستوي الشخصي عند استخدامه لوسائل التواصل الاجتماعي هي التحديات التي تتعلق بجرائم المعلومات، وتتفق هذه النتيجة مع ما شهدته الساحة العربية من قضايا برزت علي السطح وأثارت انتباه الجميع، وفي مقدمتها نشر الأخبار الكاذبة من خلال اعتماد انتشار المحتوى علي خوارزميات وسائل التواصل الاجتماعي، وهوالأمر الذي يزيد من صعوبة اكتشاف الجمهور للأخبار الكاذبة والمعلومات المغلوطة، ولعل ما شهدته الفترة الأخيرة أثناء انتشار وباء كورونا خير مثال علي ذلك، حيث تعمد البعض اقتصاص مشاركاته علي منصات التواصل الاجتماعي، علي إبراز الجانب المظلم والقاتم، وتفاصيل حالات الموتى، بما يعمق حالة الخوف والزعزعة بين الناس، في حين سعي البعض الأخر للاستفادة من الأزمة عبر الترويج لأدوية زائفة، زعموا أنها تعالج وباء كورونا، الأمر الذي أدى إلي قيام كل من فيسبوك، وغوغل ومايكروسوفت وتويتر بإصدار بيان مشترك جاء فيه " نحن نساعد ملايين الناس علي أن تظل متصلة ببعضها، ونحارب معا الأخبار الزائفة والمعلومات المضللة حول الفيروس، وننشر

على منصاتنا المضمون الصادر عن السلطات المعنية، وننتشارك التحديات المهمة بالتنسيق مع وكالات الرعاية الصحية الحكومية حول العالم".

### جدول (11) مقاييس التحديات القومية المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الإجمالي		المستوي						مقاييس التحديات القومية المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي
				المرتفع		المتوسط		المنخفض		
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
.53085	2.7625	100.0	400	81.3	325	13.8	55	5.0	20	مقياس التحديات السياسية
.39922	2.8550	100.0	400	87.3	349	11.0	44	1.8	7	مقياس التحديات الاجتماعية
.50153	2.7900	100.0	400	83.3	333	12.5	50	4.3	17	مقياس التحديات الأمنية

توصلت نتائج الدراسة الميدانية حول طبيعة التحديات القانونية والأخلاقية التي يواجهها المستخدم العربي نتيجة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي علي المستوى القومي إلى ارتفاع التحديات الاجتماعية؛ حيث جاء المستوى المرتفع للتحديات الاجتماعية في المرتبة الأولى بنسبة بلغت 87.3%، يليه وبفارق كبير المستوى المتوسط بنسبة 11%، وأخيرا المستوى المنخفض بنسبة 1.8%، وذلك علي مستوى عينة الدراسة، وجاءت التحديات الأمنية في المرتبة الثانية، حيث جاء المستوى المرتفع لها 83.3%، يليه وبفارق كبير المستوى المتوسط بنسبة 12.5%، وأخيرا المستوى المنخفض بنسبة 4.3%، وأخيرا جاءت التحديات السياسية؛ حيث جاء المستوى المرتفع لها بنسبة 81.3%، وبفارق كبير أيضا جاء المستوى المتوسط بنسبة 13.8%، وجاء المستوى المنخفض بنسبة 5%، وفيما يلي نعرض بمزيد من التفصيل لهذه الجرائم والتحديات التي تواجه المستخدم العربي عند استخدام وسائل التواصل الاجتماعي علي المستوى القومي.

### جدول رقم (12) الأوزان النسبية التي تعكس إدراك ورؤية المبحوثين للتحديات المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي علي المستوى القومي

العينة ككل	الجنسية				تحديات يتسبب فيها استخدام وسائل التواصل الاجتماعي علي المستوى القومي
	سوري	تونسي	سعودي	مصري	
تحديات علي المستوى السياسي					
80.60	70.43	75.00	81.12	82.23	مشاركة البيانات المتعلقة بالكيانات القومية.
82.05	83.48	85.71	81.86	81.49	التضليل والتعمية على القضايا الأساسية والهامة

تحديات على المستوى الاجتماعي					
87.40	88.70	91.43	85.84	87.98	التأثير الأيديولوجي (الفكري) على الشباب.
80.65	73.91	85.00	80.25	81.17	التأثير على رأي المسؤولين في بعض القضايا الهامة المنظورة امام القضاء.
85.55	84.35	90.71	84.22	86.06	نشر خطابات الكراهية.
تحديات على المستوى الأمني					
82.65	79.13	85.00	83.98	81.60	تهديد الأمن القومي من خلال اثارة الفتن الداخلية.
81.45	75.65	89.29	82.36	80.21	نشر الأفكار المتطرفة والارهابية.
85.60	80.87	90.00	84.97	86.06	نشر الشائعات المغرضة.
81.45	73.91	83.57	82.61	81.06	الاختراق المعلوماتي للمؤسسات.
82.25	80.87	87.86	83.11	80.85	اثارة النزعات الطائفية.

تشير نتائج التحليل الإحصائي للجدول السابق إلى أن أكثر التحديات التي تواجه عينة الدراسة من المستخدمين العرب نتيجة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على المستوى القومي هي **التحديات على المستوى الاجتماعي** وفي مقدمتها **"التأثير الأيديولوجي على الشباب"** بوزن نسبي 87.40%، وهو ما ذكرته نسبة 87.98% من المبحوثين المصريين، و85.84% من المبحوثين السعوديين، و91.43% من المبحوثين التونسيين، و88.70% من المبحوثين السوريين، ثم يأتي بعد ذلك **"نشر خطابات الكراهية"** بوزن نسبي بلغ 85.55% من إجمالي عينة الدراسة، وهو ما أكدته نسبة 86.06% من المبحوثين المصريين، و84.22% من المبحوثين السعوديين، و84.35% من المبحوثين السوريين، في حين ارتفعت النسبة قليلا بين المبحوثين التونسيين لتصل إلي 90.71%، وأخيرا جاء **"التأثير على رأي المسؤولين في بعض القضايا الهامة المنظورة امام القضاء"** بوزن نسبي بلغ 80.65% من إجمالي عينة الدراسة، وهو ما أشارت إليه نسبة 81.17% من المبحوثين المصريين، و80.25% من السعوديين، و85% من المبحوثين التونسيين، و73.91% من المبحوثين السوريين.

وفيما يتعلق **بالتحديات على المستوى الأمني**، جاء في المرتبة الأولى **"نشر الشائعات المغرضة"** بوزن نسبي وصل 85.60% من إجمالي عينة الدراسة، وهو ما ذكره 86.06% من المبحوثين المصريين، و84.97% من المبحوثين السعوديين، وارتفعت هذه النسبة لتصل إلي 90% من المبحوثين التونسيين، وانخفضت النسبة قليلا لتصل إلي 80.87% من المبحوثين السوريين، جاء بعد ذلك **"تهديد الأمن القومي من خلال اثارة الفتن الداخلية"** بوزن نسبي 82.65% من إجمالي عينة الدراسة، وهو ما أكدته 81.60% من المبحوثين المصريين، و83.98% من المبحوثين السعوديين، و85% من المبحوثين التونسيين، و79.13% من المبحوثين السوريين، تلا ذلك **"اثارة النزعات الطائفية"** بوزن نسبي بلغ 82.25% من إجمالي عينة الدراسة، وهو ما أشار إليه 80.85% من المبحوثين المصريين، و83.11% من المبحوثين السعوديين، و87.86% من المبحوثين التونسيين، و80.87% من المبحوثين

السوريين، وفي المرتبة الرابعة جاء كل من "الاختراق المعلوماتي للمؤسسات" و"نشر الأفكار المتطرفة والارهابية" بوزن نسبي 81.45% لكل منهما.

وفيما يتعلق بالتحديات علي المستوى السياسي، جاء في مقدمتها "التضليل والتعمية علي القضايا الأساسية والهامة" بوزن نسبي بلغ 82.05% من إجمالي عينة الدراسة، وهو ما ذكره 81.49% من المبحوثين المصريين، و81.86% من المبحوثين السعوديين، و85.71% من المبحوثين التونسيين، و83.48% من المبحوثين السوريين، ثم جاء بعد ذلك "مشاركة البيانات المتعلقة بالكيانات القومية" بوزن نسبي بلغ 80.60% من إجمالي عينة الدراسة، وهو ما أشارت له نسبة 82.23% من المبحوثين المصريين، و81.12% من المبحوثين السعوديين، و75% من المبحوثين التونسيين، وانخفضت النسبة بين المبحوثين السوريين لتصل إلي 70.43%.

يكشف تحليل تلك النتائج إلى أن أكثر التحديات التي يعاني منها المستخدم العربي علي المستوى القومي عند استخدامه لوسائل التواصل الاجتماعي هي التحديات علي المستوى الاجتماعي، وهناك الكثير من المشاهد التي صعدت إلي السطح في الأونة الأخيرة والتي تدعم هذه النتائج، ومنها علي سبيل المثال المنصات التي تروج من خلال ما تقدم من أفلام ومسلسلات لأفكار بعيدة عن مجتمعاتنا العربية، لما لها من خصوصية، مثل قبول الشواذ جنسيا، وقبول إقامة علاقات خارج إطار الزواج، هذا إلي جانب نشر خطابات الكراهية لنزع العلاقة بين المسلمين والمسيحيين ( قضية اختفاء فتاة مسيحية وإثارة الاتهامات حول خطفها من قبل مسلمين ) قضية مقتل كاهن الإسكندرية القمص أرسانيوس علي يد مسلم) خطاب الكراهية ضد الصينيين خاصة بعد وباء كورونا.

جدول رقم (13) مقاييس التحديات العالمية المترتبة علي استخدام وسائل التواصل الاجتماعي

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الإجمالي		المستوي						مقاييس التحديات العالمية المترتبة علي استخدام وسائل التواصل الاجتماعي
				المرتفع		المتوسط		المنخفض		
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
.45167	2.8025	100.0	400	82.5	330	15.3	61	2.3	9	مقياس التحديات السياسية
.35821	2.9025	100.0	400	92.3	369	5.8	23	2.0	8	مقياس التحديات الثقافية
.46182	2.8275	100.0	400	86.3	345	10.3	41	3.5	14	مقياس التحديات الاجتماعية
.49537	2.7650	100.0	400	79.8	319	17.0	68	3.3	13	مقياس التحديات الاقتصادية

توصلت نتائج الدراسة الميدانية حول طبيعة التحديات القانونية والأخلاقية التي يواجهها المستخدم العربي نتيجة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على المستوى العالمي إلى ارتفاع التحديات الثقافية بشكل كبير؛ حيث جاء المستوى المرتفع للانتهاكات الثقافية في المرتبة الأولى بنسبة بلغت 92.3%، يليه ويفارق كبير جدا المستوى المتوسط بنسبة 5.8%، وأخيرا المستوى المنخفض بنسبة 2.0%، وذلك على مستوى عينة الدراسة، وجاءت التحديات الاجتماعية في المرتبة الثانية، حيث جاء المستوى المرتفع لها 86.3%، يليه ويفارق كبير المستوى المتوسط بنسبة 10.3%، وأخيرا المستوى المنخفض بنسبة 3.5%، ثم التحديات السياسية حيث جاء المستوى المرتفع لها بنسبة 82.5%، ويفارق كبير أيضا جاء المستوى المتوسط بنسبة 15.3%، وجاء المستوى المنخفض بنسبة 2.3%، وأخيرا جاءت التحديات الاقتصادية؛ حيث جاء المستوى المرتفع لها بنسبة 79.8%، يليه ويفارق كبير أيضا المستوى المتوسط بنسبة 17.0%، وأخيرا المستوى المنخفض بنسبة 3.3%، وفيما يلي نعرض بمزيد من التفصيل لهذه الجرائم والتحديات التي تواجه المستخدم العربي عند استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على المستوى العالمي.

#### جدول رقم (14) الأوزان النسبية التي تعكس إدراك ورؤية المبحوثين للتحديات المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على المستوى العالمي

العينة ككل	الجنسية				تحديات تتسبب بها وسائل التواصل الاجتماعي على المستوى العالمي
	سوري	تونسي	سعودي	مصري	
<b>تحديات على المستوى السياسي</b>					
83.05	77.39	80.00	84.35	83.09	وسيلة تحكم وسيطرة سياسية.
82.10	76.52	75.71	84.97	81.28	الترويج للديمقراطية الغربية.
84.95	82.61	87.14	85.84	84.15	طرح عدة قضايا لتشتيت الرأي العام.
<b>تحديات على المستوى الثقافي</b>					
87.30	82.61	85.71	86.58	88.72	التأثير على الهوية الثقافية (دين، لغة، تاريخ).
89.05	84.35	89.29	88.07	90.43	الترويج لثقافة الترنند.
87.90	84.35	87.14	88.07	88.30	التأثير على صورة المجتمعات.
<b>تحديات على المستوى الاجتماعي</b>					
83.95	79.13	84.29	85.09	83.51	تهميش بعض الفئات.
83.05	83.48	89.29	85.34	80.11	نشر ثقافة الكراهية.
83.25	79.13	89.29	84.72	81.60	نشر العنصرية الدينية.
<b>تحديات على المستوى الاقتصادي</b>					
84.85	79.13	90.00	84.72	84.89	الإعلاء من قيمة ثقافة الاستهلاك.

تشير نتائج التحليل الإحصائي للجدول السابق إلى أن أكثر التحديات التي تواجه عينة الدراسة من المستخدمين العرب نتيجة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على المستوى العالمي هي التحديات على المستوى الثقافي، وفي مقدمتها " الترويج لثقافة الترنز" بوزن نسبي بلغ 89.05%، وقد ذكر هذا 90.43% من المبحوثين المصريين، و88.07% من المبحوثين السعوديين، و89.29% من المبحوثين التونسيين، و84.35% من السوريين، ثم جاء بعد ذلك " التأثير على صورة المجتمعات" بوزن نسبي بلغ 87.90% من إجمالي عينة الدراسة، حيث أشار 88.30% من المبحوثين المصريين، وكذلك 88.07% من المبحوثين السعوديين، و87.14% من المبحوثين التونسيين، و84.35% من المبحوثين السوريين، وأخيرا جاء " التأثير على الهوية الثقافية (دين، لغة، تاريخ)" بوزن نسبي 87.30% من إجمالي عينة الدراسة، وهوما أشارت إليه نسبة 88.72% من المبحوثين المصريين، و86.58% من المبحوثين السعوديين، و85.71% من المبحوثين التونسيين، و82.61% من المبحوثين السوريين.

وفيما يتعلق بالتحديات على المستوى الاجتماعي، تقاربت النتائج كثير حيث جاء في المرتبة الأولى " تهميش بعض الفئات" بوزن نسبي وصل 83.95% من إجمالي عينة الدراسة، وهوما ذكره 83.51% من المبحوثين المصريين، و85.09% من المبحوثين السعوديين، و84.29% من المبحوثين التونسيين، وانخفضت النسبة قليلا لتصل إلي 79.13% من المبحوثين السوريين، جاء بعد ذلك " نشر العنصرية الدينية" بوزن نسبي 83.25% من إجمالي عينة الدراسة، وهوما أكدته 81.60% من المبحوثين المصريين، و84.72% من المبحوثين السعوديين، و89.29% من المبحوثين التونسيين، و79.13% انخفضت النسبة قليلا عند المبحوثين السوريين لتصل إلي 79.13%، وأخيرا جاء " نشر ثقافة الكراهية" بوزن نسبي بلغ 83.05% من إجمالي عينة الدراسة، وهوما أشار إليه 80.11% من المبحوثين المصريين، و85.34% من المبحوثين السعوديين، و89.29% من المبحوثين التونسيين، و83.48% من المبحوثين السوريين.

وفيما يتعلق بالتحديات على المستوى السياسي، تقاربت أيضا النتائج كثير حيث جاء في المرتبة الأولى " طرح عدة قضايا لتشتيت الرأي العام" بوزن نسبي وصل 84.95% من إجمالي عينة الدراسة، وهوما أشار إليه 84.15% من المبحوثين المصريين، و85.84% من المبحوثين السعوديين، و87.14% من المبحوثين التونسيين، و82.61% من المبحوثين السوريين، جاء بعد ذلك " وسيلة تحكم وسيطرة سياسية" بوزن نسبي 83.05% من إجمالي عينة الدراسة، وهوما أكدته 83.09% من المبحوثين المصريين، و84.35% من المبحوثين السعوديين، و80% من المبحوثين التونسيين، و77.39% من المبحوثين السوريين، وأخيرا جاء " الترويج للديمقراطية الغربية" بوزن نسبي بلغ 82.10% من إجمالي عينة الدراسة، وهوما أشار إليه 80.28% من المبحوثين المصريين، و84.97% من المبحوثين السعوديين، و75.71% من المبحوثين التونسيين، و76.52% من المبحوثين السوريين.

وفيما يتعلق بالتحديات على المستوى الاقتصادي، جاء "الإعلاء من قيمة ثقافة الاستهلاك" التحدي الرئيس الذي يواجه المستخدم العربي علي المستوى الاقتصادي بوزن نسبي 84.85%، وهما أشارت إليه نسبة 84.89% من المبحوثين المصريين، و84.72% من المبحوثين السعوديين، و90% من المبحوثين التونسيين، وانخفضت النسبة لدي المبحوثين السوريين لتصل إلى 79.13%.

يكشف تحليل تلك النتائج إلى أن أكثر التحديات التي يعاني منها المستخدم العربي علي المستوى العالمي عند استخدامه لوسائل التواصل الاجتماعي هي التحديات على المستوى الثقافي، ويؤكد الواقع ذلك حيث يسعى الجميع حالياً لتحقيق (الترند بنوعيه الإيجابي والسلبي) بكل الأشكال حتي وأن عرض نفسه، أو أبنائه للخطر كما هو الحال مع ترند (رقصة كيكي)، هذا بالإضافة إلى بعض الظواهر الغربية ومنها ما حدث مع بعض الفتيات (حنين حسام، ومودة الأدهم) اللتان قامتا بنشر فيديو هات لا تتناسب مع مجتمعاتنا بهدف حصد مزيد من المشاهدات والوصول للترند، هذا فضلا عن نشر العنصرية الدينية كما حدث في فرنسا حينما غادر نواب فرنسيون قاعة البرلمان احتجاجا على وجود الطالبة المحجبة «مريم بوجيتو» خلال جلسة كانت تناقش مستقبل الطلاب في فرنسا معتبرين أن وجودها بالحجاب ينافي القيم الفرنسية، وما تبعه من منع بعض المطاعم دخول المحجبات.

**المحور الرابع: أسباب التحديات الأخلاقية والقانونية المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، وكيفية مواجهتها**

**جدول رقم (15) الأوزان النسبية التي تعكس إدراك المبحوثين لأسباب التحديات الأخلاقية والقانونية المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي**

العينة ككل	الجنسية				أسباب التحديات الأخلاقية والقانونية لشبكات التواصل الاجتماعي.
	سوري	تونسي	سعودي	مصري	
88.70	86.09	89.29	86.46	90.85	الافتقار إلى المعايير المهنية في نشر وتداول المعلومات.
88.30	80.87	91.43	86.58	90.21	ضعف الدور الرقابي للأسرة.
88.00	89.57	90.00	86.46	88.83	أن شبكات التواصل الاجتماعي مجال حر تتيح للجميع حتى غير المتخصصين نشر وتداول المعلومات.
87.15	80.87	85.00	85.09	90.00	الافتقار إلى وجود ميثاق شرف أخلاقي ملزم لمستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي.
87.00	84.35	87.86	83.98	89.79	الافتقار إلى وجود قوانين موحدة في الوطن العربي لمواجهة الجرائم الإلكترونية.
86.50	75.65	85.00	85.22	89.15	الافتقار إلى وجود قوانين محددة خاصة بالبيئة الإلكترونية.

86.40	82.61	87.86	84.72	88.09	الافتقار إلى تحقيق المسؤولية الاجتماعية نحو المجتمع فيما يتم نشره.
86.10	84.35	85.00	84.10	88.19	تأسيس شبكات التواصل الاجتماعي لتحقيق أهداف محددة.
85.25	80.00	88.57	82.11	88.09	صعوبة الرقابة على شبكات التواصل الاجتماعي.
83.10	81.74	80.00	81.99	84.68	صعوبة تحديد شخصية القائم بالاتصال على شبكات التواصل الاجتماعي.

يشير التحليل الإحصائي للجدول السابق إلى أن أكثر أسباب التحديات الأخلاقية والقانونية المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي من وجهة نظر المستخدم العربي هو الافتقار إلى المعايير المهنية في نشر وتداول المعلومات بوزن نسبي بلغ 88.70%، وهذا ما أكدته 90.85% من المبحوثين المصريين، وكذلك 86.46% من المبحوثين السعوديين، و89.29% من المبحوثين التونسيين، وأيضاً 86.09% من المبحوثين السوريين، وبنسبة متقاربة جاء في المرتبة الثانية ضعف الدور الرقابي للأسرة بوزن نسبي 88.30%، وقد أشار إلى ذلك 90.21% من المبحوثين المصريين، وأيضاً 86.58% من المبحوثين السعوديين، و91.43% من المبحوثين التونسيين، وانخفضت النسبة بين المبحوثين السوريين لتصل إلى 80.87%، تلا ذلك أن شبكات التواصل الاجتماعي مجال حر تتيح للجميع حتى غير المتخصصين نشر وتداول المعلومات بوزن نسبي بلغ 88%، وهذا ما ذكره 88.83% من المبحوثين المصريين، و86.46% من المبحوثين السعوديين، وكذلك 90% من المبحوثين التونسيين، و89.57% من المبحوثين السوريين، ثم جاء بعد ذلك الافتقار إلى وجود ميثاق شرف أخلاقي ملزم لمستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي بوزن نسبي بلغ 87.15، حيث أكد على ذلك 90% من المبحوثين المصريين، وانخفضت النسبة قليلاً بين المبحوثين السعوديين لتصل إلى 85.09%، وبنسبة متقاربة أكد ذلك 85% من المبحوثين التونسيين، في حين انخفضت النسبة بين المبحوثين السوريين لتصل إلى 80.87%، وبنسبة متقاربة جاء الافتقار إلى وجود قوانين موحدة في الوطن العربي لمواجهة الجرائم الإلكترونية في المرتبة الخامسة بوزن نسبي 87%، وقد أشار إلى ذلك 89.79% من المبحوثين المصريين، وكذلك 83.98% من المبحوثين السعوديين، و87.86% من المبحوثين التونسيين، و84.35% من المبحوثين السوريين، في المرتبة السادسة جاء الافتقار إلى وجود قوانين محددة خاصة بالبيئة الإلكترونية بوزن نسبي بلغ 86.50%، وقد ذكر ذلك 89.15% من المبحوثين المصريين، و85.22% من المبحوثين السعوديين، وبنسبة متقاربة أكد ذلك 85% من المبحوثين التونسيين، وانخفضت النسبة بين المبحوثين السوريين لتصل إلى 75.65%، بعد ذلك جاء الافتقار إلى تحقيق المسؤولية الاجتماعية نحو المجتمع فيما يتم نشره بوزن نسبي بلغ 86.40%، حيث أشار إلى ذلك 88.09% من المبحوثين المصريين، و84.72% من المبحوثين السعوديين، و87.86%

من المبحوثين التونسيين، وانخفضت النسبة قليلا بين المبحوثين السوريين لتصل إلي 82.61%، وفي المرتبة الثامنة جاء تسييس شبكات التواصل الاجتماعي لتحقيق أهداف محددة بوزن نسبي بلغ 86.10%، وقد ذكر ذلك 88.19% من المبحوثين المصريين، وبنسب متقاربة أكد ذلك 84.10% من المبحوثين السعوديين، و85% من المبحوثين التونسيين، وأيضا 86.10% من المبحوثين السوريين، تلا ذلك صعوبة الرقابة على شبكات التواصل الاجتماعي بوزن نسبي 85.25%، وقد أشار إلى ذلك 88.09% من المبحوثين المصريين، و82.11% من المبحوثين السعوديين، و88.57% من المبحوثين التونسيين، و80% من المبحوثين السوريين، وأخيرا جاء صعوبة تحديد شخصية القائم بالاتصال على شبكات التواصل الاجتماعي كأخر أسباب التحديات الأخلاقية والقانونية المترتبة على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر المستخدم العربي بوزن نسبي 83.10%، حيث أكد ذلك 84.68% من المبحوثين المصريين، وأيضا 81.99% من المبحوثين السعوديين، و80% من المبحوثين التونسيين، وأخيرا 83.10% من المبحوثين السوريين.

ويشير تحليل النتائج السابقة إلى أن الأسباب التي تتعلق بمدى الالتزام الأخلاقي لمستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي سواء على المستوى الشخصي، أو المهني قد جاءت في مقدمة الأسباب التي أشار إليها المبحوثين، تلاها الأسباب التي تتعلق بنقص أو قصور القوانين المنظمة للبيئة الإلكترونية، مما يؤكد على أهمية الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية سواء من قبل القائم بالاتصال في البيئة الإلكترونية، أو المسؤولين عن هذه المنصات.

#### جدول رقم (16) الأوزان النسبية التي تعكس رؤية المبحوثين لكيفية مواجهة التحديات القانونية والأخلاقية المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي

العينة ككل	الجنسية				الحلول المطروحة لمواجهة التحديات الأخلاقية والقانونية لوسائل التواصل الاجتماعي
	سوري	تونسي	سعودي	مصري	
81.40	71.30	77.86	83.23	81.60	نشر التوعية من خلال وسائل الاعلام التقليدية.
88.00	82.61	93.57	87.33	88.40	التوعية من خلال تدريس مناهج التربية الإعلامية.
89.70	83.48	86.43	88.70	91.81	سن القوانين والتشريعات الملائمة لهذه الانتهاكات.
87.90	86.09	92.86	87.45	87.77	فرض مزيد من الرقابة داخل الأسرة.
90.95	87.83	93.57	89.69	92.02	زيادة الوعي، والتثقيف بأهداف هذه المواقع، والاستخدام الأمثل لها.
88.40	85.22	88.57	86.83	90.11	سن القوانين التي تتماشى مع طبيعة هذه الشبكات.
89.95	86.96	90.71	88.57	91.38	انشاء جهات قانونية متخصصة لمواجهة هذه الانتهاكات.
87.95	85.22	89.29	86.58	89.26	تفعيل ميثاق شرف أخلاقي لوسائل التواصل الاجتماعي.
88.75	80.87	89.29	87.20	90.96	التدريب والتطوير المهني للمتخصصين في مجال الاعلام الجديد.

89.40	87.83	94.29	86.83	91.06	التوسع في استخدام التطبيقات التي تكشف عمليات التزييف وترويج الشائعات.
87.85	86.96	85.00	87.20	88.94	تفعيل دور المؤسسات الإعلامية غير الحكومية المعنية بمراقبة الأداء الإعلامي وتقييمه.

تشير نتائج التحليل الإحصائي إلى أن زيادة الوعي والتثقيف بأهداف هذه المواقع والاستخدام الأمثل لها جاء في مقدمة الحلول التي اقترحها عينة الدراسة من المبحوثين بوزن نسبي بلغ 90.95%، وقد ذكر ذلك 92.02% من المبحوثين المصريين، و98.69% من المبحوثين السعوديين، و93.57% من المبحوثين التونسيين، و87.83% من المبحوثين السوريين، تلا ذلك انشاء جهات قانونية متخصصة لمواجهة هذه الانتهاكات بوزن نسبي بلغ 89.95%، حيث أشار إلى ذلك 91.38% من المبحوثين المصريين، و88.57% من المبحوثين السعوديين، و90.71% من المبحوثين التونسيين، و86.96% من المبحوثين السوريين، وفي المرتبة الثالثة جاء سن القوانين والتشريعات الملائمة لهذه الانتهاكات بوزن نسبي بلغ 89.70%، وهذا ما أكد عليه 91.81% من المبحوثين المصريين، و88.70% من المبحوثين السعوديين، و86.43% من المبحوثين التونسيين، و83.48% من المبحوثين السوريين، بعد ذلك جاء التوسع في استخدام التطبيقات التي تكشف عمليات التزييف وترويج الشائعات بوزن نسبي بلغ 89.40%، حيث أشار إلى ذلك 91.06% من المبحوثين المصريين، و94.29% من المبحوثين التونسيين، وانخفضت النسبة قليلا بين كل من المبحوثين السعوديين والسوريين حيث وصلت إلى 86.83% من السعوديين، و87.83% من السوريين، ثم جاء التدريب والتطوير المهني للمتخصصين في مجال الإعلام الجديد في المرتبة الخامسة بوزن نسبي بلغ 88.75%، وقد ذكر ذلك 90.96% من المبحوثين المصريين، و87.20% من المبحوثين السعوديين، و89.29% من المبحوثين التونسيين، وانخفضت النسبة بين المبحوثين السوريين لتصل إلى 80.87%، في المرتبة التالية لذلك جاء سن القوانين التي تتماشى مع طبيعة هذه الشبكات بوزن نسبي 88.40%، وهذا ما أكده 90.11% من المبحوثين المصريين، و86.83% من المبحوثين السعوديين، و88.57% من المبحوثين التونسيين، و85.22% من المبحوثين السوريين، أما التوعية من خلال تدريس مناهج التربية الإعلامية فجاءت في المرتبة السابعة بوزن نسبي بلغ 88%، حيث أشار إلى هذا 88.40% من المبحوثين المصريين، و87.33% من المبحوثين السعوديين، و82.61% من المبحوثين السوريين، وارتفعت النسبة إلى حد ما بين المبحوثين التونسيين لتصل إلى 93.57%، جاء بعد ذلك تفعيل ميثاق شرف أخلاقي لوسائل التواصل الاجتماعي بوزن نسبي بلغ 87.95%، وهذا ما ذكره 89.26% من المبحوثين المصريين، و86.58% من المبحوثين السعوديين، وكذلك 89.29% من المبحوثين التونسيين، و85.22% من المبحوثين السوريين، وبوزن نسبي متقارب من سابقه احتل فرض

مزيد من الرقابة داخل الأسرة المرتبة التاسعة؛ حيث بلغ 87.90%، وقد أشار إلى ذلك 87.77% من المبحوثين المصريين، و87.45% من المبحوثين السعوديين، وأيضاً 86.09% من المبحوثين السوريين، في حين ارتفعت النسبة بين المبحوثين التونسيين لتصل إلى 92.86%، جاء أيضاً تفعيل دور المؤسسات الإعلامية غير الحكومية المعنية بمراقبة الأداء الإعلامي وتقييمه بوزن نسبي متقارب من سابقه حيث بلغ 87.85%، وهذا ما ذكره 88.94% من المبحوثين المصريين، و87.20% من المبحوثين السعوديين، و85% من المبحوثين التونسيين، وأيضاً 86.96% من المبحوثين السوريين، وجاء نشر التوعية من خلال وسائل الإعلام التقليدية في المرتبة الأخيرة بوزن نسبي 81.40%، حيث أشار إلى ذلك 81.60% من المبحوثين المصريين، و83.23% من المبحوثين السعوديين، وانخفضت النسبة قليلاً بين المبحوثين التونسيين لتصل إلى 77.86%، كما انخفضت النسبة أيضاً بين المبحوثين السوريين لتصل إلى 71.30%.

ويشير تحليل نتائج الجدول السابق إلى أن المطالبة باتخاذ الإجراءات التي من شأنها زيادة وعي مستخدم وسائل التواصل الاجتماعي جاءت جنباً إلى جنب وبوزن نسبي متقارب مع الحاجة إلى سن قوانين خاصة وراذعة ومحددة من شأنها تنظيم النشر والتعامل علي البيئة الإلكترونية، بالإضافة إلى ذلك أكدت النتائج أن المبحوثين يرون أن الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام التقليدية في نشر التوعية بما يترتب علي استخدام وسائل التواصل الاجتماعي من مخاطر جاء ضعيفاً مقارنة بباقي الاقتراحات التي من شأنها الحد من مخاطر وسائل التواصل الاجتماعي سواء الأخلاقية أو القانونية، وهذا يشير إلي ضعف الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام التقليدية في العصر الحديث.

ثانياً: نتائج اختبار الفروض الإحصائية:

الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الخصائص الديموغرافية للمبحوثين ودوافع استخدامهم لوسائل التواصل الاجتماعي.

جدول (17) يوضح دلالة الفروق بين متغيري النوع الاجتماعي، وتخصص المبحوثين،

ودوافع تعرضهم لمواقع التواصل الاجتماعي

لمتغيرات	النوع	العدد N	المتوسط الحسابي Mean	الانحراف المعياري	قيمة T	درجات الحرية df	مستوى المعنوية Sig
النوع	ذكر	126	2.6508	.62376	3.548	398	.001
	أنثى	274	2.8431	.43749			
لتخصص	إنساني	316	2.8354	.44165	4.100	398	.001
	تطبيقي	84	2.5833	.68033			

تشير نتائج التحليل الإحصائي كما يتضح من الجدول السابق إلي:

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغيري النوع ودوافع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي؛ حيث بلغت قيمة T 3.548، عند مستوى معنوية 0.001، وقد جاءت الفروق لصالح الإناث، أي أن الإناث لديهم دوافع أكثر لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي، هذا بالإضافة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير التخصص ودوافع الاستخدام؛ حيث بلغت قيمة T 4.100، عند مستوى معنوية 0.001، وقد جاءت الفروق لصالح التخصصات الإنسانية، أي أن هذه الفئة لديها دوافع أكثر لاستخدام لوسائل التواصل الاجتماعي.

جدول (18) يوضح دلالة الفروق بين متغيرات (فئات العمر، والمستوي التعليمي، والمستوي الاجتماعي والاقتصادي، والدولة التي ينتمي إليها المبحوثين)، ودوافع تعرضهم لمواقع التواصل الاجتماعي

مستوى المعنوية Sig	قيمة F	درجات الحرية df	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي Mean	العدد N	المتغيرات
.033	2.646	4 395	.41481	2.8508	181	من 18 الي اقل من 25
			.51256	2.7708	96	من 25 الي اقل من 35
			.67403	2.6212	66	من 35 الي اقل من 45
			.58117	2.7442	43	من 45 الي اقل من 55
			.36314	2.8571	14	55 عاما فأكثر
.026	3.672	2 397	.70711	2.5000	18	متوسط
			.44184	2.8263	236	جامعي
			.57309	2.7466	146	فوق جامعي
.099	2.331	2 397	.52612	2.6806	72	منخفض
			.52184	2.7834	217	متوسط
			.47094	2.8468	111	مرتفع
.000	14.773	3 396	.51563	2.8032	188	مصر
			.35344	2.8882	161	السعودية
			.73733	2.3929	28	تونس
			.64728	2.3478	23	سوريا
			.51073	2.7825	400	المجموع

### تشير نتائج التحليل الإحصائي كما يتضح من الجدول السابق إلى:

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير فئات العمر، ودوافع تعرض عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي؛ حيث بلغت قيمة F 2.646، عند مستوى معنوية 0.033، وقد جاءت الفروق لصالح الفئة العمرية من 18 إلى أقل من 25، تليها الفئة من 55 عام فأكثر، أي أن هاتين الفئتين لديهما دوافع أكثر لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي.

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير التعليم، ودوافع التعرض لوسائل التواصل الاجتماعي؛ حيث بلغت قيمة F 3.672، عند مستوى معنوية 0.026، وقد جاءت الفروق لصالح فئة التعليم الجامعي، أي أن هذه الفئة لديها دوافع أكثر لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي.

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير المستوى الاقتصادي الاجتماعي للمبحوثين، ودوافع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي؛ حيث بلغت قيمة F 2.331، عند مستوى معنوية 0.099، وهي غير دالة، أي أنه لم تكن هناك اختلافات واضحة بين المستويات الاجتماعية الاقتصادية المختلفة ودوافع استخدامهم لوسائل التواصل الاجتماعي.

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير الدولة التي ينتمي إليها المبحوث، ودوافع استخدامهم لوسائل التواصل الاجتماعي؛ حيث بلغت قيمة F 14.773، عند مستوى معنوية 0.000، وقد جاءت الفروق لصالح كل من السعوديون والمصريون، أي أن المستخدمين السعوديين والمصريين لديهما دوافع أكثر لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي.

**بناءً على التحليل السابق يثبت جزئياً صحة فرضية وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الخصائص الديموغرافية للمبحوثين ودوافع استخدامهم لوسائل التواصل الاجتماعي؛ حيث تثبت على مستويات النوع الاجتماعي، والتخصص، والعمر، والمستوى التعليمي، وكذلك الجنسية، بينما لم تثبت بالنسبة لمتغير المستوى الاقتصادي والاجتماعي للمبحوثين.**

الفرض الثاني: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الخصائص الديموغرافية للمبحوثين ورؤيتهم للتحديات المترتبة على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على المستوى الشخصي.

جدول (19) يوضح دلالة الفروق بين النوع الاجتماعي للمبحوثين، ورؤيتهم للتحديات المترتبة على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على المستوى الشخصي.

التحديات	النوع	العدد N	المتوسط الحسابي Mean	الانحراف المعياري	قيمة T	درجات الحرية df	مستوى المعنوية Sig
جرائم الآداب العامة	ذكر	126	2.7302	.55732	1.401	398	.162
	أنثى	274	2.6350	.66162			

.168	398	1.382	.60201	2.6825	126	ذكر	جرانم القذف والسب
			.72307	2.5803	274	أنثى	
.223	398	1.219	.48001	2.8175	126	ذكر	جرانم المعلومات
			.58715	2.7445	274	أنثى	

#### تشير نتائج التحليل الإحصائي للجدول السابق إلى:

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير النوع الاجتماعي للمبوحثين، ورؤيتهم لنوعية التحديات المتعلقة بجرانم الآداب العامة المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على المستوى الشخصي؛ حيث بلغت قيمة T 1.401، عند مستوى معنوية.162، وهي بذلك غير دالة.

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير النوع الاجتماعي، ورؤية المبوحثين لنوعية التحديات المتعلقة بجرانم القذف والسب المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على المستوى الشخصي؛ حيث بلغت قيمة T 1.382، عند مستوى معنوية.168، وهي بذلك غير دالة أيضا.

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير النوع الاجتماعي، ورؤية المبوحثين لنوعية التحديات المرتبطة بجرانم المعلومات المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على المستوى الشخصي؛ حيث بلغت قيمة T 1.219، عند مستوى معنوية.223، وهي بذلك غير دالة أيضا.

الأمر الذي يشير إلى أنه لم تكن هناك اختلافات واضحة بين النوع الاجتماعي للمبوحثين ورؤيتهم للتحديات المترتبة على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على المستوى الشخصي.

جدول (20) يوضح دلالة الفروق بين تخصص المبوحثين ورؤيتهم للتحديات المترتبة على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على المستوى الشخصي.

التحديات	التخصص	العدد N	المتوسط الحسابي Mean	الانحراف المعياري	قيمة T	درجات الحرية df	مستوى المعنوية Sig
جرانم الآداب العامة	إنساني	316	2.6677	.62770	.167	398	.867
	تطبيقي	84	2.6548	.64926			
جرانم القذف والسب	إنساني	316	2.6108	.68342	.098	398	.922
	تطبيقي	84	2.6190	.70974			
جرانم المعلومات	إنساني	316	2.7658	.54822	.117	398	.907
	تطبيقي	84	2.7738	.58806			

### تشير نتائج التحليل الإحصائي للجدول السابق إلى:

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير التخصص، ورؤية المبحوثين لنوعية التحديات المرتبطة بجرائم الآداب العامة المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على المستوى الشخصي؛ حيث بلغت قيمة T.167، عند مستوى معنوية.867، وبذلك غير دالة.
  - عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير التخصص، ورؤية المبحوثين لنوعية التحديات المرتبطة بجرائم القذف والسب المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على المستوى الشخصي؛ حيث بلغت قيمة T.098، عند مستوى معنوية.922، وهي غير دالة أيضا.
  - عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير التخصص، ورؤية المبحوثين لنوعية التحديات المرتبطة بجرائم المعلومات المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على المستوى الشخصي؛ حيث بلغت قيمة T.117، عند مستوى معنوية.907، وهي غير دالة أيضا.
- الأمر الذي يشير إلى أنه لم تكن هناك اختلافات واضحة بين تخصص المبحوثين ورؤيتهم للتحديات المترتبة على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على المستوى الشخصي.

### جدول (21) يوضح دلالة الفروق بين الفئات العمرية للمبحوثين ورؤيتهم للتحديات المترتبة على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على المستوى الشخصي.

التحديات	العمر	العدد N	المتوسط الحسابي Mean	الانحراف المعياري	درجات الحرية df	قيمة F	مستوى المعنوية Sig
جرائم الآداب العامة	من 18 إلى أقل من 25	181	2.6354	.64089	4 395	1.282	.276
	من 25 إلى أقل من 35	96	2.7188	.61049			
	من 35 إلى أقل من 45	66	2.5606	.70446			
	من 45 إلى أقل من 55	43	2.7907	.51446			
	55 عاما فأكثر	14	2.7857	.57893			
	المجموع	400	2.6650	.63148			

.177	1.588	4 395	.68056	2.6464	181	من 18 إلى أقل من 25	جرائم القذف والسب
			.66458	2.6458	96	من 25 إلى أقل من 35	
			.76582	2.4242	66	من 35 إلى أقل من 45	
			.59900	2.6977	43	من 45 إلى أقل من 55	
			.75593	2.5714	14	55 عاما فأكثر	
			.68813	2.6125	400	المجموع	
.783	.436	4 395	.59998	2.7403	181	من 18 إلى أقل من 25	جرائم المعلومات
			.53793	2.7604	96	من 25 إلى أقل من 35	
			.51186	2.7879	66	من 35 إلى أقل من 45	
			.46708	2.8605	43	من 45 إلى أقل من 55	
			.57893	2.7857	14	55 عاما فأكثر	
			.55607	2.7675	400	المجموع	

#### تشير نتائج التحليل الإحصائي للجدول السابق إلى:

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير الفئات العمرية، ورؤية المبحوثين لنوعية التحديات المرتبطة بجرائم الآداب العامة المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على المستوى الشخصي؛ حيث بلغت قيمة  $F$  1.282، عند مستوى معنوية 276، وهي بذلك غير دالة.
  - عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير الفئات العمرية، ورؤية المبحوثين لنوعية التحديات المرتبطة بجرائم القذف والسب المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على المستوى الشخصي؛ حيث بلغت قيمة  $F$  1.588، عند مستوى معنوية 177، وهي بذلك غير دالة أيضا.
  - عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير الفئة العمرية، ورؤية المبحوثين لنوعية التحديات المتعلقة بجرائم المعلومات المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على المستوى الشخصي؛ حيث بلغت قيمة  $F$  436، عند مستوى معنوية 783، وهي بذلك غير دالة أيضا.
- الأمر الذي يشير إلى أنه لم تكن هناك اختلافات واضحة بين الفئة العمرية للمبحوثين، ورؤيتهم للتحديات المترتبة على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على المستوى الشخصي.

جدول (22) يوضح دلالة الفروق بين المستوي التعليمي للمبحوثين ورؤيتهم للتحديات المترتبة على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على المستوى الشخصي.

التحديات	التعليم	العدد N	المتوسط الحسابي Mean	الانحراف المعياري	درجات الحرية df	قيمة F	مستوى المعنوية Sig
جرائم الآداب العامة	متوسط	18	2.6111	.60768	2 397	.482	.618
	جامعي	236	2.6907	.60642			
	فوق جامعي	146	2.6301	.67480			
	المجموع	400	2.6650	.63148			
جرائم القذف والسب	متوسط	18	2.4444	.85559	2 397	5.649	.004
	جامعي	236	2.7076	.62169			
	فوق جامعي	146	2.4795	.74481			
	المجموع	400	2.6125	.68813			
جرائم المعلومات	متوسط	18	2.7222	.66911	2 397	.096	.909
	جامعي	236	2.7754	.55772			
	فوق جامعي	146	2.7603	.54209			
	المجموع	400	2.7675	.55607			

#### تشير نتائج التحليل الإحصائي للجدول السابق إلى:

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير المستوي التعليمي، ورؤية المبحوثين لنوعية التحديات المرتبطة بجرائم الآداب العامة المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على المستوى الشخصي؛ حيث بلغت قيمة F.482، عند مستوى معنوية 618، وبذلك فهي غير دالة.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير المستوي التعليمي، للمبحوثين ورؤيتهم لنوعية التحديات المرتبطة بجرائم القذف والسب المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على المستوى الشخصي؛ حيث بلغت قيمة F 5.649، عند مستوى معنوية 004، وقد جاءت الفروق لصالح الحاصلين علي مؤهل جامعي، أي أن هذه الفئة من المستخدمين لديهم رؤية وإدراك أكثر من غيرهم لجرائم القذف والسب المترتبة علي استخدام وسائل التواصل الاجتماعي علي المستوى الشخصي.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير المستوي التعليمي، ورؤية المبحوثين لنوعية التحديات المرتبطة بجرائم المعلومات المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على المستوى الشخصي؛ حيث بلغت قيمة F.096، عند مستوى معنوية 909، وهي بذلك غير دالة.

جدول (23) يوضح دلالة الفروق بين البلد الذي ينتمي إليه المبحوثين ورؤيتهم للتحديات المترتبة على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على المستوى الشخصي.

التحديات	الجنسية	العدد N	المتوسط الحسابي Mean	الانحراف المعياري	درجات الحرية df	قيمة F	مستوى المعنوية Sig
جرائم العامّة	مصر	188	2.7074	.63292	3 396	1.266	.286
	السعودية	161	2.5963	.65554			
	تونس	28	2.7857	.49868			
	سوريا	23	2.6522	.57277			
	المجموع	400	2.6650	.63148			
جرائم السب والقذف	مصر	188	2.5691	.72430	3 396	.704	.550
	السعودية	161	2.6398	.66664			
	تونس	28	2.7500	.58531			
	سوريا	23	2.6087	.65638			
	المجموع	400	2.6125	.68813			
جرائم المعلومات	مصر	188	2.7553	.57925	3 396	.413	.744
	السعودية	161	2.7764	.53590			
	تونس	28	2.8571	.44840			
	سوريا	23	2.6957	.63495			
	المجموع	400	2.7675	.55607			

#### تشير نتائج التحليل الإحصائي للجدول السابق إلى:

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير الدولة التي ينتمي إليها المبحوثين، ورؤيتهم لنوعية التحديات المرتبطة بجرائم الآداب العامة المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على المستوى الشخصي؛ حيث بلغت قيمة F 1.266، عند مستوى معنوية 286، وبذلك تكون غير دالة.

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير الدولة التي ينتمي إليها المبحوثين، ورؤيتهم لنوعية التحديات المرتبطة بجرائم القذف والسب المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على المستوى الشخصي؛ حيث بلغت قيمة F 704، عند مستوى معنوية 550، وهي غير دالة أيضا.

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير الدولة التي ينتمي إليها المبحوثين، ورؤيتهم لنوعية التحديات المتعلقة بجرائم المعلومات المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على المستوى الشخصي؛ حيث بلغت قيمة  $F.413$ ، عند مستوى معنوية  $744$ ، وهي بذلك غير دالة أيضا.

الأمر الذي يشير إلى أنه لم تكن هناك اختلافات واضحة بين الدولة التي ينتمي إليها المبحوثين ورؤيتهم للتحديات المترتبة على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على المستوى الشخصي.

**جدول (24) يوضح دلالة الفروق بين المستوى الاقتصادي والاجتماعي للمبحوثين ورؤيتهم للتحديات المترتبة على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على المستوى الشخصي.**

التحديات	المستوى الاقتصادي الاجتماعي	العدد N	المتوسط الحسابي Mean	الانحراف المعياري	درجات الحرية df	قيمة F	مستوى المعنوية Sig
جرائم الآداب العامة	منخفض	72	2.6944	.57259	2 397	.258	.772
	متوسط	217	2.6728	.63745			
	مرتفع	111	2.6306	.65959			
	المجموع	400	2.6650	.63148			
جرائم القذف والسب	منخفض	72	2.6528	.65348	2 397	2.237	.108
	متوسط	217	2.6590	.66236			
	مرتفع	111	2.4955	.74923			
	المجموع	400	2.6125	.68813			
جرائم المعلومات	منخفض	72	2.6806	.64625	2 397	1.486	.228
	متوسط	217	2.8065	.50859			
	مرتفع	111	2.7477	.57947			
	المجموع	400	2.7675	.55607			

تشير نتائج التحليل الإحصائي للجدول السابق إلى التالي:

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير المستوى الاقتصادي الاجتماعي للمبحوثين، ورؤيتهم لنوعية التحديات المتعلقة بجرائم الآداب العامة المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على المستوى الشخصي؛ حيث بلغت قيمة  $F.258$ ، عند مستوى معنوية  $772$ ، وبذلك تكون غير دالة.

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير المستوى الاقتصادي الاجتماعي للمبحوثين، ورؤيتهم لنوعية التحديات المتعلقة بجرائم القذف والسب المترتبة على استخدام وسائل التواصل

الاجتماعي على المستوى الشخصي؛ حيث بلغت قيمة  $F = 2.237$ ، عند مستوى معنوية 108، وهي غير دالة أيضاً.

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير المستوى الاقتصادي الاجتماعي للمبحوثين، ورؤيتهم لنوعية التحديات المرتبطة بجرائم المعلومات المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على المستوى الشخصي؛ حيث بلغت قيمة  $F = 1.486$ ، عند مستوى معنوية 228، وهي غير دالة أيضاً.

الأمر الذي يشير إلى أنه لم تكن هناك اختلافات واضحة بين المستوى الاقتصادي الاجتماعي للمبحوثين ورؤيتهم للتحديات المترتبة على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على المستوى الشخصي.

**بناءً على التحليل السابق يثبت جزئياً صحة فرضية وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الخصائص الديموغرافية للمبحوثين ورؤيتهم للتحديات المترتبة على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على المستوى الشخصي؛ حيث ثبتت بالنسبة لمتغير المستوى التعليمي للمبحوثين، بينما لم تثبت على مستويات النوع الاجتماعي، والتخصص، والعمر، الجنسية، وكذلك المستوى الاقتصادي والاجتماعي للمبحوثين.**

الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الخصائص الديموغرافية للمبحوثين ورؤيتهم للتحديات المترتبة على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على المستوى القومي.

جدول (25) يوضح دلالة الفروق بين النوع الاجتماعي للمبحوثين ورؤيتهم للتحديات المترتبة على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على المستوى القومي.

التحديات	النوع	العدد N	المتوسط الحسابي Mean	الانحراف المعياري	قيمة T	درجات الحرية df	مستوى المعنوية Sig
السياسية	ذكر	126	2.7698	.55372	.187	398	.851
	أنثى	274	2.7591	.52100			
الاجتماعية	ذكر	126	2.8254	.42103	1.006	398	.315
	أنثى	274	2.8686	.38881			
الأمنية	ذكر	126	2.7460	.56479	1.190	398	.235
	أنثى	274	2.8102	.46932			

### تشير نتائج التحليل الإحصائي للجدول السابق إلى ما يلي:

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير النوع الاجتماعي للمبحوثين، ورؤيتهم لنوعية التحديات السياسية المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على المستوى القومي؛ حيث بلغت قيمة T.187، عند مستوى معنوية.851، وبذلك تكون غير دالة.

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير النوع الاجتماعي للمبحوثين، ورؤيتهم لنوعية التحديات الاجتماعية المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على المستوى القومي؛ حيث بلغت قيمة T 1.006، عند مستوى معنوية.315، وهي بذلك غير دالة أيضا.

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير النوع الاجتماعي للمبحوثين، ورؤيتهم لنوعية التحديات الأمنية المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على المستوى القومي؛ حيث بلغت قيمة T 1.190، عند مستوى معنوية.235، وهي بذلك غير دالة أيضا.

الأمر الذي يشير إلى أنه لم تكن هناك اختلافات واضحة بين النوع الاجتماعي للمبحوثين، ورؤيتهم للتحديات المترتبة على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على المستوى القومي.

جدول (26) يوضح دلالة الفروق بين تخصص المبحوثين ورؤيتهم للتحديات المترتبة على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على المستوى القومي.

التحديات	التخصص	العدد N	المتوسط الحسابي Mean	الانحراف المعياري	قيمة T	درجات الحرية df	مستوى المعنوية Sig
السياسية	إنساني	316	2.7722	.50268	.705	398	.481
	تطبيقي	84	2.7262	.62770			
الاجتماعية	إنساني	316	2.8544	.39563	.055	398	.956
	تطبيقي	84	2.8571	.41487			
الأمنية	إنساني	316	2.8101	.47345	1.560	398	.120
	تطبيقي	84	2.7143	.59255			

### تشير نتائج التحليل الإحصائي للجدول السابق إلى:

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين التخصص العلمي للمبحوثين، ورؤيتهم لنوعية التحديات السياسية المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على المستوى القومي؛ حيث بلغت قيمة T.705، عند مستوى معنوية.481، وبذلك تكون غير دالة.

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين التخصص العلمي للمبجوثين، ورؤيتهم لنوعية التحديات الاجتماعية المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على المستوى القومي؛ حيث بلغت قيمة T.055، عند مستوى معنوية.956، وهي بذلك غير دالة أيضا.

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين التخصص العلمي للمبجوثين، ورؤيتهم لنوعية التحديات الأمنية المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على المستوى القومي؛ حيث بلغت قيمة T 1.560، عند مستوى معنوية.120، وهي بذلك تكون غير دالة أيضا.

الأمر الذي يشير إلى أنه لم تكن هناك اختلافات واضحة بين التخصص العلمي للمبجوثين ورؤيتهم للتحديات المترتبة على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على المستوى القومي.

**جدول (27) يوضح دلالة الفروق بين الفئات العمرية للمبجوثين ورؤيتهم للتحديات المترتبة على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على المستوى القومي.**

التحديات	العمر	العدد N	المتوسط الحسابي Mean	الانحراف المعياري	درجات الحرية df	قيمة F	مستوى المعنوية Sig
السياسية	من 18 إلى أقل من 25	181	2.7348	.54401	4 395	.729	.573
	من 25 إلى أقل من 35	96	2.7396	.56652			
	من 35 إلى أقل من 45	66	2.8485	.43826			
	من 45 إلى أقل من 55	43	2.8140	.50028			
	55 عاما فأكثر	14	2.7143	.61125			
	المجموع	400	2.7625	.53085			
الاجتماعية	من 18 إلى أقل من 25	181	2.8564	.38199	4 395	.144	.966
	من 25 إلى أقل من 35	96	2.8438	.44315			
	من 35 إلى أقل من 45	66	2.8485	.40163			
	من 45 إلى أقل من 55	43	2.8605	.41297			
	55 عاما فأكثر	14	2.9286	.26726			
	المجموع	400	2.8550	.39922			

.887	.286	4 395	.48647	2.7845	181	من 18 إلى أقل من 25	الأمنية
			.50686	2.7813	96	من 25 إلى أقل من 35	
			.45007	2.8333	66	من 35 إلى أقل من 45	
			.65803	2.7442	43	من 45 إلى أقل من 55	
			.36314	2.8571	14	55 عاما فأكثر	
			.50153	2.7900	400	المجموع	

#### تشير نتائج التحليل الإحصائي للجدول السابق إلى:

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الفئات العمرية للمبحوثين، ورؤيتهم لنوعية التحديات المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على المستوى القومي؛ حيث بلغت قيمة F.729، عند مستوي معنوية.573، وبذلك غير دالة.

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير الفئات العمرية للمبحوثين، ورؤيتهم لنوعية التحديات المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على المستوى القومي؛ حيث بلغت قيمة F.144، عند مستوي معنوية.966، وهي بذلك غير دالة أيضا.

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير الفئات العمرية للمبحوثين، ورؤيتهم لنوعية التحديات المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على المستوى القومي؛ حيث بلغت قيمة F.286، عند مستوي معنوية.887، وهي بذلك تكون غير دالة أيضا.

الأمر الذي يشير إلى أنه لم تكن هناك اختلافات واضحة بين الفئات العمرية للمبحوثين ورؤيتهم للتحديات المترتبة على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على المستوى القومي.

جدول (28) يوضح دلالة الفروق بين الخصائص الديموغرافية (بحسب المستوى التعليمي) للمبحوثين ورؤيتهم للتحديات المترتبة على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على المستوى القومي.

التحديات	التعليم	العدد N	المتوسط الحسابي Mean	الانحراف المعياري	درجات الحرية df	قيمة F	مستوى المعنوية Sig
السياسية	متوسط	18	2.5556	.78382	2 397	1.446	.237
	جامعي	236	2.7754	.49292			
	فوق جامعي	146	2.7671	.55138			

				المجموع	400	2.7625	.53085
.050	2.952	2 397	متوسط	18	2.6667	.59409	
			جامعي	236	2.8432	.40842	
			فوق جامعي	146	2.8973	.34700	
			المجموع	400	2.8550	.39922	
.036	3.346	2 397	متوسط	18	2.5000	.78591	
			جامعي	236	2.7924	.48301	
			فوق جامعي	146	2.8219	.47973	
			المجموع	400	2.7900	.50153	

#### تشير نتائج التحليل الإحصائي للجدول السابق إلى:

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المستوي التعليمي للمبحوثين، ورؤيتهم لنوعية التحديات السياسية المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على المستوى القومي؛ حيث بلغت قيمة  $F = 1.446$ ، عند مستوى معنوية 237، وبذلك تكون غير دالة.

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المستوي التعليمي للمبحوثين، ورؤيتهم لنوعية التحديات الاجتماعية المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على المستوى القومي؛ حيث بلغت قيمة  $F = 2.952$ ، عند مستوى معنوية 050، وقد جاءت الفروق لصالح فئة التعليم فوق الجامعي، أي أن هذه الفئة من المستخدمين لديهم رؤية وإدراك أكثر من غيرهم للتحديات الاجتماعية المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على المستوى القومي.

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغيري المستوي التعليمي للمبحوثين ورؤيتهم لنوعية التحديات الأمنية المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على المستوى الشخصي؛ حيث بلغت قيمة  $F = 3.346$ ، عند مستوى معنوية 036؛ حيث جاءت الفروق لصالح فئة التعليم فوق الجامعي، أي أن هذه الفئة من المستخدمين لديهم رؤية وإدراك أكثر من غيرهم للتحديات الأمنية المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على المستوى القومي.

الأمر الذي يشير إلى وجود اختلافات واضحة بين المستوي التعليمي للمبحوثين، ورؤيتهم لكل من التحديات الاجتماعية والأمنية، المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على المستوى القومي، بينما لم تكن هناك اختلافات واضحة بين المستوي التعليمي للمبحوثين، ورؤيتهم للتحديات السياسية المترتبة على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على المستوى القومي.

جدول (29) يوضح دلالة الفروق بين الدولة التي ينتمي إليها للمبحوثين ورؤيتهم للتحديات المترتبة على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على المستوى القومي.

التحديات	الجنسية	العدد N	المتوسط الحسابي Mean	الانحراف المعياري	درجات الحرية df	قيمة F	مستوى المعنوية Sig
السياسية	مصر	188	2.7606	.54835	3 396	.339	.797
	السعودية	161	2.7516	.51273			
	تونس	28	2.7500	.64550			
	سوريا	23	2.8696	.34435			
	المجموع	400	2.7625	.53085			
الاجتماعية	مصر	188	2.8989	.35131	3 396	2.081	.102
	السعودية	161	2.7950	.44886			
	تونس	28	2.8929	.41627			
	سوريا	23	2.8696	.34435			
	المجموع	400	2.8550	.39922			
الأمنية	مصر	188	2.7819	.53766	3 396	.486	.692
	السعودية	161	2.7888	.46650			
	تونس	28	2.8929	.41627			
	سوريا	23	2.7391	.54082			
	المجموع	400	2.7900	.50153			

#### تشير نتائج التحليل الإحصائي للجدول السابق إلى:

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الدولة التي ينتمي إليها المبحوثين، ورؤيتهم لنوعية التحديات السياسية المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على المستوى القومي؛ حيث بلغت قيمة F.339، عند مستوى معنوية.797، وبذلك تكون غير دالة.

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير الدولة التي ينتمي إليها المبحوثين، ورؤيتهم لنوعية التحديات الاجتماعية المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على المستوى القومي؛ حيث بلغت قيمة F 2.081، عند مستوى معنوية.102، وهي غير دالة أيضا.

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير الدولة التي ينتمي إليها المبحوثين، ورؤيتهم لنوعية التحديات الأمنية المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على المستوى القومي؛ حيث بلغت قيمة F.486، عند مستوى معنوية.692، وهي بذلك غير دالة أيضا.

الأمر الذي يشير إلى أنه لم تكن هناك اختلافات واضحة بين الدولة التي ينتمي إليها المبحوثين، ورؤيتهم للتحديات المترتبة على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على المستوى القومي.

جدول (30) يوضح دلالة الفروق بين المستوى الاقتصادي الاجتماعي للمبحوثين ورؤيتهم للتحديات المترتبة على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على المستوى القومي.

التحديات	المستوى الاقتصادي الاجتماعي	العدد N	المتوسط الحسابي Mean	الانحراف المعياري	درجات الحرية df	قيمة F	مستوى المعنوية Sig
السياسية	منخفض	72	2.6389	.61221	2 397	2.400	.092
	متوسط	217	2.7880	.51031			
	مرتفع	111	2.7928	.50663			
	المجموع	400	2.7625	.53085			
الاجتماعية	منخفض	72	2.7500	.49647	2 397	3.351	.036
	متوسط	217	2.8664	.40325			
	مرتفع	111	2.9009	.30015			
	المجموع	400	2.8550	.39922			
الأمنية	منخفض	72	2.6250	.61524	2 397	5.150	.006
	متوسط	217	2.8111	.48712			
	مرتفع	111	2.8559	.42312			
	المجموع	400	2.7900	.50153			

تشير نتائج التحليل الإحصائي للجدول السابق إلى:

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المستوى الاقتصادي الاجتماعي للمبحوثين، ورؤيتهم لنوعية التحديات السياسية المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على المستوى القومي؛ حيث بلغت قيمة F 2.400، عند مستوى معنوية 0.092، وبذلك تكون غير دالة.

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المستوى الاقتصادي الاجتماعي للمبحوثين، ورؤيتهم لنوعية التحديات الاجتماعية المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على المستوى القومي؛ حيث بلغت قيمة F 3.351، عند مستوى معنوية 0.036، وقد جاءت الفروق لصالح المستوى الاقتصادي الاجتماعي المرتفع 0.036، أي أن هذه الفئة من المستخدمين لديهم رؤية وإدراك أكثر من غيرهم للتحديات الاجتماعية المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على المستوى القومي.

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المستوى الاقتصادي الاجتماعي للمبحوثين، ورؤيتهم لنوعية التحديات الأمنية المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على المستوى القومي.

القومي؛ حيث بلغت قيمة  $F$  5.150، عند مستوى معنوية 0.006؛ حيث جاءت الفروق لصالح كل من المستوي الاجتماعي الاقتصادي المتوسط والمرتفع، أي أن هاتين الفئتين من المستخدمين لديهم رؤية وإدراك أكثر من غيرهم للتحديات الأمنية المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على المستوى القومي.

الأمر الذي يشير إلى وجود اختلافات واضحة بين المستوي الاقتصادي الاجتماعي للمبحوثين، ورؤيتهم وإدراكهم لطبيعة التحديات الاجتماعية، والأمنية المترتبة على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على المستوى القومي، في حين لا توجد اختلافات بينهم فيما يتعلق بالتحديات السياسية المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي.

بناءً على التحليل السابق يثبت جزئياً صحة فرضية وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الخصائص الديموغرافية للمبحوثين ورؤيتهم للتحديات المترتبة على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على المستوى القومي؛ حيث ثبتت بالنسبة لمتغيري المستوى التعليمي، والمستوي الاقتصادي الاجتماعي للمبحوثين، بينما لم يثبت على مستويات النوع الاجتماعي، والتخصص، والعمر، والجنسية.

الفرض الرابع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الخصائص الديموغرافية للمبحوثين ورؤيتهم للتحديات المترتبة على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على المستوى العالمي.

جدول (31) يوضح دلالة الفروق بين النوع الاجتماعي للمبحوثين ورؤيتهم للتحديات المترتبة على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على المستوى العالمي.

التحديات	النوع	العدد N	المتوسط الحسابي Mean	الانحراف المعياري	قيمة T	درجات الحرية df	مستوى المعنوية Sig
السياسية	ذكر	126	2.8016	.47362	.027	398	.978
	أنثى	274	2.8029	.44210			
الثقافية	ذكر	126	2.8889	.40442	.515	398	.607
	أنثى	274	2.9088	.33545			
الاجتماعية	ذكر	126	2.8016	.52184	.761	398	.447
	أنثى	274	2.8394	.43194			
الاقتصادية	ذكر	126	2.7460	.55044	.519	398	.604
	أنثى	274	2.7737	.46869			

### تشير نتائج التحليل الإحصائي للجدول السابق إلى:

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير النوع الاجتماعي للمبحوثين، ورؤيتهم لنوعية التحديات السياسية المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على المستوى العالمي؛ حيث بلغت قيمة T.027، عند مستوى معنوية.978، وبذلك تكون غير دالة.
  - عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير النوع الاجتماعي للمبحوثين، ورؤيتهم لنوعية التحديات الثقافية المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على المستوى العالمي؛ حيث بلغت قيمة T 515، عند مستوى معنوية.607، وهي بذلك غير دالة أيضا.
  - عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير النوع الاجتماعي للمبحوثين، ورؤيتهم لنوعية التحديات الاجتماعية المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على المستوى العالمي؛ حيث بلغت قيمة T.761، عند مستوى معنوية.447، وهي بذلك غير دالة أيضا.
  - عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير النوع الاجتماعي للمبحوثين، ورؤيتهم لنوعية التحديات الاقتصادية المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على المستوى القومي؛ حيث بلغت قيمة T.519، عند مستوى معنوية.604، وهي بذلك غير دالة أيضا.
- الأمر الذي يشير إلى أنه لم تكن هناك اختلافات واضحة بين النوع الاجتماعي للمبحوثين، ورؤيتهم وإدراكهم لطبيعة التحديات المختلفة المترتبة على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على المستوى العالمي.

جدول (32) يوضح دلالة الفروق بين تخصص المبحوثين ورؤيتهم للتحديات المترتبة على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على المستوى العالمي.

التحديات	التخصص	العدد N	المتوسط الحسابي Mean	الانحراف المعياري	قيمة T	درجات الحرية df	مستوى المعنوية Sig
السياسية	إنساني	316	2.8259	.41948	2.022	398	.044
	تطبيقي	84	2.7143	.55039			
الثقافية	إنساني	316	2.9209	.30354	1.999	398	.046
	تطبيقي	84	2.8333	.51092			
الاجتماعية	إنساني	316	2.8576	.39276	2.545	398	.011
	تطبيقي	84	2.7143	.65070			
الاقتصادية	إنساني	316	2.7816	.47118	1.305	398	.193
	تطبيقي	84	2.7024	.57623			

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين التخصص العلمي للمبجوثين، ورؤيتهم لنوعية التحديات السياسية المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على المستوى العالمي؛ حيث بلغت قيمة T.705، عند مستوى معنوية.481، وقد جاءت الفروق لصالح التخصصات الإنسانية، أي أن هذه الفئة من المستخدمين لديهم رؤية وإدراك أكثر من غيرهم للتحديات السياسية المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على المستوى العالمي.

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين التخصص العلمي للمبجوثين، ورؤيتهم لنوعية التحديات الثقافية المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على المستوى العالمي؛ حيث بلغت قيمة T 1.999، عند مستوى معنوية.046، وقد جاءت الفروق لصالح التخصصات الإنسانية، أي أن هذه الفئة من المستخدمين لديهم رؤية وإدراك أكثر من غيرهم للتحديات الثقافية المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على المستوى العالمي.

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين التخصص العلمي للمبجوثين، ورؤيتهم لنوعية التحديات الاجتماعية المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على المستوى العالمي؛ حيث بلغت قيمة T 2.545، عند مستوى معنوية.011، وقد جاءت الفروق لصالح التخصصات الإنسانية، أي أن هذه الفئة من المستخدمين لديهم رؤية وإدراك أكثر من غيرهم للتحديات الاجتماعية المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على المستوى العالمي.

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين التخصص العلمي للمبجوثين، ورؤيتهم لنوعية التحديات الاقتصادية المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على المستوى العالمي؛ حيث بلغت قيمة T 1.305، عند مستوى معنوية.193، وهي بذلك غير دالة.

الأمر الذي يشير إلى وجود اختلافات واضحة بين تخصص المبجوثين، ورؤيتهم وإدراكهم لطبيعة التحديات السياسية، والثقافية، والاجتماعية المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، في حين لم تكن هناك اختلافات واضحة بين تخصص المبجوثين ورؤيتهم وإدراكهم لطبيعة التحديات الاقتصادية المترتبة على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على المستوى العالمي.

جدول (33) يوضح دلالة الفروق بين الفئات العمرية للمبحوثين ورؤيتهم للتحديات المترتبة على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على المستوى العالمي.

التحديات	العمر	العدد N	المتوسط الحسابي Mean	الانحراف المعياري	درجات الحرية df	قيمة F	مستوى المعنوية Sig
السياسية	من 18 إلى أقل من 25	181	2.8011	.41392	4 395	1.721	.144
	من 25 إلى أقل من 35	96	2.8333	.42715			
	من 35 إلى أقل من 45	66	2.8182	.46107			
	من 45 إلى أقل من 55	43	2.8140	.50028			
	55 عاما فأكثر	14	2.5000	.75955			
	المجموع	400	2.8025	.45167			
الثقافية	من 18 إلى أقل من 25	181	2.8840	.35405	4 395	.358	.839
	من 25 إلى أقل من 35	96	2.9271	.33229			
	من 35 إلى أقل من 45	66	2.9091	.38139			
	من 45 إلى أقل من 55	43	2.9302	.33773			
	55 عاما فأكثر	14	2.8571	.53452			
	المجموع	400	2.9025	.35821			
الاجتماعية	من 18 إلى أقل من 25	181	2.8011	.46452	4 395	1.312	.265
	من 25 إلى أقل من 35	96	2.9167	.34540			
	من 35 إلى أقل من 45	66	2.7727	.54900			
	من 45 إلى أقل من 55	43	2.8372	.53141			
	55 عاما فأكثر	14	2.7857	.42582			
	المجموع	400	2.8275	.46182			
الاقتصادية	من 18 إلى أقل من 25	181	2.6851	.53255	4 395	2.286	.060
	من 25 إلى أقل من 35	96	2.8542	.43478			
	من 35 إلى أقل من 45	66	2.8182	.46107			
	من 45 إلى أقل من 55	43	2.8140	.45018			
	55 عاما فأكثر	14	2.7857	.57893			
	المجموع	400	2.7650	.49537			

### تشير نتائج التحليل الإحصائي للجدول السابق إلى:

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الفئات العمرية للمبحوثين، ورؤيتهم لنوعية التحديات السياسية المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على المستوى العالمي؛ حيث بلغت قيمة  $F$  1.721، عند مستوى معنوية 144، وبذلك تكون غير دالة.

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الفئات العمرية للمبحوثين، ورؤيتهم لنوعية التحديات الثقافية المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على المستوى العالمي؛ حيث بلغت قيمة  $F$  3.358، عند مستوى معنوية 839، وبذلك تكون غير دالة.

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الفئات العمرية للمبحوثين، ورؤيتهم لنوعية التحديات الاجتماعية المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على المستوى العالمي؛ حيث بلغت قيمة  $F$  1.312، عند مستوى معنوية 265، وهي بذلك غير دالة أيضا.

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الفئات العمرية للمبحوثين، ورؤيتهم لنوعية التحديات الاقتصادية المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على المستوى العالمي؛ حيث بلغت قيمة  $F$  2.286، عند مستوى معنوية 060، وهي بذلك تكون غير دالة أيضا.

الأمر الذي يشير إلى أنه لم تكن هناك اختلافات واضحة بين الفئات العمرية للمبحوثين، ورؤيتهم للتحديات المترتبة على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على المستوى العالمي.

### جدول (34) يوضح دلالة الفروق بين المستوي التعليمي للمبحوثين ورؤيتهم للتحديات المترتبة على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على المستوى العالمي.

التحديات	التعليم	العدد N	المتوسط الحسابي Mean	الانحراف المعياري	درجات الحرية df	قيمة F	مستوى المعنوية Sig
السياسية	متوسط	18	2.3889	.60768	2 397	8.304	.000
	جامعي	236	2.8136	.42173			
	فوق جامعي	146	2.8356	.45527			
	المجموع	400	2.8025	.45167			
الثقافية	متوسط	18	2.8889	.47140	2 397	2.905	.056
	جامعي	236	2.8686	.40700			
	فوق جامعي	146	2.9589	.23124			
	المجموع	400	2.9025	.35821			

.000	16.358	2 397	.89479	2.2778	18	متوسط	الاجتماعية
			.43840	2.8178	236	جامعي	
			.36993	2.9110	146	فوق جامعي	
			.46182	2.8275	400	المجموع	
.001	7.492	2 397	.70479	2.4444	18	متوسط	الاقتصادية
			.49955	2.7288	236	جامعي	
			.43359	2.8630	146	فوق جامعي	
			.49537	2.7650	400	المجموع	

#### تشير نتائج التحليل الإحصائي للجدول السابق إلى:

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المستوي التعليمي للمبحوثين، ورؤيتهم لنوعية التحديات السياسية المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على المستوى العالمي؛ حيث بلغت قيمة  $F_{8.304}$ ، عند مستوى معنوية 000، وقد جاءت الفروق لصالح فئتي التعليم الجامعي وفوق الجامعي، أي أن هاتين الفئتين من المستخدمين لديهما رؤية وإدراك أكثر من غيرهم لطبيعة التحديات السياسية المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على المستوى العالمي.

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المستوي التعليمي للمبحوثين، ورؤيتهم لنوعية التحديات الثقافية المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على المستوى العالمي؛ حيث بلغت قيمة  $F_{2.905}$ ، عند مستوى معنوية 056، وبذلك تكون غير دالة.

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المستوي التعليمي للمبحوثين، ورؤيتهم لنوعية التحديات الاجتماعية المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على المستوى العالمي؛ حيث بلغت قيمة  $F_{16.358}$ ، عند مستوى معنوية 000، وقد جاءت الفروق لصالح فئة التعليم فوق الجامعي، أي أن هذه الفئة من المستخدمين لديهم رؤية وإدراك أكثر من غيرهم للتحديات الاجتماعية المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على المستوى العالمي.

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المستوي التعليمي للمبحوثين، ورؤيتهم لنوعية التحديات الاقتصادية المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على المستوى العالمي؛ حيث بلغت قيمة  $F_{7.492}$ ، عند مستوى معنوية 001؛ حيث جاءت الفروق لصالح فئة التعليم فوق الجامعي، أي أن هذه الفئة من المستخدمين لديهم رؤية وإدراك أكثر من غيرهم للتحديات الأمنية الاقتصادية على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على المستوى العالمي.

الأمر الذي يشير إلى وجود اختلافات واضحة بين المستوي التعليمي للمبحوثين، ورؤيتهم للتحديات السياسية، والاجتماعية، والاقتصادية المترتبة على استخدام مواقع التواصل

الاجتماعي على المستوى العالمي، فحين لا توجد اختلافات واضحة بينهم فيما يتعلق بالتحديات الثقافية المترتبة على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على المستوى العالمي.

جدول (35) يوضح دلالة الفروق بين الدولة التي ينتمي إليها المبحوثين ورؤيتهم للتحديات المترتبة على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على المستوى العالمي.

التحديات	الجنسية	العدد N	المتوسط الحسابي Mean	الانحراف المعياري	درجات الحرية df	قيمة F	مستوى المعنوية Sig
السياسية	مصر	188	2.7766	.48846	3 396	1.122	.340
	السعودية	161	2.8447	.38012			
	تونس	28	2.8214	.47559			
	سوريا	23	2.6957	.55880			
	المجموع	400	2.8025	.45167			
الثقافية	مصر	188	2.9149	.36298	3 396	1.131	.336
	السعودية	161	2.8758	.36670			
	تونس	28	3.0000	.00000			
	سوريا	23	2.8696	.45770			
	المجموع	400	2.9025	.35821			
الاجتماعية	مصر	188	2.7926	.54188	3 396	1.100	.349
	السعودية	161	2.8571	.36839			
	تونس	28	2.9286	.26227			
	سوريا	23	2.7826	.51843			
	المجموع	400	2.8275	.46182			
الاقتصادية	مصر	188	2.7500	.56289	3 396	1.228	.299
	السعودية	161	2.7640	.44039			
	تونس	28	2.9286	.26227			
	سوريا	23	2.6957	.47047			
	المجموع	400	2.7650	.49537			

تشير نتائج التحليل الإحصائي للجدول السابق إلى:

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الدولة التي ينتمي إليها المبحوثين، ورؤيتهم لنوعية التحديات السياسية المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على المستوى العالمي؛ حيث بلغت قيمة F 1.122، عند مستوى معنوية 0.340، وبذلك تكون غير دالة.

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الدولة التي ينتمي إليها المبحوثين، ورؤيتهم لنوعية التحديات الثقافية المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على المستوى العالمي؛ حيث بلغت قيمة  $F = 1.131$ ، عند مستوى معنوية 336، وهي بذلك غير دالة أيضا.

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الدولة التي ينتمي إليها المبحوثين، ورؤيتهم لنوعية التحديات الاجتماعية المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على المستوى العالمي؛ حيث بلغت قيمة  $F = 1.100$ ، عند مستوى معنوية 349، وهي بذلك غير دالة أيضا.

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الدولة التي ينتمي إليها المبحوثين، ورؤيتهم لنوعية التحديات الاقتصادية المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على المستوى العالمي؛ حيث بلغت قيمة  $F = 1.228$ ، عند مستوى معنوية 299، وهي بذلك غير دالة أيضا.

الأمر الذي يشير إلى أنه لم تكن هناك اختلافات واضحة بين الدولة التي ينتمي إليها المبحوثين، ورؤيتهم للتحديات المختلفة المترتبة على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على المستوى العالمي.

**جدول (36) يوضح دلالة الفروق بين المستوى الاقتصادي الاجتماعي للمبحوثين ورؤيتهم للتحديات المترتبة على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على المستوى العالمي.**

التحديات	المستوى الاقتصادي الاجتماعي	العدد N	المتوسط الحسابي Mean	الانحراف المعياري	درجات الحرية df	قيمة F	مستوى المعنوية Sig
السياسية	منخفض	72	2.6806	.49863	2 397	3.274	.039
	متوسط	217	2.8341	.40841			
	مرتفع	111	2.8198	.48986			
	المجموع	400	2.8025	.45167			
الثقافية	منخفض	72	2.8472	.43313	2 397	1.058	.348
	متوسط	217	2.9124	.34249			
	مرتفع	111	2.9189	.33399			
	المجموع	400	2.9025	.35821			
الاجتماعية	منخفض	72	2.6528	.58526	2 397	6.739	.001
	متوسط	217	2.8525	.44763			
	مرتفع	111	2.8919	.36560			
	المجموع	400	2.8275	.46182			
الاقتصادية	منخفض	72	2.6389	.53879	2 397	4.279	.015
	متوسط	217	2.7604	.50708			
	مرتفع	111	2.8559	.42312			
	المجموع	400	2.7650	.49537			

### تشير نتائج التحليل الإحصائي للجدول السابق إلى:

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المستوى الاقتصادي الاجتماعي للمبحوثين، ورؤيتهم لنوعية التحديات السياسية المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على المستوى العالمي؛ حيث بلغت قيمة  $F$  3.274، عند مستوى معنوية 0.039، وقد جاءت الفروق لصالح فئتي المستوى الاقتصادي الاجتماعي المتوسط والمرتفع، أي أن هاتين الفئتين من المستخدمين لديهما رؤية وإدراك أكثر من غيرهما للتحديات السياسية المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على المستوى العالمي.

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المستوى الاقتصادي الاجتماعي للمبحوثين، ورؤيتهم لنوعية التحديات الثقافية المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على المستوى العالمي؛ حيث بلغت قيمة  $F$  1.058، عند مستوى معنوية 0.348، وبذلك تكون غير دالة.

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المستوى الاقتصادي الاجتماعي للمبحوثين، ورؤيتهم لنوعية التحديات الاجتماعية المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على المستوى العالمي؛ حيث بلغت قيمة  $F$  6.739، عند مستوى معنوية 0.001، وقد جاءت الفروق لصالح فئتي المستوى الاقتصادي الاجتماعي المتوسط والمرتفع، أي أن هاتين الفئتين من المستخدمين لديهما رؤية وإدراك أكثر من غيرهم للتحديات الاجتماعية المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على المستوى العالمي.

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المستوى الاقتصادي الاجتماعي للمبحوثين، ورؤيتهم لنوعية التحديات الاقتصادية المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على المستوى العالمي؛ حيث بلغت قيمة  $F$  4.279، عند مستوى معنوية 0.015؛ حيث جاءت الفروق لصالح فئة المستوى الاقتصادي الاجتماعي المرتفع، أي أن هذه الفئة من المستخدمين لديهم رؤية وإدراك أكثر من غيرهم للتحديات الاقتصادية المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على المستوى العالمي.

الأمر الذي يشير إلى وجود اختلافات واضحة بين المستوى الاقتصادي الاجتماعي للمبحوثين، ورؤيتهم للتحديات المترتبة على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على المستوى العالمي خاصة بين المستوى الاقتصادي الاجتماعي المرتفع.

بناءً على التحليل السابق يثبت جزئياً صحة فرضية وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الخصائص الديموغرافية للمبحوثين ورؤيتهم للتحديات المترتبة على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على المستوى العالمي؛ حيث ثبتت بالنسبة لمتغيرات التخصص، والمستوى التعليمي، والمستوى الاقتصادي الاجتماعي للمبحوثين، بينما لم تثبت على مستويات النوع الاجتماعي، والعمر، الجنسية.

**الفرض الخامس:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وكثافة الاستخدام.

جدول (37) يوضح العلاقة بين دوافع استخدام عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي وكثافة الاستخدام

كثافة الاستخدام	دوافع الاستخدام	
.190	معامل الارتباط	الدوافع بصفة عامة
.000	مستوي الدلالة	
400	العدد	
.205	معامل الارتباط	الدوافع النفسية
.000	مستوي الدلالة	
400	العدد	
.111	معامل الارتباط	الدوافع الطقوسية
.026	مستوي الدلالة	
400	العدد	

يشير تحليل الإحصائي للجدول السابق إلى وجود علاقة ارتباطية طردية بين دوافع استخدام الباحثين عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي، وكثافة تعرضهم لهذه المواقع بصفة عامة؛ حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون.190، وهي دالة عند مستوى معنوية.000، أي أنه كلما زادت دوافع تعرض الباحثين لمواقع التواصل الاجتماعي زادت كثافة تعرضهم لهذه المواقع، هذا ولم تختلف هذه النتيجة فيما يتعلق بكل من الدوافع النفسية؛ حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون.205، وهي دالة عند مستوى معنوية.000، وكذلك الحال فيما يتعلق بالدوافع الطقوسية؛ حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون.111، وهي دالة عند درجة معنوية.0026.

**بناءً على التحليل السابق تثبت صحة فرضية وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وكثافة الاستخدام.**

**الفرض السادس:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام الباحثين لمواقع التواصل الاجتماعي، ورويتهم للتحديات المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على المستويات التالية:

- (أ) المستوى الشخصي.
- (ب) المستوى القومي.
- (ج) المستوى العالمي.

جدول (38) يوضح العلاقة بين كثافة استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي، ورؤيتهم للتحديات المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على المستويات (الشخصي، القومي، العالمي)

مستوي التحدي	التحديات	المعامل	كثافة الاستخدام
تحديات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على المستوى الشخصي	جرائم الآداب العامة	معامل الارتباط	-001
		مستوي الدلالة	.978
		العدد	400
	جرائم القذف والسب	معامل الارتباط	-035
		مستوي الدلالة	.491
		العدد	400
	جرائم المعلومات	معامل الارتباط	.005
		مستوي الدلالة	.915
		العدد	400
تحديات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على المستوى القومي	التحديات السياسية	معامل الارتباط	.020
		مستوي الدلالة	.694
		العدد	400
	التحديات الاجتماعية	معامل الارتباط	.010
		مستوي الدلالة	.844
		العدد	400
	التحديات الأمنية	معامل الارتباط	-.031
		مستوي الدلالة	.539
		العدد	400
تحديات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على المستوى العالمي	التحديات السياسية	معامل الارتباط	.059
		مستوي الدلالة	.238
		العدد	400
	التحديات الثقافية	معامل الارتباط	.039
		مستوي الدلالة	.435
		العدد	400
	التحديات الاجتماعية	معامل الارتباط	.032
		مستوي الدلالة	.527
		العدد	400
التحديات الاقتصادية	معامل الارتباط	.095	
	مستوي الدلالة	.056	
	العدد	400	

تشير نتائج التحليل الإحصائي للجدول السابق إلى عدم وجود علاقة ارتباطية بين كثافة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، ورؤية المبحوثين وإدراكهم للتحديات المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي سواء على المستوى الشخصي، أو القومي، أو العالمي، ويمكن توضيح ذلك تفصيلاً على النحو التالي:

- عدم وجود علاقة ارتباطية بين كثافة استخدام المبحوثين لوسائل التواصل الاجتماعي، ورؤيتهم للجرائم العامة كأحد تحديات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على المستوى الشخصي؛ حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون 0.001-، عند مستوى معنوية 978، وهي غير دالة.

- عدم وجود علاقة ارتباطية بين كثافة استخدام المبحوثين لوسائل التواصل الاجتماعي، ورؤيتهم لجرائم القذف والسب كأحد تحديات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على المستوى الشخصي؛ حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون 0.035-، عند مستوى معنوية 491، وهي غير دالة.

- عدم وجود علاقة ارتباطية بين كثافة استخدام المبحوثين لوسائل التواصل الاجتماعي، ورؤيتهم لجرائم المعلومات كأحد تحديات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على المستوى الشخصي؛ حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون 0.005، عند مستوى معنوية 915، وهي غير دالة.

- عدم وجود علاقة ارتباطية بين كثافة استخدام المبحوثين لوسائل التواصل الاجتماعي، ورؤيتهم للتحديات السياسية المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على المستوى القومي؛ حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون 0.020، عند مستوى معنوية 694، وهي غير دالة.

- عدم وجود علاقة ارتباطية بين كثافة استخدام المبحوثين لوسائل التواصل الاجتماعي، ورؤيتهم للتحديات الاجتماعية المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على المستوى القومي؛ حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون 0.010، عند مستوى معنوية 844، وهي غير دالة أيضا.

- عدم وجود علاقة ارتباطية بين كثافة استخدام المبحوثين لوسائل التواصل الاجتماعي، ورؤيتهم للتحديات الأمنية المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على المستوى القومي؛ حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون 0.031-، عند مستوى معنوية 539، وهي بذلك غير دالة أيضا.

- عدم وجود علاقة ارتباطية بين كثافة استخدام المبحوثين لوسائل التواصل الاجتماعي، ورؤيتهم للتحديات السياسية المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على المستوى العالمي؛ حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون 0.059، عند مستوى معنوية 238، وهي غير دالة.

- عدم وجود علاقة ارتباطية بين كثافة استخدام المبحوثين لوسائل التواصل الاجتماعي، ورؤيتهم للتحديات الثقافية المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على المستوى العالمي؛ حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون.039، عند مستوى معنوية.435، وهي غير دالة.

- عدم وجود علاقة ارتباطية بين كثافة استخدام المبحوثين لوسائل التواصل الاجتماعي، ورؤيتهم للتحديات الاجتماعية المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على المستوى العالمي؛ حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون.032، عند مستوى معنوية.527، وهي غير دالة.

- عدم وجود علاقة ارتباطية بين كثافة استخدام المبحوثين لوسائل التواصل الاجتماعي، ورؤيتهم للتحديات الاقتصادية المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على المستوى العالمي؛ حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون.095، عند مستوى معنوية.056، وهي بذلك غير دالة.

نتاج ما سبق يثبت عدم صحة فرضية وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي، ورؤيتهم للتحديات المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على المستويات التالية (المستوي الشخصي، المستوى القومي، المستوى العالمي).

الفرض السابع: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي ورؤيتهم وإدراكهم للتحديات التي تواجه المستخدمين على المستويات التالية:

(أ) المستوى الشخصي.

(ب) المستوى القومي.

(ح) المستوى العالمي.

جدول (39) يوضح علاقة دوافع استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي، ورؤيتهم للتحديات المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على المستويات (الشخصي، القومي، العالمي)

كثافة الاستخدام	المعامل	التحديات	مستوي التحدي
.045	معامل الارتباط	جرائم الآداب العامة	تحديات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على المستوى الشخصي
.364	مستوي الدلالة		
400	العدد		
.038	معامل الارتباط	جرائم القذف والسب	
.452	مستوي الدلالة		
400	العدد		
.016	معامل الارتباط	جرائم المعلومات	
.755	مستوي الدلالة		
400	العدد		

.068	معامل الارتباط	التحديات السياسية	تحديات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على المستوى القومي
.176	مستوي الدلالة		
400	العدد		
.029	معامل الارتباط	التحديات الاجتماعية	
.559	مستوي الدلالة		
400	العدد		
.046	معامل الارتباط	التحديات الأمنية	
.356	مستوي الدلالة		
400	العدد		
.128	معامل الارتباط	التحديات السياسية	تحديات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على المستوى العالمي
.010	مستوي الدلالة		
400	العدد		
.103	معامل الارتباط	التحديات الثقافية	
.040	مستوي الدلالة		
400	العدد		
.106	معامل الارتباط	التحديات الاجتماعية	
.034	مستوي الدلالة		
400	العدد		
.045	معامل الارتباط	التحديات الاقتصادية	
.368	مستوي الدلالة		
400	العدد		

#### تشير نتائج التحليل الإحصائي للجدول السابق إلى:

- عدم وجود علاقة ارتباطية بين دوافع استخدام المبحوثين لوسائل التواصل الاجتماعي، ورؤيتهم لجرائم الآداب العامة، كأحد تحديات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على المستوى الشخصي؛ حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون.045، عند مستوى معنوية.364، وهي غير دالة.

- عدم وجود علاقة ارتباطية بين دوافع استخدام المبحوثين لوسائل التواصل الاجتماعي، ورؤيتهم لجرائم القذف والسب، كأحد تحديات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على المستوى الشخصي؛ حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون.038، عند مستوى معنوية.452، وهي غير دالة.

- عدم وجود علاقة ارتباطية بين دوافع استخدام المبحوثين لوسائل التواصل الاجتماعي، ورؤيتهم لجرائم المعلومات، كأحد تحديات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على المستوى الشخصي؛ حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون.016، عند مستوى معنوية.755، وهي غير دالة.

- عدم وجود علاقة ارتباطية بين دوافع استخدام المبحوثين لوسائل التواصل الاجتماعي، ورؤيتهم للتحديات السياسية المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على المستوى القومي؛ حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون.068، عند مستوى معنوية.176، وهي غير دالة.

- عدم وجود علاقة ارتباطية بين دوافع استخدام المبحوثين لوسائل التواصل الاجتماعي، ورؤيتهم للتحديات الاجتماعية المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على المستوى القومي؛ حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون.029، عند مستوى معنوية.559، وهي غير دالة.

- عدم وجود علاقة ارتباطية بين دوافع استخدام المبحوثين لوسائل التواصل الاجتماعي، ورؤيتهم للتحديات الأمنية المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على المستوى القومي؛ حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون.046، عند مستوى معنوية.356، وهي غير دالة.

- وجود علاقة ارتباطية طردية بين دوافع استخدام المبحوثين لوسائل التواصل الاجتماعي، ورؤيتهم للتحديات السياسية المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على المستوى العالمي؛ حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون.128، وهي دالة عند مستوى معنوية.010، أي أنه كلما زادت دوافع المبحوثين لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي زادت رؤيتهم وإدراكهم لطبيعة التحديات السياسية المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي.

- وجود علاقة ارتباطية طردية بين دوافع استخدام المبحوثين لوسائل التواصل الاجتماعي، ورؤيتهم للتحديات الثقافية المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على المستوى العالمي؛ حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون.103، وهي دالة عند مستوى معنوية.040، أي أنه كلما زادت دوافع المبحوثين لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي زادت رؤيتهم وإدراكهم لطبيعة التحديات الثقافية المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي.

- وجود علاقة ارتباطية طردية بين دوافع استخدام المبحوثين لوسائل التواصل الاجتماعي، ورؤيتهم للتحديات الاجتماعية المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على المستوى العالمي؛ حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون.106، وهي دالة عند مستوى معنوية.034، أي أنه كلما زادت دوافع المبحوثين لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي زادت رؤيتهم وإدراكهم لطبيعة التحديات الاجتماعية المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي.

- عدم وجود علاقة ارتباطية بين دوافع استخدام المبحوثين لوسائل التواصل الاجتماعي، ورؤيتهم للتحديات الاقتصادية المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على المستوى العالمي؛ حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون.045، عند مستوى معنوية.368، وهي غير دالة.

نتاج ما سبق يثبت جزئياً صحة فرضية وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي، ورويتهم للتحديات المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على المستويات التالية (المستوي الشخصي، المستوى القومي، المستوى العالمي)؛ حيث ثبتت على مستوى التحديات المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على المستوى العالمي، بينما لم تثبت على مستويات التحديات المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على المستويين الشخصي، والقومي.

خاتمة الدراسة:

مناقشة نتائج الدراسة في ضوء الإطار النظري، ونتائج الدراسات السابقة:

سعت الدراسة الحالية إلى تحقيق عدد من الأهداف التي تتمثل في التعرف على طبيعة علاقة المستخدم العربي بوسائل التواصل الاجتماعي، من حيث كثافة تعرضه وأهم التطبيقات التي تحظى باهتمامه، هذا بالإضافة إلى معرفة أسباب، ودوافع تعرضه لوسائل التواصل الاجتماعي، وكذلك رؤيته وإدراكه لأهم التحديات الأخلاقية، والقانونية المترتبة على استخدامها على المستويات الشخصية والقومية والعالمية، كما استهدفت الدراسة أيضاً التعرف على رؤية المستخدم العربي لمواجهة التحديات الأخلاقية والقانونية المترتبة على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، وذلك من خلال تطبيق استمارة استبيان إلكترونية تم توجيهها إلى عينة من المستخدمين العرب في أربع دول عربية هي مصر، السعودية، تونس، سوريا، بأسلوب العينة المتاحة، من خلال آلية كرة الثلج، وقد توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- توصلت نتائج الدراسة الميدانية حول مدي تعرض عينة الدراسة من المستخدمين العرب إلى ارتفاع كثافة تعرض المستخدمين في الدول الأربع عينة الدراسة لوسائل التواصل الاجتماعي؛ حيث أكدت أغلبية عينة الدراسة بنسبة بلغت 78.8% أنهم يتعرضون بشكل دائم لوسائل التواصل الاجتماعي، وأشارت نسبة 16.8% أنهم غالباً ما يتعرضون لها، بينما أكد 4.0% أنهم أحياناً ما يتعرضون لوسائل التواصل الاجتماعي، وأخير ذكر 0.5% أنهم نادراً ما يتعرضون لها، ويشير التحليل الأخير لهذه النتيجة إلى وجود اتفاق بين عينة الدراسة على أن وسائل التواصل الاجتماعي قد أصبحت جزءاً هاماً في الحياة اليومية للمستخدم العربي، وذلك بالرغم مما قد يترتب على استخدامها من مخاطر وتحديات أثبتتها العديد من الدراسات، وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة ( جودة 2021) التي أكدت على ارتفاع نسبة اهتمام الجمهور باقتناء حساب على أحد مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 59.7% من إجمالي العينة، وهو ما يؤكد ارتفاع مستوى وعي الجمهور بأهمية مواقع التواصل الاجتماعي.

- وفيما يتعلق بالفروق في كثافة التعرض بين عينة الدراسة، أشارت نتائج التحليل الإحصائي إلى أن الإناث أكثر تعرضاً لوسائل التواصل الاجتماعي، كما جاءت الفئة العمرية من 18 إلى أقل من 25 كأكثر الفئات العمرية تعرضاً لوسائل التواصل الاجتماعي، وأخيراً جاء المستخدم السعودي كأكثر المستخدمين العرب استخداماً لوسائل التواصل الاجتماعي وفقاً لعينة الدراسة.

- وأشارت نتائج الدراسة الميدانية إلى أن تطبيق "واتس آب" جاء كأكثر التطبيقات استخداماً من قبل المستخدمين العرب عينة الدراسة؛ حيث أكد 95.17% من إجمالي المبحوثين ذلك، وبالرغم من تباين اختيارات المبحوثين فيما يتعلق بباقي التطبيقات، إلا أنه يمكننا القول بأن التطبيقات التي تتيح إنتاج، أو مشاركة أنماط مختلفة من المحتويات جاءت في قمة اختيارات ثلاث دول من عينة الدراسة هي مصر، وتونس، وسوريا، في حين فضل المستخدم السعودي التطبيقات التي تتيح إنتاج، أو مشاركة الصور والنصوص القصيرة، ويتفق ذلك مع ما توصلت إليه الدراسة التي أجرتها (جودة 2021) حول مواقع التواصل الاجتماعي وشائعات كوفيد 19؛ حيث أشارت إلى أن أكثر التطبيقات التي تم توظيفها في نشر الشائعات كانت الواتس آب، تلاها موقع فيس بوك، ثم موقع سناب، وأخيراً موقع اليوتيوب، الأمر الذي يشير إلى أن هذه التطبيقات هي الأعلى استخداماً.

- كما انتهت نتائج الدراسة الميدانية إلى تعدد أسباب استخدام المبحوثين عينة الدراسة لوسائل التواصل الاجتماعي، وقد جاء في مقدمتها أنها تقدم أنماطاً مختلفة من المحتوى (فيديوهات، صور، نصوص، صوت) بنسبة 93.40%، تلاها أنها وسائل يسهل التعامل معها بنسبة 92.02%، ثم أنها وسيلة يتنوع محتواها (ترفيهي، تعليمي، سياسي، اقتصادي، ثقافي...) بنسبة 91.25%، جاء بعد ذلك أنها وسيلة يتم تحديث محتواها بشكل فوري بنسبة 89.45%، وبنسبة مقاربة بلغت 89.30% جاء أنها وسيلة يسهل من خلالها البحث عن المعلومات أو الأشخاص، وذكر 88.955 أنها وسيلة تساعد مستخدميها على التفاعل المباشر مع الغير، وأخيراً جاء أنها وسيلة تنسم بجرأتها في طرح القضايا بنسبة 86.95% كأخر أسباب استخدام المبحوثين لوسائل التواصل الاجتماعي، ويشير التحليل الأخير لهذه النتائج إلى أن أكثر أسباب استخدام المبحوثين عينة الدراسة لوسائل التواصل الاجتماعي تتعلق بمدى ثراء الوسيلة فضلاً عما تتمتع به من يسر الاستخدام، في حين تأتي الأسباب المتعلقة بنوعية الطرح الذي يقدم من خلال هذه الوسائل في نهاية الأسباب التي تجذب المستخدمين، مما يشير إلى أن طبيعة المحتوى الذي يتم تقديمه عبر وسائل التواصل الاجتماعي لا يعد أهم عوامل جذب المستخدم العربي في استخدامه.

- هذا وقد انتهت نتائج الدراسة التحليلية إلى زيادة الدوافع النفسية لدى عينة الدراسة، في مقابل الدوافع الطقوسية، وفي سياق متصل جاءت الدوافع النفسية المتعلقة برغبة المستخدمين في التعرف على المعلومات التي يتم نشرها وتداولها عبر وسائل التواصل الاجتماعي في مقدمة

اختيارات عينة الدراسة، تلاها الدوافع الخاصة بفهم وتكوين آراء إزاء ما يتعرضون له، وفي النهاية الدوافع التي تتعلق بالتفاعل والمشاركة.

- كما أشارت نتائج الدراسة التحليلية إلى ارتفاع دوافع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى الإناث مقارنة بالذكور، وفي نفس السياق ارتفاع دوافع الاستخدام لدى كل من الفئات العمرية من 18 إلى أقل من 25، وكذلك فئة من 55 عاماً فأكثر، ومن حيث الجنسية جاءت دوافع كل من المصريين والسعوديين أكثر من غيرهم في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي.

- وفيما يتعلق بطبيعة العلاقة بين دوافع استخدام المبحوثين عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي، وكثافة تعرضهم لهذه المواقع بصفة عامة؛ أثبتت نتائج الدراسة التحليلية وجود علاقة ارتباطية طردية بينهما، الأمر الذي يشير إلى أن زيادة دوافع المستخدمين تؤدي إلى زيادة تعرضهم لوسائل التواصل الاجتماعي، ويتفق ذلك مع ما توصلت إليه دراسة (حبيش 2022) من وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة ثراء منصات التواصل الاجتماعي وحجم التعرض للوسيلة، فكلما زاد ثراء الوسيلة زاد التعرض لها، كما تتفق هذه النتيجة مع افتراضات ومقولات نظرية الاستخدامات والشباعات.

- أكدت نتائج الدراسة الميدانية فيما يتعلق برؤية المبحوثين للتحديات المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على المستوى الشخصي، وجود مجموعة من التحديات بعضها يرتبط بجرائم المعلومات، وفي مقدمتها نشر الأخبار الكاذبة، والاستغلال التسويقي، والبعض الآخر مرتبط بجرائم الآداب العامة، وفي مقدمتها خدش الحياء، يليها عرض المواد الإباحية والفاضحة، وأخيراً جاءت التحديات المتعلقة بجرائم السب والقذف، وفي مقدمتها جاء التمر الإلكتروني، يليه السب والقذف، وهو ما يتفق مع ما انتهت إليه دراسة (سليمان 2021) التي أكدت زيادة نسبة المعلومات المغلوطة التي تم نشرها عبر وسائل التواصل الاجتماعي خلال أزمة كورونا مما أدى إلى زيادة الخوف عند الناس، وهونفس ما توصلت إليه دراسة (جودة 2021) أيضاً، والتي حاولت التعرف على اتجاهات الجمهور بمنطقة جازان السعودية نحو نشر الشائعات حول كوفيد 19، حيث أثبتت الدراسة توظيف وسائل التواصل الاجتماعي لنشر الشائعات بهدف زيادة الرعب والخوف بين الناس، كما توصلت دراسة (Abaido 2020) إلى أن التمر على منصات التواصل الاجتماعي هو من أكثر المضايقات التي تتم عبر الإنترنت، وأن أكثر الفئات عرضة لهذا التمر هم المراهقين، كما أشارت دراسة (Noel 2020) إلى أن 100% من عينة الدراسة أكدوا على أن منصات التواصل الاجتماعي باعت أو استخدمت معلوماتهم الشخصية للمعلنين لإنشاء إعلانات مستهدفة، وأن 80% من المبحوثين ذكروا أنهم تلقوا رسائل جنسية صريحة، وصور إباحية على منصات التواصل الاجتماعي وفي مقدمتها سناب شات، وفي نفس السياق أكدت دراسة كل من)

واسعة من السلوكيات التي يمكن وصفها بأنها مزعجة جنسياً. (Satan, Sayin, Kurtca, Bakiler 2021) أن البيئة الإلكترونية تحتوي على مجموعة

- وفيما يتعلق بمدى وجود اختلافات بين عينة الدراسة فيما يخص رؤيتهم وإدراكهم لطبيعة التحديات المختلفة المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على المستوى الشخصي، أظهرت نتائج الدراسة التحليلية عدم وجود اختلافات واضحة بشكل عام بين عينة الدراسة في هذا الصدد؛ حيث اقتصررت الفروق فقط فيما يتعلق بالمستوى التعليمي للمبحوثين؛ إذ أشارت النتائج إلي أن الحاصلين على مؤهل جامعي، أكثر إدراكاً من غيرهم لطبيعة التحديات المرتبطة بجرائم القذف والسب، ويشير التحليل الأخير لهذه النتيجة إلي وحدة رؤية المبحوثين لطبيعة المخاطر المختلفة المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على المستوى الشخصي، ولا تتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة (2020 NOEL) والتي أشارت إلي أن الرسائل النصية، والتتمر، والمطاردة التي تتم مشاركتها على جميع منصات وسائل التواصل الاجتماعي عبر الإنترنت تسبب ضرراً جسدياً ونفسياً خطيراً خاصة بالنسبة للمراهقين والشباب، الذين غالباً لا يدركون مخاطر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي.

- أشارت نتائج الدراسة الميدانية فيما يتعلق برؤية المبحوثين للتحديات المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على المستوى القومي، إلي أن التحديات الاجتماعية وفي مقدمتها التأثير الأيديولوجي (الفكري) على الشباب، يليها نشر خطابات الكراهية تمثل أهم التحديات من وجهة نظر عينة الدراسة، ويتفق هذا مع ما توصلت إليه دراسة (توم والعسولي 2017) التي أكدت أن النشر الإلكتروني غير المهني يؤثر على النسيج الاجتماعي والاقتصادي والسياسي والفكري والأيديولوجي بدرجة كبيرة، أما فيما يتعلق بالتحديات الأمنية فقد جاء في مقدمتها نشر الشائعات المغرضة، بالإضافة إلي تهديد الأمن القومي من خلال إثارة الفتن الداخلية، وإثارة النزعات الطائفية، ويتفق هذا مع ما توصلت إليه دراسة (2020 DEEN)، التي أكدت أن التوسع في استخدام تكنولوجيا الاتصال مكن الجماعات الإرهابية من وضع خطط أكثر فعالية، وأن مواقع التواصل الاجتماعي توفر بيئة ملائمة للتجنيد ونشر التطرف، هذا بالإضافة إلي أن تكنولوجيا الاتصال والمعلومات مكنت الإرهابيين من تنسيق تحركاتهم واتصالاتهم بشكل أفضل وأكثر فعالية مما منحهم مزيد من القوة، كما أكدت أيضاً دراسة (2021 DAVIS) أن يسر التواصل الذي تمتاز به وسائل التواصل الاجتماعي تتيح للجماعات الإرهابية درجة عالية من التواصل الفعال، وفيما يتعلق بالتحديات السياسية فقد جاء في مقدمتها التضليل والتعمية على القضايا الأساسية والهامة كأهم التحديات المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وفقاً لرؤية عينة الدراسة، وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة (التلاوي 2018)؛ حيث رصدت ارتفاع معدلات التحيز في الخطاب

الإعلامي في المواقع الإلكترونية الإخبارية عينة الدراسة، الأمر الذي يعكس غلبة الطابع السياسي الأيديولوجي على الطابع المهني الموضوعي.

- وفيما يتعلق بوجود اختلاف في رؤية عينة الدراسة لطبيعة التحديات الأخلاقية والقانونية المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي علي المستوى القومي، أشارت نتائج الدراسة التحليلية إلي عدم ظهور أية فروق ذات دلالة في هذا الصدد بين عينة الدراسة فيما يتعلق بالنوع الاجتماعي، أو الجنسية، أو الفئات العمرية، بينما ظهرت الفروق بين الحاصلين علي مستوى فوق الجامعي، وكذلك الحال جاء من ينتمون إلي مستوى اجتماعي متوسط ومرتفع؛ حيث ظهر كل منهما أكثر إدراكا لطبيعة التحديات علي المستويين الاجتماعي، والأمني، ويشير التحليل النهائي لهذه النتيجة إلي أن كلما ارتفع المستوى التعليمي للمستخدم كان أكثر وعيا بطبيعة المخاطر المترتبة علي استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، وكذلك الأمر فيما يتعلق بالمستوي الاجتماعي والاقتصادي، فكما هو معروف أن الطبقة المتوسطة غالبا ما عرفت بأنها طبقة المثقفين، الأمر الذي يشير إلي زيادة وعيهم وتقديرهم لما يترتب علي وسائل التواصل الاجتماعي من مخاطر.

- كما أظهرت نتائج الدراسة الميدانية فيما يتعلق برؤية الباحثين للتحديات المترتبة علي استخدام وسائل التواصل الاجتماعي علي المستوى العالمي، أن التحديات الثقافية وفي مقدمتها الترويج لثقافة الترنند هي أول هذه التحديات، تليها التحديات الاجتماعية وفي مقدمتها تهمة بعض الفئات، ونشر ثقافة الكراهية، أما التحديات السياسية فجأت في المرتبة الثالثة وفقا لرؤية عينة الدراسة، وفي مقدمتها طرح عدة قضايا لتشتيت الرأي العام، ثم وسيلة تحكم وسيطرة سياسية، وأخيرا جاء الإعلاء من قيمة ثقافة الاستهلاك كأهم التحديات الاقتصادية التي تترتب علي استخدام وسائل التواصل الاجتماعي علي المستوى العالمي، وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسات (الربيعي 2019 ، Tareen, Tariq ، 2021)؛ حيث أظهرت نتائج دراساتها أن مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت في ظهور قيم سلبية تؤثر في عملية بناء خطاب كراهية في المجتمع، مؤكدين وجود تداخل لدي البعض بين ما يعد حرية تعبير وما يصنف علي أنه خطاب الكراهية، كما أشارت الدراسات أيضا إلي أن إمكانية إخفاء هوية المستخدم في وسائل التواصل الاجتماعي، بالإضافة إلي عدم وجود قيود علي النشر في وسائل التواصل الاجتماعي هي أهم أسباب تزايد استخدام خطاب الكراهية علي وسائل التواصل الاجتماعي، كما كشفت النتائج أيضا زيادة خطاب الكراهية علي أساس كل من النوع الاجتماعي، والدين.

- وقد أشارت الدراسة التحليلية فيما يتعلق بوجود اختلاف في رؤية عينة الدراسة لطبيعة التحديات الأخلاقية والقانونية المترتبة علي استخدام وسائل التواصل الاجتماعي علي المستوى

العالمي، إلى وجود فروق جزئية بين عينة الدراسة؛ حيث ظهر من ينتمون إلى التخصصات الإنسانية، أكثر إدراكا لطبيعة التحديات علي المستويات السياسية والثقافية والاجتماعية، وكذلك أشارت النتائج إلي أن الحاصلين علي مستوي تعليمي جامعي أوفوق جامعي، أكثر إدراكا لطبيعة هذه التحديات خاصة علي المستويات السياسية، والاجتماعية، والاقتصادية، أيضا جاء من ينتمون إلي المستوي الاجتماعي الاقتصادي المتوسط والمرتفع أكثر إدراكا لطبيعة التحديات السياسية، والاجتماعية، والاقتصادية، بينما لم تظهر فروق بين عينة الدراسة علي مستوى النوع الاجتماعي، أو الجنسية، أو الفئات العمرية، ويشير التحليل النهائي لهذه النتيجة إلي أن الطابع التحليلي التنظيري الذي يتسم به أصحاب التخصصات الإنسانية قد يكون هو السبب وراء إدراكهم لمثل هذه التحديات، وكذلك الأمر فيما يتعلق بالمستوي التعليمي، فمن حصلوا علي مستوي تعليمي عال أظهروا قدرة أعلى علي فهم وتقييم طبيعة المخاطر التي قد تترتب علي استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، ولم يختلف الأمر كثيرا فيما يتعلق بالمستوي الاجتماعي والاقتصادي، حيث أظهر من ينتمون إلي المستوي الاجتماعي المتوسط والمرتفع قدرة أكبر علي تقييم وإدراك المخاطر خاصة علي المستويات السياسية، والاجتماعية، والاقتصادية.

- أظهرت نتائج الدراسة الميدانية إلى أن أهم أسباب التحديات الأخلاقية والقانونية المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وفقاً لرؤية عينة الدراسة، تمثلت في الأسباب التي تؤكد عدم الالتزام الأخلاقي لمستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي سواء علي المستوي المهني أو الشخصي، وفي مقدمتها الافتقار إلى المعايير المهنية في نشر وتداول المعلومات بنسبة 88.70%، ثم أن شبكات التواصل الاجتماعي مجال حر تتيح للجميع حتى غير المتخصصين نشر وتداول المعلومات بنسبة 88%، بالإضافة إلي عدم وجود ميثاق شرف أخلاقي ملزم لمستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة 87.15، ثم الافتقار إلى تحقيق المسؤولية الاجتماعية نحو المجتمع فيما يتم نشره بنسبة 86.40%، ثم جاءت الأسباب التي تتعلق بنقص أوصاف القوانين المنظمة للبيئة الإلكترونية، وفي مقدمتها الافتقار إلى وجود قوانين موحدة في الوطن العربي لمواجهة الجرائم الإلكترونية بنسبة 87%، والافتقار إلى وجود قوانين محددة خاصة بالبيئة الإلكترونية بنسبة 86.50%، ثم صعوبة الرقابة على شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة 85.25%، بالإضافة إلي صعوبة تحديد شخصية القائم بالاتصال على شبكات التواصل الاجتماعي، ويؤكد التحليل النهائي لهذه النتيجة، علي أن الإمكانيات التي تمتاز بها وسائل التواصل الاجتماعي يتم استغلالها بشكل سلبي من قبل بعض المستخدمين لتحقيق أهداف مختلفة قد تكون إثارة الرعب والفرع بين المستخدمين، كما أشارت دراستي (سليمان 2021، وجود 2021)، أو استغلال بيانات المستخدمين لأغراض سياسية أو تسويقية (كما أشارت دراستي (التلاوي 2018، NOEL 2020)، أو تحقيق تواصل سري فعال بين

بعض الشبكات الإرهابية كما أكدت دراستي ( Davis, Deen2020)، أو غيرها من الأسباب، الأمر الذي يشير بجلاء إلي أن مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي يستغلون الإمكانيات التي توفرها هذه الوسائل وعلي رأسها حرية النشر والتداول دون رقابة تقريبا، فضلا عن عدم قيام القائمين علي هذه المنصات بدورهم في تنظيم وترشيد آليات النشر والتداول لتحقيق أهداف قد تتعلق بالتسويق أو باستغلال بيانات المستخدمين لأهداف سياسية أوروبما غير ذلك، وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه نتائج دراسة (خريشة 2016) حيث أكدت، علي ضرورة التزام مستخدم شبكات التواصل الاجتماعي باحترام خصوصية غيره من المستخدمين وعدم انتهاك هذه الخصوصية بأي طريقة، كما أكدت علي ضرورة قيام المنصات بحظر السب والقذح والذم تجاه الآخرين أو ديانتهم، أو أصوله، وحظر المنشورات التي تتضمن الدعوة إلى الطائفية أو التطرف أو الإرهاب أو العنصري، وتتفق هذه النتيجة مع مقولات نظرية المسؤولية الاجتماعية من حيث ضرورة وجود التزام ذاتي سواء من جانب القائم بالاتصال، أو المستخدم العادي، أو المسؤولين عن هذه المنصات بمجموعة المبادئ الأخلاقية التي تهدف إلى تحقيق التوازن بين حرية الفرد ومصالح المجتمع، إلي جانب ما سبق لابد من تطوير قوانين صارمة ومحددة مناسبة لطبيعة البيئة الالكترونية دائمة التغيير، وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه نتائج ( علال2018) ضرورة وضع ميثاق شرف إعلامي جديد ينص على حقوق وواجبات العاملين في الإعلام الإلكتروني، كما أكدت دراسة (Scaife 2018) فشل القوانين الحالية في تنظيم وسائل الإعلام الاجتماعي، وأكدت على ضرورة سرعة تطوير هذه القوانين والاستجابة لما تمتاز به هذه الوسائل من ديناميكية.

- فيما يتعلق برؤية الباحثين لكيفية مواجهة التحديات القانونية والأخلاقية المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي أظهرت نتائج الدراسة الميدانية إمكانية مواجهة هذه التحديات - وفقاً لعينة الدراسة- من خلال أولا الاهتمام بزيادة وعي مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي بالمخاطر التي قد تواجههم جراء استخدامهم لها، وذلك من خلال زيادة الوعي والتنقيف بأهداف هذه المواقع، والاستخدام الأمثل لها، وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة (Scaife 2018)؛ حيث أكد علي أن الجمهور يفتقر إلى وجود فهم واضح للوقت الذي تكون فيه الجرائم المدنية والجنائية على الإنترنت خطيرة ويجب اتخاذ إجراءات حيالها، ثم جاء بعد ذلك التوسع في استخدام التطبيقات التي تكشف عمليات التزييف وترويج الشائعات، تلا ذلك التدريب والتطوير المهني للمتخصصين في مجال الإعلام الجديد، بالإضافة إلي تدريس مناهج التربية الإعلامية، وفرض مزيد من الرقابة داخل الأسرة، وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة (KURTÇA, SAYIN Satan, Bakiler 2021)، التي أكدت علي ضرورة تعاون العائلات والمدارس والمؤسسات القانونية للتصدي للمشكلات المترتبة

علي استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، وثانياً من خلال الاهتمام بسن قوانين رادعة ومحددة لتنظيم النشر في البيئة الإلكترونية، وتفعيل ميثاق شرف أخلاقي لوسائل التواصل الاجتماعي، وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة (2018 Scaife) التي أكدت علي ضرورة إلاء مزيد من الاهتمام بدور مزودي الخدمة- مسؤولي المنصات الاجتماعية ذاتها- والانتقال من تحليل سياساتهم إلى كيفية التنفيذ ووضع منهج يركز على الإصلاح التنظيمي لهذه المنصات، كذلك أشارت دراسة الباحثان (سلامن ومهني 2019) إلى ضرورة إصدار تشريعات واضحة لتنظيم البيئة الإعلامية الجديدة تتماشى مع التحولات التكنولوجية، كما أكد (Abaido 2020) في دراسته وجوب مراقبة التقنيات وتعديلها للتحكم فيما يتم نشره عبر الإنترنت، واعتماد تدابير رقابية لضمان تجربة مستخدم آمنة للشبكات الاجتماعية، كما يجب أن تشمل جهود مكافحة التمر على وسائل التواصل الاجتماعي تدابير استباقية من المجتمع والمدرسة والأسرة، بحيث تكون أكثر قبولاً ثقافياً واجتماعياً في المنطقة العربية، وتتفق هذه النتيجة مع ما افترضته نظرية المسؤولية الاجتماعية من أن مستويات المسؤولية الاجتماعية لوسائل الاعلام تتم من خلال كل من الإطار القانوني الذي تحدده الحكومة لمسؤوليات الصحافة، والإطار المهني الذي تحدده الصحافة من خلال مسؤوليتها، وأخيراً الإطار الذاتي الذي يحدد فيه الممارسون الإعلاميون مستوى الممارسة المهنية.

## هوامش الدراسة:

- 1 ) Basyouni Ibrahim Hamada, Towards a global journalism ethics model: an Islamic perspective, The Journal of International Communication, Jul 2016, Available at:  
<http://dx.doi.org/10.1080/13216597.2016.1205506>
- 2) سلطنة جدعان نايف الخريشة، أخلاقيات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر مدرسي الإعلام والقانون في الجامعات الأردنية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، المملكة الأردنية الهاشمية، 2016.
- 3) عمر سليمان ملكاوي، أخلاقيات العمل الإعلامي دراسة في منهج الإعلام الإسلامي، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة اليرموك الأردنية، متاحة على الرابط التالي: <https://diae.net/wp-content/uploads/2016/09>
- 4) نبيلة عبد الفتاح حسنين قشطي، موثيق الشرف الإعلامية، بحث منشور بالمؤتمر العلمي الرابع بكلية الحقوق، جامعة طنطا، 23-24 ابريل 2017،
- 5) مجذوب بخت محمد توم، حاتم علّ مصطفى العسوي، المعايير المهنية والأخلاقية في الأداء الصحفي "دراسة تطبيقية على صحيفة القدس"، مجلة جامعة فلسطين للأبحاث والدراسات - المجلد السابع - العدد الثالث، 2017،
- 6) حنان بن يحيى علّال، أخلاقيات المهنة في زمن الاعلام الجديد" دراسة قانونية في الجزائر"، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، المجلد الثاني، العدد الخامس، مارس 2018،
- 7) Scaife, Laura, The Effective Regulation of Social Media, (PhD) thesis, University of Kent, 2018, available at:  
<https://www.proquest.com/docview/2164569403/fulltextPDF/C66B1C1CA68F46A8PQ/6?accountid=142908>
- 8 )KRISZTINA ROZGONYI, A NEW MODEL FOR MEDIA REGULATION, Inter media, April 2018 Vol 46 Issue 1, pp 18-23. Available at:  
[file:///C:/Users/surface/Downloads/ANEWMODELFORMEDIAREGULATION/Krisztina\\_Rozgonyi\\_2018%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/surface/Downloads/ANEWMODELFORMEDIAREGULATION/Krisztina_Rozgonyi_2018%20(1).pdf)
- 9) محمد عثمان حسن، المعايير الأخلاقية لصحافة البيانات في المواقع الإخبارية المصرية والأجنبية، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام. المجلد 17، العدد 4، 2018، ص ص 986-730.
- 10 ) Andrej Školkay, Media Policy for a New Media Environment: The Approaches of International Organizations and the EU towards the Regulation of New Online Media Services, 2018: Available at:  
[https://www.academia.edu/12161932/Online\\_Media\\_Regulation](https://www.academia.edu/12161932/Online_Media_Regulation)
- 11) رضوان سلامن، علي سامي مهني، البيئة الإعلامية الجديدة في الوطن العربي "المفاهيم والضوابط"، بحث منشور مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، المجلد: 8 العدد: 1، 2019، ص ص 360-380.
- 12) أسامة عبد الرحيم علي، الاتجاهات الحديثة في بحوث تطبيق الضوابط الأخلاقية في الصحافة الرقمية "رؤية تحليلية نقدية"، مجلة البحوث الإعلامية، العدد السادس والخمسون - الجزء الأول - يناير 2021 م، ص ص 9-70.

13) رضوان سلامن، علي سامي مهني أخلاقيات الممارسة الصحفية في الجزائر في ظل التشريعات الإعلامية الجديدة، بحث منشور بالمجلة الأكاديمية للبحوث القانونية والسياسية، العدد الثالث، المجلد 1، ص ص76-91. متاح على الرابط التالي:

<https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/441/2/1/70366>

14) عماد الدين علي أحمد جابر، الضوابط المهنية والقانونية حماية الخصوصية الفردية في التشريعات الإعلامية العربية "دراسة تحليلية مقارنة"، المجلة العلمية لبحوث الصحافة – العدد الواحد والعشرون، يناير – يونية 2021، ص ص345-433.

15) رباب عبد المنعم التلاوي، تحليل اخلاقيات الخطاب الإعلامي في المواقع الإخبارية الالكترونية "دراسة في إطار نظرية اخلاقيات الخطاب"، المجلة العلمية لبحوث الصحافة: جامعة القاهرة - كلية الإعلام - قسم الصحافة، المجلد 2018، ج 14، الربيع 2018، الصفحة 395-449.

16) بيرق حسين الربيعي، دور مواقع التواصل الاجتماعي في بناء خطاب الكراهية، بحث منشور في المؤتمر الدولي "خطاب الكراهية وأثره في التعايش المجتمعي والسلمي، جامعة صلاح الدين، العراق، مارس 2019، متاح على الرابط التالي:

<https://www.researchgate.net/publication/332130735>

17) Ghada M. Abaido, Cyberbullying on social media platforms among university students in the United Arab Emirates, International Journal of Adolescence and Youth, vol 25, 2020, issue 1, p 407-420 Available at:

<https://doi.org/10.1080/02673843.2019.1669059>

18) Deen, T. F, Terrorism and Technology: How Internet Communication Technologies Promote Terrorism in States, MASTER OF ARTS. University of Georgia, 2020: available at:

<https://www.proquest.com/docview/2413336025/fulltextPDF/B1A77F69067545C8PQ/1?accountid=142908>

19) JULIA ELIZABETH NOEL, College Students' Experiences with Social Media Information Sharing and Sexting, Bullying, and Cyberstalking: A Qualitative Phenomenological Study, Requirements for the Degree of DOCTOR OF EDUCATION, Northcentral University, December 2020. available at:

<https://www.proquest.com/openview/af371a71cb5bb94bd1c3f2b7752f5294/1?pqorigsite=gscholar&cbl=18750&diss=y>

20) علي حمودة جمعة سليمان، المعلومات المغلوطة بالمواقع الالكترونية المصرية الصحفية ومواقع التواصل الاجتماعي وتأثيراتها النفسية والاجتماعية على الجمهور المصري بالتطبيق على أزمة كورونا 2019، المجلة المصرية لبحوث الاعلام، جامعة القاهرة، ع 74، مارس، 2021، ص ص119-167.

21) سالي سعد جودة إبراهيم، مواقع التواصل الاجتماعي وشائعات كوفيد 19، المجلة العلمية لجامعة الملك فيصل، مجلد 2021، 22، ص ص27-35.

22) Hannan Khan Tareen, Muhamad Tariq, Hate Speech and social media: A Systematic Review, Turkish Online Journal of Qualitative Inquiry (TOJQI) Volume 12, Issue 8, July 2021: 5285 – 5294.

23 )Ayşin SATAN, Esra BAKİLER, Tuğba TÜRK-KURTÇA, Mine SAYIN, EXPERIENCES OF UNIVERSITY STUDENTS ABOUT CYBER SEXUAL BULLYING AND VICTIMIZATION, International Journal of Education Technology and Scientific Researches, Vol: 6, Issue: 14, 2021,p 657- 679

:Available at:

[https://www.researchgate.net/publication/350631845\\_Experiences\\_of\\_university\\_students\\_about\\_cyber\\_sexual\\_bullying\\_and\\_victimization](https://www.researchgate.net/publication/350631845_Experiences_of_university_students_about_cyber_sexual_bullying_and_victimization)

24 )Brigit L. Davis, Anticipating Social Movement National Security Threats: Social Media Content's Potential in Developing a Structured Analytical Model . Php, from Henley Putnam school of strategic security of national American university, 2021 :Available at:

<https://www.proquest.com/openview/ad3bef1d8f13730642f6df2fb029d215/1?pqorigsite=gscholar&cbl=18750&dissy>

25) هاجر حلمي دسوقي حبيش، استخدام الشباب المصري لمواقع التواصل الاجتماعي كأداة لحرية الرأي والتعبير وتأثيرها على الأمن القومي المصري، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، العدد الثاني والعشرين، الجزء الثاني، يناير-يونية 2022، ص ص297-349.

26) عبد الخالق إبراهيم عبد الخالق زقزوق، التأثيرات النفسية والاجتماعية والسلوكية لظاهرة التنمر الإلكتروني بوسائل الإعلام الجديد على طالب الإعلام التربوي "في إطار نظرية الشخص الثالث" دراسة ميدانية، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، مجلد 21، ع2، إبريل 2022، ص ص89-159.

( 27) بسام عبد الرحمن مشاقبة، أخلاقيات العمل الإعلامي، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، 2012، ص ص73 (28) نبيلة عبد الفتاح حسنين قشطي، مرجع سابق، ص13.

(29) فاضل طلال العامري، حرية الإعلام في الوطن العربي في ظل غياب الديمقراطية، (هلا، مصر، 2011)، ص ص119-131.

(30) الاتفاقية العربية لمكافحة جرائم تقنية المعلومات صدرت عن جامعة الدول العربية، بتاريخ 21 ديسمبر 2010. متاحة على الرابط التالي:

<http://www.moj.gov.jo/EchoBusV3.0/SystemAssets/27adcb7a-5539-4b36-9d9a-28b91f578bac.pdf>

(31) الدستور المصري لسنة 2014، المادة 70. متاح علي الرابط التالي:

[https://www.constituteproject.org/constitution/Egypt\\_2014.pdf?lang=ar](https://www.constituteproject.org/constitution/Egypt_2014.pdf?lang=ar)

(32) وليد عباد، تكريس حرية الإعلام في دساتير المغرب العربي (التعديل الدستوري الجزائري 2016، الدستور التونسي 2014، الدستور المغربي)، مجلة الحقوق والحريات، عدد6، أكتوبر 2018، ص ص7-26.

(33) محمد حسام الدين محمدو إسماعيل، المسؤولية الاجتماعية للصحافة المصرية " دراسة مقارنة للمضمون والقائم بالاتصال في الصحف القومية والحزبية من 1991-1994"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 1996، ص ص70-77.

(34) سليمان صالح، أخلاقيات الإعلام، مكتبة الفلاح، الكويت، 2002، ص ص102-108.

(35) حسن عماد مكاوي، أخلاقيات العمل الإعلامي " دراسة مقارنة"، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1994، ص ص68-71.

( مروره الأسدي، المسؤولية الاجتماعية " الأصول النظرية والمجالات البحثية" مقال علمي منشور على 36 موقع البيان، متاح على الرابط التالي:

<https://m.annabaa.org/arabic/studies/18332>

37) هبة شاهين، المسؤولية الاجتماعية، والأمنية لوسائل الإعلام في تناول قضايا الإرهاب: دراسة تطبيقية على الجمهور والصفوة الإعلامية والأمنية، المؤتمر العلمي حول دور الإعلام العربي في التصدي لظاهرة الإرهاب، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، ٢٠١٤

38) Ethan Zuckerman, Facebook Is Hiding the Most Important Misinformation Data. article published in The Atlantic< Available at: <https://www.theatlantic.com/technology/archive/2021/11/facebook-hiding-crucial-misinformation-numbers/620608/>

39) الحملة الانتخابية لترامب استفادت من بيانات نحو 50 مليون مستخدم على فيس بوك، مقال منشور في 2018/03/18، متاح على الرابط التالي:

<https://www.france24.com/ar/20180318-%D8%AA%D8%B1%D8%A7%D9%85%D8%A8-%D8%A8%D9%8A%D8%A7%D9%86%D8%A7%D8%AA-%D9%81%D9%8A%D8%B3-%D8%A8%D9%88%D9%83-%D8%A7%D8%B3%D8%AA%D8%AE%D8%A8%D8%A7%D8%B1%D8%A7%D8%AA>