

# مجلة بحوث الإعلام الرقمي



دورية علمية فصلية محكمة تصدر عن كلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال - جامعة السويس

العدد الثامن : يوليو - سبتمبر ٢٠٢٥

اعتماد الصحفيين الكويتيين على المواقع الالكترونية لمؤسسات وجمعيات الصحافة الأجنبية والعربية وانعكاساتها على فعالية الأداء الصحفي والمهني لديهم. **أ.د. مناور بيان الراجحي**

أثر توظيف الذكاء الاصطناعي في السرد القصصي الرقمي للمحتوي الوثائقي وعلاقته بتحسين تجربة المستهلك UX. **أ.م.د. فاطمة فايز قطب**

توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية: دراسة مقارنة بين مصر والبحرين. **د. محمد ثروت عطية**

تعرض الجمهور المصري لأخبار الجريمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومستويات الشعور بالأمان لديهم. **د. لمياء محمد عبدالعزيز**

أثر انعكاس شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات الأسرية من وجهة نظر جامعة عبدالحميد بن باديس- مستغانم «دراسة ميدانية». **د. فارس سليمان أبو شيخة**

الاتصالات التسويقية المتكاملة للمؤسسات المجتمعية عبر الفيسبوك وانعكاسها على إدارة سمعتها لدى متابعيها. **د. أميرة عبدالعال**

مجلة بحوث الإعلام الرقمي

العدد الثامن يوليو - سبتمبر 2025



# مجلة بحوث الإعلام الرقمي

دورية علمية فصلية محكمة

تصدر عن كلية الإعلام

وتكنولوجيا الاتصال

جامعة السويس

## الهيئة الاستشارية

|                                                       |                        |
|-------------------------------------------------------|------------------------|
| الأستاذ بكلية الإعلام- جامعة الشارقة- الإمارات        | أ.د أحمد رضوان         |
| العميد السابق لكلية الإعلام- جامعة السويس             | أ.د أمين سعيد          |
| الأستاذ بكلية الإعلام- جامعة مصر الدولية              | أ.د حمدي حسن           |
| عميد كلية الإعلام- الجامعة الحديثة                    | أ.د سامي الشريف        |
| عميد المعهد الدولي العالي للإعلام- أكاديمية الشروق    | أ.د سهير صالح          |
| الأستاذ بكلية الإعلام جامعة عين شمس                   | أ.د السيد بهنسي        |
| رئيس الأكاديمية الدولية للهندسة وعلوم الإعلام         | أ.د عادل عبد الغفار    |
| الأستاذ بكلية الإعلام- جامعة القاهرة                  | أ.د عادل فهمي          |
| الأستاذ بكلية الإعلام- جامعة قطر                      | أ.د عبد الرحمن الشامي  |
| الأستاذ بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية السعودية | أ.د عبد الرحمن المطيري |
| الأستاذ بكلية الخوارزمي الجامعة التقنية- الأردن       | أ.د عبد الرزاق الدليمي |
| عميد المعهد العالي للإعلام وفنون الاتصال              | أ.د محمد رضا           |
| عميد كلية الإعلام الجامعة البريطانية بمصر             | أ.د محمد شومان         |
| الأستاذ بقسم الإعلام كلية الآداب جامعة المنيا         | أ.د محمد سعد           |
| الأستاذ بكلية الإعلام جامعة القاهرة                   | أ.د منى الحديدي        |
| الأستاذ بكلية الإعلام- جامعة القاهرة                  | أ.د هويدا مصطفى        |

**مجلة بحوث الإعلام الرقمي**  
**دورية علمية فصلية محكمة تصدر عن**  
**كلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال . جامعة السويس**

مدير التحرير

**أ.م.د. حسين ربيع**

رئيس مجلس الإدارة ورئيس التحرير

**أ.د. أشرف جلال**

مساعدو رئيس التحرير

**أ.د. حسن علي**

العميد السابق لكلية الإعلام- جامعة السويس

سكرتير التحرير

**د. رباب العجماوي**

مصممو الغلاف

**د. رباب العجماوي**

**أ. جهاد عطية**

**أ.د. عبد الله الرفاعي**

عميد كلية الإعلام والاتصال الأسبق جامعة الإمام  
محمد بن سعود الإسلامية- السعودية

**أ.د. مناور الراجحي**

الأستاذ بقسم الإعلام- كلية الآداب- جامعة الكويت

**الآراء الواردة بالبحوث المنشورة في هذه المجلة تعبر عن أصحابها فقط**

**المراسلات:** ترسل باسم رئيس مجلس الإدارة ورئيس التحرير - كلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال -

جامعة السويس - مدينة السلام (1)

**تليفون:** 0623523774

**البريد الإلكتروني:** dmrjournal@media.suezuni.edu.eg

**رقم الإيداع:** 2023 /24417

**الترقيم الدولي:** ISSN. 2812-5762



| م  | القطاع                | اسم المجلة               | اسم الجهة / الجامعة                              | ISSN-<br>P    | ISSN-<br>O | السنة | نقاط<br>المجلة |
|----|-----------------------|--------------------------|--------------------------------------------------|---------------|------------|-------|----------------|
| 19 | الدراسات<br>الإعلامية | مجلة بحوث الاعلام الرقمي | جامعة السويس، كلية الإعلام<br>وتكنولوجيا الاتصال | 2812-<br>5762 |            | 2025  | 7              |

## الكلمة الافتتاحية:

يسعد أسرة تحرير مجلة "بحوث الإعلام الرقمي" أن تقدّم للقارئ الكريم هذا العدد الجديد من مجلّتنا العلمية المحكمة، وهو العدد الثامن، الصادر في (يوليو/سبتمبر 2025)، والذي يضم باقة من الدراسات والبحوث التي تتقاطع عند محور واحد: فهم التحولات العميقة التي يشهدها الإعلام والاتصال في العصر الرقمي، وتداعياتها على الممارسة المهنية، والجمهور، والمجتمع.

تتوزع موضوعات هذا العدد بين قضايا الصحافة، والإعلام الرقمي، والذكاء الاصطناعي، والتواصل الاجتماعي، والتسويق الإعلامي، بما يفتح آفاقاً واسعة للنقاش العلمي وتبادل الرؤى. فنجد بحثاً تناول اعتماد الصحفيين الكويتيين على المواقع الإلكترونية الأجنبية والعربية وانعكاس ذلك على الأداء المهني، وأخرى تسبر آفاق توظيف الذكاء الاصطناعي في السرد القصصي الرقمي للمحتوى الوثائقي، إضافة إلى دراسة مقارنة حول استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية في مصر والبحرين.

كما يعرض العدد بحثاً تمس علاقة الإعلام بالجمهور والمجتمع، مثل: تعرض المصريين لأخبار الجريمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على شعورهم بالأمان، وانعكاس شبكات التواصل على العلاقات الأسرية من منظور طلاب جامعة عبد الحميد بن باديس، إلى جانب دراسة تطبيقية عن الاتصالات التسويقية عبر فيسبوك وأثرها في سمعة المؤسسات المجتمعية.

ولا يغيب عن هذا العدد النقاش حول مستقبل الصحافة، إذ يطرح أحد البحوث قضية تراجع دور الصحافة الورقية في تمثيل الرأي العام وتحولها إلى أداة للعلاقات العامة، بينما يتناول آخر تأثير الفيديو جراف في المواقع الإخبارية على العمليات الإدراكية للمستخدم، ونجد كذلك دراسة باللغة الإنجليزية تبحث في أثر تطبيقات المقامرة الإلكترونية على المراهقين المصريين.

ويمتد اهتمام البحوث إلى استراتيجيات التسويق العكسي في الصفحات الحكومية عبر فيسبوك، وتعرض المراهقين الكويتيين للأفلام عبر المنصات الرقمية وعلاقته بالرقابة الأسرية، والاتجاهات نحو تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الروابط الأسرية الأردنية، وكذلك اتجاهات العاملين بالفضائيات الأردنية نحو دور وسائل التواصل في تحقيق السبق الإعلامي.

ويُختتم العدد بعرض لكتاب أجنبي حديث بعنوان: طمس حدود الصحافة في الإعلام الرقمي، بما يعزز من ثراء محتوى العدد ويفتح المجال أمام القراء لمتابعة أحدث الإسهامات العالمية في مجال الإعلام الرقمي.

إن ما يجمع هذه البحوث هو أنها تعكس وعياً متنامياً بضرورة استيعاب التحولات الرقمية وتداعياتها على الإعلام والمجتمع، وتطرح رؤى علمية رصينة تسهم في تطوير الفكر الإعلامي والممارسة المهنية. نأمل أن يجد فيها الباحثون والمهتمون ما يغني معارفهم ويفتح أمامهم مسارات جديدة للبحث والتطبيق.

والله ولي التوفيق

أ.م.د. حسين ربيع

مدير تحرير المجلة

## محتويات العدد:

كلمة العدد

- 1-42 اعتماد الصحفيين الكويتيين على المواقع الإلكترونية لمؤسسات وجمعيات الصحافة الأجنبية والعربية وانعكاساتها على فعالية الأداء الصحفي والمهني لديهم. **أ.د. مناور بيان الراجحي**
- 43-89 أثر توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في السرد القصصي الرقمي للمحتوى الوثائقي وعلاقته بتحسين تجربة المستخدم UX. **أ.م.د. فاطمة فايز عبده قطب**
- 91-121 توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية: دراسة مقارنة بين مصر والبحرين. **د.محمد ثروت محمد عطية**
- 123-215 تعرض الجمهور المصري لأخبار الجريمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومستويات الشعور بالأمان لديهم. **د.لمياء محمد عبد العزيز**
- 217-237 أثر انعكاس شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات الأسرية من وجهة نظر طلبة جامعة عبد الحميد بن باديس - مستغانم "دراسة ميدانية". **د. فارس سلمان أبو شيحة**
- 239-329 الاتصالات التسويقية المتكاملة للمؤسسات المجتمعية عبر الفيسبوك وانعكاسها على إدارة سمعتها لدي متابعيها: دراسة تطبيقية علي مؤسستي مجدي يعقوب للقلب ومؤسسة بهية لعلاج سرطان الثدي بالمجان. **د.أميرة عبد العال البسيوني**

- 331-400  تراجع دور الصحافة الورقية في تمثيل الرأي العام من التعبير عن نبض الشارع إلى أدوات العلاقات العامة: دراسة ميدانية في السياق الكويتي. **تامر سليم**
- 401-447  تأثير التعرض للفيديو جراف في المواقع الإخبارية على العمليات الإدراكية للمستخدم: دراسة شبه تجريبية. **د.عيدة كمال رشيد ابو زيدان**
- 449-478  **The Impact of Online Gambling Applications on Egyptian Teenagers: An Exploration through Uses and Gratifications Theory and the Dualistic Model of Passion.**  
**Dr-Faida Abd Eldaym**
- 479-508  توظيف استراتيجيات التسويق العكسي في الصفحات الحكومية عبر موقع الفيسبوك وعلاقته بالمزاج العام للجمهور. **هند مرتضى صابر عبد المولى**
- 509-591  تعرض المراهقين الكويتيين للأفلام العربية والأجنبية على المنصات الرقمية وعلاقته بمستوى الرقابة الأسرية على المضمون المقدم بها. **عبد الله سرور جابر**
- 593-661  الاتجاهات نحو تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الروابط الأسرية الأردنية: دراسة ميدانية على الجمهور الأردني. **أفين قاسم الكردي**
- 663-691  اتجاهات العاملين بالفضائيات الأردنية نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحقيق "السبق الإعلامي". **يوسف طالب الجراح**
- 693-706  عرض كتاب: طمس حدود الصحافة في الإعلام الرقمي. **ولاء محمد مبارك**

تعرض الجمهور المصري لأخبار الجريمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومستويات الشعور بالأمان لديهم

## The Egyptian Public's Exposure to Crime News on Social Media and Their Levels of Perceived Safety

د. لمياء محمد عبد العزيز

الأستاذ المساعد بقسم الإعلام بكلية الآداب جامعة المنصورة

## ملخص:

استهدفت هذه الدراسة استكشاف تأثير التعرض المستمر لأخبار الجريمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي على مستوى الشعور بالأمان لدى الجمهور المصري. تم استخدام استمارة الاستبيان الإلكتروني لتطبيق الدراسة على عينة قوامها (400) مفردة من الجمهور المصري من مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي. أظهرت نتائج الدراسة أن غالبية الجمهور يتابع أخبار الجريمة بشكل يومي، مما يعكس اهتماماً كبيراً بمحتوى الجرائم المنتشر عبر منصات التواصل الاجتماعي. كما تبين أن التفاعل مع هذه الأخبار، خصوصاً عبر الإعجاب والمشاركة، يعتبر من أبرز أساليب التفاعل مع الأخبار المتعلقة بالجريمة. لوحظ أن معظم الجمهور يشعر بتأثير هذه الأخبار على شعورهم بالأمان، حيث يساهم التعرض المتكرر لمحتوى الجريمة في زيادة مشاعر القلق والخوف. وقد أظهرت النتائج أيضاً وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين متابعة أخبار الجريمة ومستوى الشعور بالأمان، حيث أن التفاعل مع هذه الأخبار يؤثر سلباً على شعور الأفراد بالأمان. كما تم ربط نتائج الدراسة بنظرية الغرس الثقافي، التي تفسر تأثير هذه الأخبار على تصورات الأفراد الأمنية. وفي النهاية، تقدم الدراسة مقترحات لتوعية الجمهور حول تأثير الأخبار المتعلقة بالجريمة، مع التركيز على تحسين نوعية المحتوى الإعلامي وتطوير سياسات فعالة لحماية الأفراد من التأثيرات السلبية لهذه الأخبار.

## Abstract:

**This study aimed** to explore the impact of continuous exposure to crime news on social media on the level of perceived safety among the Egyptian public. **An electronic survey questionnaire** was used to collect data from a sample of **400 Egyptian individuals** who are active users of social media platforms. **The study's results** revealed that the majority of the public follow crime news on a daily basis, reflecting significant interest in the crime-related content circulating on social media platforms. It was also found that interacting with this content, particularly through likes and shares, is one of the primary ways users engage with crime news. The study observed that most of the public feels the impact of this news on their sense of safety, as frequent exposure to crime content increases feelings of anxiety and fear. The results also showed a statistically significant correlation between following crime news and the level of perceived safety, indicating that engaging with this content negatively affects individuals' sense of security. Furthermore, the study linked its findings to the Cultural Cultivation Theory, which explains the influence of such news on individuals' security perceptions. Finally, **the study offers recommendations** for raising public awareness of the effects of crime news, focusing on improving the quality of media content and developing effective policies to protect individuals from the negative impact of this type of news.

**مقدمة:**

تُعد وسائل التواصل الاجتماعي من أكثر الأدوات تأثيراً في حياتنا اليومية في العصر الرقمي، حيث أصبحت مصدراً رئيسياً للمعلومات والأخبار، بما في ذلك الأخبار المتعلقة بالجريمة. وقد شهدت هذه المنصات، في السنوات الأخيرة، انتشاراً واسعاً للمحتوى الجرمي الذي يُنشر بسرعة ويصل إلى أعداد ضخمة من المستخدمين، مما يساهم في تشكيل التصورات الجماعية حول الواقع الأمني في المجتمع. في هذا السياق، لا يمكن تجاهل الدور الذي تلعبه هذه المنصات في تكوين صورة ذهنية عن الأمان أو الخطر لدى الأفراد بناءً على ما يتعرضون له من محتوى متكرر.

ويرتبط مفهوم الشعور بالأمان بمؤثرات اجتماعية ونفسية عدة، ويُعتبر التعرض الإعلامي أحد العوامل الأساسية التي تؤثر في هذا الشعور. فالتعرض المستمر لأخبار الجريمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي قد يؤدي إلى تعزيز مشاعر القلق والخوف، حتى وإن كانت الإحصاءات الفعلية للجريمة قد تشير إلى انخفاض معدلاتها. يتزايد الاهتمام الأكاديمي في دراسة تأثير هذه المنصات على الإدراك الفردي والجماعي، خاصة في ما يتعلق بالتحويلات النفسية والسلوكية التي قد تطرأ على الأفراد بسبب هذا التعرض المستمر.

وعلى الرغم من الدراسات التي تركز على تأثير وسائل الإعلام التقليدية في إدراك الأمان، إلا أن الأبحاث المتعلقة بتأثير منصات التواصل الاجتماعي على الشعور بالأمان في ظل تصاعد الجريمة الرقمية لم تحظَ بعد بالاهتمام الكافي. في هذا الإطار، تسعى الدراسة الحالية إلى استكشاف العلاقة بين التعرض لأخبار الجريمة عبر وسائل التواصل الاجتماعي ومستوى الشعور بالأمان لدى الجمهور المصري، مع التركيز على الأبعاد النفسية والاجتماعية لهذا التأثير. ومن خلال هذا البحث، تسعى الباحثة

إلى فهم كيف يساهم التعرض المتكرر لأخبار الجريمة في تشكيل التصورات الأمنية لدى الأفراد وكيف يؤثر على شعورهم بالطمأنينة في بيئاتهم الاجتماعية.

وبناءً على ما سبق، سعت الباحثة لإجراء هذه الدراسة بهدف استكشاف العلاقة بين التعرض المتكرر لأخبار الجريمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومستوى الشعور بالأمان لدى الجمهور المصري، مع توضيح الآثار النفسية والاجتماعية لهذا التعرض. تهدف الدراسة إلى تقديم فهم أعمق للتداعيات الناتجة عن المحتوى الرقمي المرتبط بالجريمة، وتسليط الضوء على تأثير المنصات الرقمية في تشكيل التصورات الجماعية حول الأمان والخوف، مما يساهم في تطوير استراتيجيات إعلامية فعالة للتعامل مع هذا المحتوى وتعزيز الشعور بالطمأنينة العامة.

### مشكلة الدراسة:

في عصر المعلومات الذي نعيشه اليوم، أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي جزءاً لا يتجزأ من حياتنا اليومية، حيث تحولت إلى منصات رئيسية للحصول على الأخبار والمعلومات بشكل فوري. وعلى الرغم من الأدوار الإيجابية التي تلعبها هذه المنصات في توفير الأخبار والوعي الاجتماعي، إلا أن انتشار أخبار الجريمة عبر هذه الوسائل قد أثار العديد من التساؤلات حول تأثير هذا النوع من المحتوى على الشعور بالأمان لدى الأفراد.

وأدى التوسع السريع في استخدام منصات التواصل الاجتماعي إلى ظهور ظاهرة تأثير الإعلام الرقمي على التصورات المجتمعية، حيث أصبح الوصول إلى المعلومات مرتبطاً بسرعة ودقة غير مسبوقة. غير أن الأخبار المتزايدة المتعلقة بالجريمة والتي تُنشر بشكل منتظم على هذه المنصات، قد تساهم في تشكيل تصور خاطئ أو مبالغ فيه حول مستوى الأمان في المجتمع. لا سيما أن هذا النوع من الأخبار يُقدم أحياناً بصيغ درامية أو مثيرة، مما قد يؤثر على المشاعر العامة تجاه الواقع الأمني في المجتمعات.

وفي هذا السياق، تبرز أهمية دراسة التأثيرات النفسية والإدراكية الناجمة عن تعرض الأفراد لهذا المحتوى الرقمي المرتبط بالجريمة. بينما تشير الدراسات التقليدية إلى تأثير الإعلام في تشكيل مفاهيم الأمان والخوف، فإن منصات التواصل الاجتماعي قد تؤدي إلى نتائج مختلفة بسبب السرعة الفائقة في نشر المعلومات، والقدرة على التفاعل المباشر مع هذا المحتوى. هذه الميزة قد تزيد من حجم التأثيرات النفسية على الأفراد، مما يستدعي دراسة معمقة لدور الإعلام الرقمي في تحفيز مشاعر القلق والخوف بشكل غير مسبوق.

ولهذا تتمحور هذه الدراسة حول استكشاف تأثير التعرض المتكرر لأخبار الجريمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي على مستوى الشعور بالأمان لدى الجمهور المصري. ففي ظل الانتشار الواسع للمحتوى الجرمي على هذه المنصات، يسعى البحث لفهم كيفية تأثير هذا التعرض على تصورات الأفراد حول الأمان، ومدى تأثيره على مشاعر الخوف والطمأنينة. كما يهدف إلى تحليل التأثيرات النفسية والاجتماعية لهذا المحتوى الرقمي على إدراك الأمان في المجتمع المصري، بهدف تقديم رؤى تساهم في وضع استراتيجيات إعلامية فعالة للتعامل مع هذا النوع من الأخبار.

### أهداف الدراسة:

يهدف البحث إلى تحقيق هدف رئيسي يتمثل في "رصد تأثير تعرض الجمهور المصري لأخبار الجريمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي على مستويات الشعور بالأمان لديهم"، وينبثق من هذا الهدف مجموعة من الأهداف الفرعية التي يمكن تحقيقها؛ وهي كالتالي:

✱ التعرف على مدى متابعة الجمهور المصري لأخبار الجريمة المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ودوافع هذه المتابعة.

- ★ تحديد أكثر أنواع الجرائم التي يتعرّض لها الجمهور المصري من خلال هذه المنصات، وأكثر منصات التواصل الاجتماعي استخداماً في متابعة هذه الأخبار، ونوعية الجرائم الشائعة في المحتوى المتداول.
- ★ قياس درجة تفاعل الجمهور المصري مع أخبار الجريمة من خلال (المشاركة، الإعجاب، التعليق، إعادة النشر).
- ★ استقصاء مستوى الثقة لدى الجمهور المصري لمصادر الأخبار المتعلقة بالجريمة على مواقع التواصل الاجتماعي.
- ★ تحليل مدى إدراك الجمهور المصري العينة لطبيعة البيئة الأمنية في مصر بعد تعرّضهم المتكرر لمحتوى الجريمة.
- ★ قياس مستوى الشعور بالأمان لدى الجمهور المصري في ظل تعرّضهم المتكرر لمحتوى إخباري مرتبط بالجريمة.
- ★ رصد التصورات الذهنية الشائعة لدى الجمهور المصري حول الواقع الأمني، باعتبارها ناتجة عن التأثير التراكمي للمحتوى الرقمي المرتبط بالجريمة.

### أهمية الدراسة:

تتبع أهمية الدراسة محورين رئيسيين؛ وهما كالتالي:

أ) الأهمية النظرية أو العلمية: وتتمثل الأهمية في عدة نقاط؛ وهي كالتالي:

- ★ إضافة معرفة جديدة في مجال الدراسات الإعلامية حول تأثير منصات التواصل الاجتماعي على الشعور بالأمان لدى الأفراد، وهو مجال لم يحظَ بعد بالاهتمام الكافي في الأدبيات الأكاديمية.
- ★ تسليط الضوء على دور الإعلام الرقمي في تشكيل التصورات الأمنية، بما يسهم في فهم تأثير الأخبار المتعلقة بالجريمة التي تُنشر على مواقع التواصل الاجتماعي على الأفراد والمجتمعات.

- ★ توسيع نطاق نظرية الغرس الثقافي من خلال تحليل العلاقة بين التعرّض المستمر للمحتوى الإخباري المتعلق بالجريمة وتصورات الأفراد حول الأمان والخوف، مما يوفر إطاراً نظرياً جديداً لفهم هذه العلاقة في السياق الرقمي.
- ★ دراسة التأثيرات النفسية والاجتماعية للمحتوى الرقمي، مع التركيز على التأثيرات التي يسببها التعرّض المتكرر لأخبار الجريمة، بما يفتح آفاقاً جديدة للبحث في سلوكيات الأفراد تجاه الأمان والمخاطر.

(ب) الأهمية المجتمعية أو التطبيقية: وتتمثل الأهمية في عدة نقاط؛ وهي كالتالي:

- ★ تقديم نتائج علمية تساهم في وضع استراتيجيات إعلامية فعّالة، تساعد في التعامل مع المحتوى الرقمي المتعلق بالجريمة بشكل يساهم في تعزيز شعور الأمان وتقليل التأثيرات السلبية على المجتمعات.
- ★ تحقيق فائدة عملية للمؤسسات الإعلامية والجهات الأمنية من خلال توفير رؤى حول تأثير الإعلام الرقمي على تصورات الأفراد حول الأمان، مما يساهم في تحسين التغطية الإعلامية وتقليل المبالغة أو التضخيم في الأخبار المتعلقة بالجريمة.
- ★ مساعدة صناع القرار في تطوير سياسات إعلامية أكثر فاعلية، تراعي تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على الجمهور وتساعد في تحقيق استقرار اجتماعي ونفسية الأفراد.
- ★ تعزيز دور التوعية المجتمعية عبر الوسائل الرقمية من خلال نشر المعلومات الدقيقة التي تساهم في تقليل الخوف العام وتؤدي إلى توازن في الإدراك الجماعي للأمن.

### الدراسات السابقة:

تُعد مراجعة الدراسات السابقة خطوة أساسية لفهم ما تم إنجازه في مجال البحث وتحديد الفجوات التي تسعى هذه الدراسة لمعالجتها. قام الباحث بمراجعة

الأدبيات المتعلقة بتأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الشعور بالأمان. تم البحث باستخدام مجموعة من الكلمات المفتاحية مثل: "أخبار الجريمة على مواقع التواصل الاجتماعي"، و "تأثير الإعلام الرقمي على الأمان الشخصي"، بالإضافة إلى مرادفاتها باللغة الإنجليزية. استناداً إلى نتائج البحث في قواعد البيانات العلمية، تم تصنيف الدراسات التي تم استعراضها ضمن المحور الأول الذي يتناول العلاقة بين مواقع التواصل الاجتماعي والشعور بالأمان. ستقوم الباحثة بعرض هذه الدراسات وتحليلها موضوعياً وفقاً لهذا المحور.

### المحور: الدراسات التي تناولت العلاقة بين مواقع التواصل الاجتماعي والشعور بالأمان:

فيما يختص بالعلاقة بين القلق الاجتماعي ومواقع التواصل الاجتماعي فنجد دراسة (Yin et al., 2022) التي خلصت نتائجها إلى أن الأفراد الذين يعانون من القلق الاجتماعي يميلون إلى البحث عن الأمان على منصات الشبكات الاجتماعية، وأن هذه الرغبة تكون أقوى في المنصات التي تكون فيها الخصوصية أقل. كل من المخاوف التقييمية و المخاوف المتعلقة بالخصوصية تتوسط العلاقة بين القلق الاجتماعي وسلوكيات البحث عن الأمان، بينما كانت المخاوف التقييمية تؤثر بشكل أقوى من المخاوف المتعلقة بالخصوصية. كما أن العلانية في المنصة عززت هذه التأثيرات غير المباشرة.

أما عن تهديدات الخصوصية والأمان لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي فهناك نتائج دراسة (Rocheleau & Chiasson, 2022) والتي أفادت نتائجها بأن المراهقين المصابين بالتوحد قد يكونون أكثر تردداً في تحمل المخاطر على منصات الشبكات الاجتماعية مقارنةً بالمراهقين غير المصابين بالتوحد. ومع ذلك، هناك العديد من العوامل الشخصية والاجتماعية وتصميم منصات الشبكات الاجتماعية

التي قد تجعل المراهقين المصابين بالتوحد أكثر عرضة للتنمر الإلكتروني والاستبعاد الاجتماعي عبر الإنترنت.

وبالنسبة لمدى إدراك الجمهور لشعور بالأمان من الجريمة وكذلك أوضحت نتائج دراسة (Ghani et al., 2022) أن المشاركين لديهم بشكل عام إدراك مرتفع للأمان من الجريمة. ومع ذلك، شعر المشاركون بأنهم أقل أماناً عندما كانوا في الأماكن العامة وعند التفاعل مع الخدمات عبر الإنترنت. في معظم الحالات، يتأثر إحساس المشاركين بالأمان بضغوط اليقظة وتجنب التعرض للجريمة. تتفاقم هذه الضغوط بسبب معلومات منخفضة الجودة عن الجريمة التي غالباً ما يتلقاها المشاركون من خلال وسائل التواصل الاجتماعي.

وعن العلاقة بين تعرض الجمهور للجريمة على مواقع التواصل الاجتماعي وتصورتهم عنها فنجد نتائج دراسة (Ghani et al., 2022) التي بينت نتائجها أن معلومات الجريمة تؤثر على وسائل التواصل الاجتماعي بشكل كبير على تصورات المشاركين عن الجريمة.

وفيما يختص العلاقة بين مواقع التواصل الاجتماعي والشعور بالخوف فقد خلصت نتائج دراسة (Park & Vieraitis, 2021) إلى أن التعرض الأكبر على منصات الشبكات الاجتماعية يزيد من احتمالية التعرض للضحية عبر الإنترنت، مما يؤدي إلى زيادة الخوف من التعرض للضحية على هذه المنصات. نظراً للدور الكبير الذي تلعبه منصات الشبكات الاجتماعية في الأنشطة الاجتماعية والعلاقات.

وبالنسبة لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي والشعور بالأمان فقد أوضحت نتائج دراسة (القرني، 2023) أن إدمان شبكات التواصل الاجتماعي يؤثر بشكل سلبي (علاقة عكسية) على الأمن النفسي للفرد مما يجعل الفرد هشاً في مواجهة ظروف الحياة الصعبة والتعرض للضغوط والمشكلات والعلل النفسية، كما أفادت نتائج دراسة (Al-Sharif, 2022) أن هناك ترابط طردي مباشر بين استبيان

استخدام الشبكات الاجتماعية واستبيان الأمان النفسي خلال جائحة كورونا. كما أن هناك اختلافات ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة في استخدام الشبكات الاجتماعية وفقاً لمتغير النوع الاجتماعي لصالح الإناث، كما كانت هناك اختلافات في متوسطات درجات أفراد العينة في استخدام الشبكات الاجتماعية وفقاً لمتغير المرحلة التعليمية، وكانت لصالح الحاصلين على درجة البكالوريوس. كما كانت هناك أيضاً اختلافات ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة في الأمان النفسي وفقاً لمتغير النوع الاجتماعي لصالح الإناث، وكذلك اختلافات في متوسطات درجات أفراد العينة في الأمان النفسي وفقاً لمتغير المرحلة الدراسية، لصالح مرحلة الدراسات العليا؛ وأيضاً أظهرت نتائج دراسة (الصبان، الحربي، 2019) أن هناك علاقة ارتباطية سالبة وتنبؤية ذات دلالة إحصائية بين إيمان الطلاب على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وبين أمنهم النفسي. وكذلك خلصت دراسة (المحيسن، 2019) إلى عدم وجود اختلاف بالعلاقة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والأمن النفسي لدى طلبة جامعة الطفيلة التقنية باختلاف الجنس والكلية.

أما عن معدلات استخدام الجمهور لمواقع التواصل الاجتماعي ودوافع استخدامها وأكثرها استخداماً فنجد دراسة (الصبان، الحربي، 2019) التي أظهرت نتائجها أن الطلاب يمتلكون حسابات على مواقع التواصل الاجتماعي (95.6%)، وأكثرها استخداماً تطبيق سنابشات (23%)، وتستخدم غالباً بما يزيد عن أربع ساعات يومياً (46,8%)، وذلك لغرض التسلية بالدرجة الأولى (45.2%).

### التعليق على الدراسات السابقة والاستفادة منها:

يشير إلى أهمية فهم العلاقة المعقدة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والشعور بالأمان لدى الأفراد. تتبين من الدراسات أن هناك تأثيرات نفسية واجتماعية مختلفة نتيجة التفاعل المستمر مع هذه المنصات، حيث يتأثر شعور الأمان الشخصي

بناءً على عدة عوامل منها التعرض المتكرر للمحتوى المرتبط بالجريمة، ومستوى التفاعل مع المحتوى، ومدى التحقق من مصداقية المعلومات.

كما أظهرت الدراسات أن هناك تأثيرات نوعية مرتبطة بالأمان النفسي لدى الأفراد وفقاً للعوامل الديموغرافية مثل النوع الاجتماعي و المرحلة التعليمية، ما يعكس تبايناً في إدراك الأمان بين الأفراد. إضافة إلى ذلك، فإن هناك ارتباطاً طردياً بين التفاعل مع وسائل التواصل الاجتماعي وزيادة مشاعر الخوف، وهو ما يمكن أن يؤدي إلى انعدام الطمأنينة لدى الأفراد، خصوصاً عند تعرضهم لمحتوى إعلامي قد يعزز الشعور بالتهديد.

والجدير بالذكر أن التوعية بالخصوصية والأمان على منصات التواصل الاجتماعي تبقى أحد العوامل المؤثرة في الحد من هذه المشاعر السلبية. كما أظهرت الدراسات أهمية التعليم الرقمي، وضرورة وجود استراتيجيات واضحة تعزز من مستوى الأمان النفسي لدى المستخدمين، مع مراعاة الفروق بين فئات المجتمع المختلفة.

واستفادت الباحثة من استعراض الدراسات السابقة في بناء دراستها من خلال تحليل العلاقة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والشعور بالأمان، حيث ساعدها ذلك في فهم تأثير هذه المنصات على الأمن النفسي للأفراد، وتحديد العوامل النفسية التي تؤثر على شعورهم بالأمان. كما أتاح لها استعراض الدراسات تحديد الفروق الديموغرافية في تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الأفراد، مما ساعد في تصميم أسئلة الاستبيان بما يتناسب مع هذه الفروق. بالإضافة إلى ذلك، مكنت هذه الدراسات الباحثة من فهم تأثير المخاوف التقييمية و المخاوف المتعلقة بالخصوصية في سلوكيات البحث عن الأمان، وبالتالي توجيه الحلول المناسبة لتحسين الأمان النفسي للمستخدمين. كما قدمت الدراسات السابقة إسهاماً جديداً في هذا المجال عبر التركيز على السياق المصري.

### الإطار النظري للدراسة: نظرية الغرس الثقافي (Cultivation Theory):

تُعد نظرية الغرس الثقافي من النظريات الإعلامية المهمة التي طورها جورج جربنر وزملاؤه تفترض أن التعرض المستمر للمحتوى الإعلامي، وخاصة عبر التلفزيون، يسهم في تشكيل تصورات المشاهدين حول الواقع وينسّقها مع الرسائل المتكررة التي يتم تصويرها في الإعلام. تؤكد النظرية أن المشاهدين الذين يتعرضون للتلفزيون بشكل مكثف يكونون أكثر عرضة لتشكيل تصورات عن العالم التي تعكس الحقائق الرمزية المعروضة على الشاشة، بدلاً من الواقع الموضوعي. وقد تم تطبيق هذه النظرية في مجالات عدة مثل العنف، وأدوار الجنسين، والمواقف السياسية، وما زالت تُعتبر ذات صلة حتى مع التطور السريع في المشهد الإعلامي.

وتشير نظرية الغرس إلى أن التلفزيون يخلق واقعاً رمزياً في أذهان المشاهدين، وهو واقع غالباً ما يؤدي بهم إلى الاعتقاد بأن العالم أكثر عنفاً أو خطورة مما هو عليه في الواقع. هذا التأثير يتضح بشكل خاص في المشاهدين الكثيفين، الذين هم أكثر تأثراً بهذه الرسائل، ويُعتقد أن هذا النوع من التأثير يزداد بمرور الوقت (Van den Bulck, 2012) (Morgan et al., n.d.). كما تقدم النظرية مفاهيم مثل التعميم و الصدى، حيث يلاحظ أن المشاهدين الذين يتعرضون للمحتوى الإعلامي بشكل مكثف يطورون تصورات متشابهة حول العالم، وتزداد التأثيرات عندما تتوافق تجاربهم الواقعية مع التصوير الإعلامي (Morgan et al., 2017) (LI & ZENG, n.d.).

وعلاوة على ذلك، يهدف مشروع المؤشرات الثقافية الذي أطلقه جربنر إلى قياس تأثير وسائل الإعلام على القيم والمعايير الاجتماعية، مبرزاً كيف يمكن للمحتوى الإعلامي أن يُشكل التصورات الثقافية بمرور الوقت (Busselle & Van den Bulck, 2019) (Farooq et al., n.d.). إذ تُظهر الدراسات أن التعرض الإعلامي قد يؤثر بشكل كبير على تصورات الأفراد في مجالات مثل معدلات الجريمة وأدوار

الجنسين، ويُعتقد أن هذا التأثير يمتد عبر الثقافات المختلفة، كما تبين في دراسات مقارنة بين الثقافات (Lee & Park, 2014).

كما تم تطبيق نظرية الغرس الثقافي في مجال الإعلان لفهم تأثير وسائل الإعلام على سلوك المستهلك. على سبيل المثال، استخدمت إعلانات Coca-Cola في باكستان الموضوعات الثقافية لتلبية احتياجات الجمهور المحلي، مما يظهر كيفية تأثير الإعلام في تشكيل تصورات وسلوكيات المستهلكين (Farooq et al., n.d.). ومع ذلك، رغم تطبيقاتها الواسعة، تواجه نظرية الغرس بعض الانتقادات، خصوصاً من حيث القيود المنهجية والتأثيرات الصغيرة التي قد تلاحظ في بعض الدراسات. يدافع النقاد عن مناهج أكثر دقة في فهم تأثيرات الوسائط، مع الأخذ في الاعتبار البيئة الإعلامية سريعة التغير (Van den Bulck, 2012) (Lazar, 2001).

وفيما يتعلق بالاتجاهات المستقبلية، مع التحول الكبير في استهلاك الوسائط عبر المنصات الرقمية، من الضروري أن تتكيف نظرية الغرس الثقافي لتشمل تأثيرات وسائل التواصل الاجتماعي والمحتوى الرقمي الجديد على تصورات الأفراد حول الواقع (Mosharafa, 2015). ويتطلب هذا مناهج متعددة التخصصات، تجمع بين علم النفس و علم الاجتماع ودراسات الاتصال، لتعزيز فهم تأثيرات الإعلام على المعايير الاجتماعية و المعتقدات الفردية (Busselle & Van den Bulck, 2019).

ورغم الأهمية الكبيرة التي لعبتها نظرية الغرس الثقافي في فهم تأثيرات الإعلام، من المهم الأخذ في الاعتبار دور الجمهور النشط في تفسير محتوى الإعلام. يمكن لأعضاء الجمهور التفاعل بشكل انتقائي مع الإعلام، مما يضيف بعداً جديداً في فهم تأثير وسائل الإعلام على الأفراد. هذا التفاعل الانتقائي قد يخفف من تأثيرات الغرس الثقافي أو يضاعفها، مما يشير إلى أن تأثير الإعلام يختلف بين الأفراد بحسب تجاربهم و تفسيراتهم.

وقد وظفت الباحثة نظرية الغرس الثقافي في هذه الدراسة بوصفها الإطار التفسيري لفهم العلاقة بين التعرض المتكرر لأخبار الجريمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي و مستوى الشعور بالأمان لدى الجمهور المصري (عينة الدراسة). وتتعلق الدراسة من افتراض رئيس تؤكدته النظرية، وهو أن التكرار المستمر للمضامين الإعلامية ذات الطابع الإجرامي يؤدي إلى غرس تصورات ذهنية لدى الأفراد تعكس صورة مضخمة أو مشوهة عن الواقع الأمني، مما قد يسهم في تعزيز مشاعر الخوف والقلق وتقليل الشعور بالطمأنينة. وبناءً عليه، تسعى الدراسة إلى قياس تأثير كثافة التعرض لأخبار الجريمة، و نوعية التغطية، و طبيعة التفاعل مع المحتوى، في تشكيل إدراك الأفراد للواقع الأمني، بما ينسجم مع ما تطرحه نظرية الغرس من تفسير للتأثيرات التراكمية للمحتوى الإعلامي على الوعي الجمعي.

### الإطار المعرفي الدراسة: (دور وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل مشهد الجريمة):

أدى ظهور مواقع الشبكات الاجتماعية إلى تحول كبير في مشهد أخبار الجريمة، سواء من حيث كيفية ارتكاب الجرائم أو كيفية الإبلاغ عنها والتحقيق فيها. أصبحت هذه المنصات سلاحاً ذا حدين، إذ توفر فرصاً وتحديات في مجال الجريمة. فمن جهة، تسهم في نشر المعلومات بشكل سريع وتعزيز المشاركة المجتمعية، بينما من جهة أخرى توفر سبلاً جديدة للأنشطة الإجرامية وانتشار المعلومات المضللة. وتتطلب هذه الديناميكية المعقدة نهجاً متعدد الأبعاد لفهم ومعالجة أخبار الجريمة على منصات الشبكات الاجتماعية.

وإن أنواع الجرائم التي تحدث عبر وسائل التواصل الاجتماعي أصبحت أكثر تنوعاً وتعقيداً. على سبيل المثال، حدد علم اللغة الشرعي أنماط استخدام اللغة الإجرامية على هذه المنصات، مثل التشهير، خطاب الكراهية، و التهديدات، والتي غالباً ما تتجنب أساليب التحقيق التقليدية. مما يسلط الضوء على أهمية استخدام التحليل

اللغوي في علم الجريمة الرقمي، الذي يعد أداة أساسية لفهم وتفسير الجرائم الرقمية (Ntelu et al., 2025). من جهة أخرى، يُعتبر الجرائم الإلكترونية من أبرز الجرائم التي تنتشر عبر منصات وسائل التواصل الاجتماعي، مثل الاحتيال الإلكتروني و التسلط عبر الإنترنت و نشر الأخبار الزائفة. تستفيد هذه الجرائم من الامتداد العالمي و إخفاء الهوية الذي توفره هذه المنصات، مما يجعل من الصعب تنظيمها والسيطرة عليها (Kawonal et al., 2024).

والإجراءات التحقيقية والوقائية في هذا السياق تتطلب استخدام تقنيات متطورة. على سبيل المثال، اللغويات الشرعية تُستخدم لتحليل الهياكل اللغوية للكشف عن التواصل الإجرامي، مما يوفر رؤى قيمة لحل الحالات التي قد تفوتها الطرق التقليدية (Ntelu et al., 2025). وبالإضافة إلى ذلك، يستخدم المحققون التتقيب عن البيانات و التعلم الآلي لتحليل بيانات مواقع التواصل الاجتماعي للتنبؤ بالجريمة ومنعها. تساهم هذه التقنيات في تحديد الشبكات الإجرامية والتنبؤ باتجاهات الجريمة، مما يوفر تحذيرات مبكرة لإنفاذ القانون (Sundari, 2024) (Xiong & Chong, 2024). كما أن استخدام أدلة وسائل التواصل الاجتماعي في الإجراءات الجنائية أصبح أمراً شائعاً، حيث يتم الاستفادة من المنشورات والرسائل وبيانات المواقع لإثبات الحقائق ودعم القضايا القانونية (Waszkiewicz & Worek, 2024).

ورغم هذه الفوائد، تظل هناك تحديات قانونية وتنظيمية تواجه تطبيقات وسائل التواصل الاجتماعي في مجال الجريمة. فالأطر القانونية التقليدية تواجه صعوبة في التعامل مع الجرائم الرقمية، مما يفرض الحاجة إلى تشريعات شاملة وتعاون دولي لمكافحة هذه الجرائم بشكل فعال (Alni et al., 2024). كما تتطلب التدخلات التكنولوجية إلى جانب التعليم الرقمي تحسين قدرات الأفراد على التعرف على التهديدات والاستجابة لها، مما يتطلب تعاوناً بين القطاعين العام والخاص (Agbaka, 2024).

كما أن أحد أهم الجوانب التي تميز وسائل التواصل الاجتماعي هو الإبلاغ الفوري عن الجرائم وتعبئة المجتمع. وعلى الرغم من أن هذه المنصات تسهل الإبلاغ عن الجرائم في الوقت الفعلي، فإنها تثير أيضاً مخاوف تتعلق بالمعلومات المضللة والخصوصية وسلامة الضحايا والشهود (Oghogho et al., 2024).

وفي الختام، في حين أن مواقع الشبكات الاجتماعية تشكل تحديات كبيرة فيما يتعلق بالجرائم، فإنها توفر أيضاً فرصاً فريدة لمنع هذه الجرائم وكشفها. من خلال دمج التقنيات المتقدمة مثل التعلم الآلي والتقيب عن البيانات مع الأساليب التقليدية للتحقيق، يمكن تحسين فعالية كشف الجرائم. إلا أن من الضروري في الوقت ذاته مراعاة الآثار القانونية والأخلاقية لاستخدام بيانات وسائل التواصل الاجتماعي في الإجراءات الجنائية لضمان العدالة وحماية الحقوق الفردية.

### الإطار المنهجي:

★ **نوع الدراسة ومنهجها:** تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي تهدف إلى رصد وتحليل الظواهر الاجتماعية المتعلقة بتأثير التعرض لأخبار الجريمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي على الشعور بالأمان لدى الجمهور المصري. واعتمدت الباحثة في هذه الدراسة على المنهج المسحي الكمي، باعتباره الأنسب لجمع بيانات كمية حول اتجاهات الجمهور، وتحليل العلاقة بين التعرض لهذا المحتوى والتصورات الأمنية لدى الأفراد. ويتيح هذا المنهج جمع بيانات من عينة ممثلة للمجتمع المصري، وتحليلها بهدف الوصول إلى استنتاجات علمية حول كيفية تأثير أخبار الجريمة على مشاعر الأمان والخوف لدى الأفراد في المجتمع المصري.

★ **أدوات الدراسة:** تم استخدام استمارة الاستبيان الإلكتروني كأداة رئيسية لجمع البيانات من أفراد العينة، وذلك لكونها أداة فعالة وسريعة للوصول إلى الجمهور المستهدف، بالإضافة إلى توفير الوقت والجهد في عملية التوزيع والتحصيل.

وصُممت الاستمارة لتشمل مجموعة من الأسئلة المغلقة والاختيارية، مرتبة وفق محاور الدراسة، وتهدف إلى قياس عدة متغيرات مثل: (مدى التعرض لأخبار الجريمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، دوافع التفاعل مع هذه الأخبار، التصورات الأمنية لدى الأفراد، وتأثير هذه الأخبار على الشعور بالأمان).  
 للتحقق من صدق أداة القياس، اعتمدت الباحثة على الصدق الظاهري والمحتوى. تم عرض الاستمارة في صورتها الأولية على مجموعة من المحكمين المتخصصين في الإعلام، علم النفس، والدراسات الاجتماعية، من ذوي الخبرة الأكاديمية والمهنية، بهدف:

- أ) التأكد من وضوح صياغة الفقرات وسلامتها اللغوية.
  - ب) التحقق من مدى ملائمة الأسئلة لأهداف الدراسة ومحاورها النظرية.
  - ج) ضمان تغطية شاملة للمفاهيم التي تتعلق بمستوى الشعور بالأمان والتعرض للمحتوى الإعلامي.
- وقد قام المحكمون بتقديم ملاحظاتهم وتوصياتهم حول محتوى الفقرات وتسلسلها وارتباطها بالمحاور الأساسية للدراسة. بناءً على ذلك، تم إجراء التعديلات اللازمة، وتمت إعادة صياغة بعض الأسئلة، حذف أو دمج أخرى، حتى استقر الاستبيان على صورته النهائية المعتمدة، بما يضمن صدقه في قياس المتغيرات المقصودة.

وتم إجراء اختبار الثبات عن طريق حساب معامل ثبات ألفا لمحاور الاستبيان، وكذلك للصحيفة كاملة، وذلك لضمان استقرار نتائج الاستبيان ودقتها؛  
كما يلي:

جدول رقم (1) يوضح قيم معاملات ثبات "ألفا"  
لمحاور صحيفة الاستبيان والدرجة الكلية لها

| معامل ألفا<br>(معامل<br>الثبات) | المحور                                                                                                                             |
|---------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 0.864                           | دوافع متابعة أخبار الجريمة على مواقع التواصل الاجتماعي                                                                             |
| 0.819                           | تصورات المبحوثين حول طبيعة تغطية الجرائم على مواقع التواصل الاجتماعي                                                               |
| 0.850                           | دوافع التفاعل مع أخبار الجريمة على مواقع التواصل الاجتماعي                                                                         |
| 0.902                           | وعي المبحوثين بمصادر الأخبار التي تتلقى منها معلومات عن الجرائم على مواقع التواصل الاجتماعي                                        |
| 0.825                           | إدراك الجمهور المصري لطبيعة البيئة الأمنية في مصر بعد تعرضهم المتكرر لمحتوى الجريمة                                                |
| 0.743                           | مستوى الشعور بالأمان لدى الجمهور المصري في ظل تعرضهم المتكرر لمحتوى إخباري مرتبط بالجريمة                                          |
| 0.848                           | التصورات الذهنية الشائعة لدى الجمهور المصري حول الواقع الأمني، باعتبارها ناتجة عن التأثير التراكمي للمحتوى الرقمي المرتبط بالجريمة |
| %83.2                           | صحيفة الاستبيان كاملة                                                                                                              |

قامت الباحثة بتطبيق اختبار الثبات على عينة الدراسة بعد تحكيم صحيفة الاستبيان، والذي وصل إلى (83.2%)، مما يؤكد ثبات الاستمارة وصلاحياتها للتطبيق وتعميم النتائج، ومن ثم فقد تم حساب معامل الصدق الذاتي (الثبات) لصحيفة الاستبيان من خلال المعادلة التالية:

$$= \text{معامل الصدق الذاتي} = \text{معامل الثبات} = \sqrt{0.832} = 0.912 = 91.2\%$$

★ **مجتمع الدراسة:** يتمثل مجتمع الدراسة في الجمهور المصري ممن يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي ويتابعون من خلالها أخبار الجريمة من مختلف الأنواع والأعمار والمستويات التعليمية والاقتصادية.

★ **عينة الدراسة:** تمثلت عينة الدراسة في (400 مفردة) من الجمهور المصري ممن يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي ويتابعون من خلالها أخبار الجريمة، وقد تم اختيار هذه العينة بطريقة عمدية (غير احتمالية)، استناداً إلى معايير محددة تتسجم مع أهداف الدراسة (علام، 2012، ص173)، وقد تم اختيار العينة بناءً على مجموعة من المبررات العلمية والمنهجية، وهي كما يلي:

(أ) أولاً: تم اختيار العينة من بين مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي الذين يتابعون أخبار الجريمة بشكل متكرر، وذلك لضمان تمثيل واقعي للفئة المستهدفة التي يراد استقصاء تأثير المحتوى الجرائمي عليها، خصوصاً فيما يتعلق بمستوى الشعور بالأمان.

(ب) ثانياً: اشتملت العينة على فئات متنوعة من حيث النوع، العمر، المستوى التعليمي، والموقع الجغرافي، بما يتيح فحص الفروق الديموغرافية في إدراك الأمان وتأثير التعرض الإعلامي، ويسهم في تعميم النتائج على شرائح أوسع من المجتمع المصري.

(ج) ثالثاً: يهدف هذا التوجه في اختيار العينة إلى تمكين الباحثة من تحليل مدى تأثير خصائص الأفراد وسلوكهم الإعلامي على تصوراتهم النفسية

والأمنية، ما يُعزز من دقة النتائج ويزيد من قوة الاستدلال الإحصائي للدراسة.

وقد وزعت عينة الدراسة من حيث الخصائص الديموغرافية للمبحوثين على النحو المبين بالجدول التالي:

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

| البيانات شخصية   | ك            | %    |
|------------------|--------------|------|
| النوع            | ذكر          | 33.8 |
|                  | أنثى         | 66.2 |
|                  | الإجمالي     | 100  |
| السن             | من 18 الي 25 | 31.8 |
|                  | من 26 الي 35 | 40.8 |
|                  | من 35 الي 50 | 15   |
|                  | أكثر من 50   | 12.5 |
|                  | الإجمالي     | 100  |
| المستوى التعليمي | مؤهل متوسط   | 16   |
|                  | مؤهل جامعي   | 50.3 |

| البيانات شخصية               | ك                       | %    |
|------------------------------|-------------------------|------|
| دراسات عليا ماجستير، دكتوراه | 135                     | 33.7 |
| الإجمالي                     | 400                     | 100  |
| متوسط دخلك الشهري            | أقل من 5000 جنيه        | 10.8 |
|                              | من 5000 إلى 10000 جنيه  | 56.3 |
|                              | من 10000 إلى 15000 جنيه | 24   |
|                              | أكثر من 15000 جنيه      | 9    |
|                              | الإجمالي                | 400  |
| المستوى الاقتصادي            | منخفض                   | 4.8  |
|                              | متوسط                   | 71.4 |
|                              | مرتفع                   | 23.8 |
|                              | الإجمالي                | 400  |

تظهر بيانات هذا الجدول خصائص عينة الدراسة توزيعاً متنوعاً يعكس التنوع في الخصائص الاجتماعية والديموغرافية للأفراد، مما يساهم في توضيح العلاقة بين هذه الخصائص واستخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

ففيما يتعلق بالنوع، كان عدد الإناث في عينة الدراسة (66.2%) بينما كانت نسبة الذكور (33.8%). وهذا يظهر بوضوح أن الإناث يمثلن أغلبية مستخدمي مواقع

التواصل الاجتماعي في عينة الدراسة، وهو ما يتسق مع العديد من الدراسات التي أظهرت أن النساء أكثر مشاركة على منصات التواصل الاجتماعي مقارنة بالرجال. تشير هذه النتيجة إلى أهمية تضمين المتغيرات الاجتماعية والنوع في تحليل التفاعل مع مواقع التواصل الاجتماعي في السياق الأمني.

أما بالنسبة للفئة العمرية، فإن أكبر نسبة من عينة الدراسة (40.8%) تنتمي إلى الفئة العمرية من 26 إلى 35 عاماً، تليها الفئة من 18 إلى 25 عاماً بنسبة (31.8%). وهذا يشير إلى أن الفئات العمرية الأصغر، التي تمثل الشباب، هي الأكثر استخداماً لمواقع التواصل الاجتماعي.

وبالنسبة للمستوى التعليمي، فإن (50.3%) من الجمهور المصري (عينة الدراسة) يحملون مؤهلاً جامعياً، بينما (33.7%) لديهم دراسات عليا (ماجستير أو دكتوراه)، و(16%) فقط لديهم مؤهل متوسط. وهذا التوزيع يشير إلى أن عينة الدراسة تضم غالبية من الأفراد ذوي التعليم العالي، وهو ما يتفق مع الدراسات التي أظهرت أن الأفراد ذوي التعليم العالي لديهم وعي أكبر بالمخاطر الرقمية واتخاذ تدابير وقائية أفضل لحماية أنفسهم على الإنترنت.

أما بالنسبة لمتوسط الدخل الشهري، فقد كانت أكبر نسبة (56.3%) تتراوح دخلهم بين 5000 و10000 جنيه، بينما (24%) من الجمهور المصري (عينة الدراسة) دخلهم يتراوح بين 10000 و15000 جنيه. وهذا يشير إلى أن غالبية الجمهور المصري (عينة الدراسة) ينتمون إلى الفئات ذات الدخل المتوسط، وهو ما يعكس التركيبة الاقتصادية للمجتمع المصري بشكل عام. وهذه النتيجة تتماشى مع العديد من الدراسات التي تشير إلى أن الفئات ذات الدخل المتوسط هي الأكثر استخداماً للإنترنت وبالتالي الأكثر تعرضاً للمخاطر الرقمية.

وفيما يخص المستوى الاقتصادي، كان (71.4%) من الجمهور المصري (عينة الدراسة) ينتمون إلى المستوى الاقتصادي المتوسط، بينما (23.8%) ينتمون

إلى المستوى المرتفع و(4.8%) فقط إلى المستوى المنخفض. وهذا يظهر بوضوح أن عينة الدراسة تمثل بشكل رئيسي فئة ذوي الدخل المتوسط، وهو ما يعكس الفئة الأكثر استخداماً للإنترنت في المجتمع المصري. وهذه النتيجة تتفق مع ما تشير إليه الدراسات التي تقول بأن الأفراد من الطبقات الاقتصادية المتوسطة هم الأكثر تعرضاً للمخاطر الرقمية، كما أن هذه الفئة هي التي تتمتع بأعلى استخدام منصات التواصل الاجتماعي.

واستناداً إلى هذه النتائج، يمكن القول إن الفئات العمرية الصغيرة، النساء، وأصحاب المؤهلات العليا، وكذلك ذوي الدخل المتوسط، هم الفئات الأكثر تعرضاً للمخاطر الرقمية على منصات التواصل الاجتماعي. لذلك، فإن استراتيجيات حماية الأمان الرقمي يجب أن تستهدف هذه الفئات بشكل خاص لضمان سلامتهم الرقمية في البيئة الافتراضية.

### تساؤلات الدراسة:

- 1) إلى أي مدى يتابع الجمهور المصري (عينة الدراسة) أخبار الجريمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟
- 2) ما دوافع متابعة الجمهور المصري (عينة الدراسة) لأخبار الجريمة عبر هذه المنصات؟
- 3) ما أكثر أنواع الجرائم التي يتعرض لها الجمهور المصري (عينة الدراسة) من خلال مواقع التواصل الاجتماعي؟
- 4) ما المنصات الأكثر استخداماً من قبل الجمهور المصري (عينة الدراسة) لمتابعة أخبار الجريمة؟
- 5) ما درجة تفاعل الجمهور المصري (عينة الدراسة) مع أخبار الجريمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

- 6) ما مستوى الثقة الذي يمنحه الجمهور المصري (عينة الدراسة) لمصادر أخبار الجريمة على مواقع التواصل الاجتماعي؟
- 7) كيف يدرك الجمهور المصري (عينة الدراسة) الواقع الأمني بعد التعرض المتكرر لأخبار الجريمة؟
- 8) ما مستوى الشعور بالأمان لدى الجمهور المصري (عينة الدراسة) في ظل التعرض المستمر لمحتوى الجريمة الرقمي؟
- 9) ما التصورات الذهنية الشائعة لدى الجمهور المصري (عينة الدراسة) حول الأمن العام في المجتمع؟
- 10) ما السمات الديموغرافية للجمهور المصري (عينة الدراسة) الذين يتابعون أخبار الجريمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

### فروض الدراسة:

- ★ **الفرض الأول:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى متابعة الجمهور المصري (عينة الدراسة) لأخبار الجريمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومستوى شعورهم بالأمان.
- ★ **الفرض الثاني:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى متابعة الجمهور المصري (عينة الدراسة) لأخبار الجريمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وإدراكهم لطبيعة البيئة الأمنية.
- ★ **الفرض الثالث:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى متابعة الجمهور المصري (عينة الدراسة) لأخبار الجريمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي والتصورات الذهنية لديهم حول الأمن العام.
- ★ **الفرض الرابع:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى ثقة الجمهور المصري (عينة الدراسة) في مصادر أخبار الجريمة عبر مواقع التواصل ومستوى إدراكهم للواقع الأمني.

★ **الفرض الخامس:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين تفاعل الجمهور المصري (عينة الدراسة) مع أخبار الجريمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومستوى شعورهم بالأمان.

★ **الفرض السادس:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى الشعور بالأمان لدى الجمهور المصري (عينة الدراسة) تعزى إلى خصائصهم الديموغرافية (النوع، العمر، المستوى التعليمي، المستوى الاقتصادي).

### المعالجة الإحصائية للبيانات:

أ) المقاييس الوصفية: وقد اشتملت على ما يلي:

- ★ التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
- ★ المتوسط الحسابي.
- ★ الانحراف المعياري، وهو الذي يحدد مدى تباعد أو تقارب القراءات عن وسطها الحسابي.
- ★ الوزن النسبي الذي يحسب من المعادلة:  $(\text{المتوسط الحسابي} \times 100) \div \text{الدرجة}$  العظمى للعبارة.

ب) الاختبارات الإحصائية: وقد تضمنت هذه الاختبارات ما يلي:

- ★ اختبار (ت) للمجموعات المستقلة (Independent-Samples T-Test).
- ★ كاي<sup>2</sup> (Chi square) اختبار استقلالية العبارة ويستخدم لدراسة معنوية الفروق بين مجموعات المتغيرات الاسمية.

★ تحليل التباين ذو البعد الواحد (Oneway Analysis of Variance) المعروف باختصاراً باسم ANOVA.

(ج) معاملات الارتباط **Correlation**: وقد اشتملت على ما يلي:

★ معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient).

وقد قام الباحث بالاستعانة ببرنامج التحليل الإحصائي (SPSS)، وذلك لتحليل بيانات الدراسة الميدانية، ويتمثل مستوى الدلالة المعتمدة في الدراسة الحالية في كافة اختبارات الفروض والعلاقات الارتباطية ومعامل الانحدار في قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة (95%) فأكثر، أى عند مستوى معنوية 0.05 فأقل.

### نتائج الدراسة:

أولاً: النتائج التفصيلية للدراسة الميدانية:

جدول رقم (3) يوضح عدد مرات متابعة الجمهور المصري (عينة الدراسة)

لأخبار الجريمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي

| عدد مرات المتابعة | ك   | %    |
|-------------------|-----|------|
| يوميًا            | 188 | 47   |
| عدة مرات أسبوعياً | 143 | 35.8 |
| مرة أسبوعياً      | 69  | 17.3 |
| الإجمالي          | 400 | 100  |

تفيد بيانات هذا الجدول بعدد مرات متابعة الجمهور المصري (عينة الدراسة) لأخبار الجريمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي. فتشير النتيجة إلى أن (47%) من العينة يتابعون أخبار الجريمة بشكل يومي، وهو ما يدل على أن جزءاً كبيراً من الجمهور المصري (عينة الدراسة) يتعرض بشكل منتظم لهذا النوع من المحتوى على منصات التواصل الاجتماعي. أما بالنسبة لـ (35.8%) من الجمهور المصري (عينة الدراسة) الذين يتابعون أخبار الجريمة عدة مرات أسبوعياً، فذلك يشير إلى أن هناك فئة كبيرة أيضاً تتابع هذه الأخبار بشكل شبه دوري، وهو ما يعكس انتشار أخبار الجريمة عبر منصات التواصل الاجتماعي، ويعكس مدى تأثير هذا المحتوى على العديد من الأفراد الذين يتفاعلون معه بشكل مستمر. بينما (17.3%) فقط من الجمهور المصري (عينة الدراسة) يتابعون أخبار الجريمة مرة أسبوعياً، مما يعكس أن هذه الفئة أقل تعرضاً لهذا النوع من الأخبار، مما قد يشير إلى مستوى أقل من الانغماس في المحتوى الإعلامي المرتبط بالجريمة.

وتظهر هذه النتائج بوضوح أن نسبة كبيرة من الجمهور المصري (عينة الدراسة) يتعرض بشكل دوري لأخبار الجريمة عبر منصات التواصل الاجتماعي، مما يساهم في تشكيل تصوراتهم الأمنية تجاه المجتمع. يمكن ربط هذه النتائج بالدراسات السابقة التي أشارت إلى أن التعرض المتكرر لأخبار الجريمة عبر الإنترنت يؤدي إلى تعزيز مشاعر الخوف والقلق لدى الأفراد، حتى في حال عدم وجود تهديدات واقعية.

جدول رقم (4) يوضح بداية متابعة الجمهور المصري (عينة الدراسة)  
لأخبار الجريمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي

| مدة البداية         | ك   | %    |
|---------------------|-----|------|
| من 6 أشهر إلى سنة   | 135 | 33.8 |
| من سنة إلى 3 سنوات  | 114 | 28.5 |
| منذ أكثر من 3 سنوات | 151 | 37.8 |
| الإجمالي            | 400 | 100  |

يتضح لنا من بيانات هذا الجدول بداية متابعة الجمهور المصري (عينة الدراسة) لأخبار الجريمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، نجد أن أغلب الأفراد (37.8%) بدأوا متابعة هذا النوع من الأخبار منذ أكثر من 3 سنوات. وهذا يتماشى مع نتائج دراسة (Yin et al., 2022) التي أكدت أن الأفراد الذين يعانون من القلق الاجتماعي يميلون للبحث عن الأمان على منصات الشبكات الاجتماعية. وقد تكون هذه البداية المبكرة في متابعة الأخبار المتعلقة بالجريمة قد ساهمت في زيادة القلق الأمني لدى هذه الفئة. أما بالنسبة لـ (33.8%) من الجمهور المصري (عينة الدراسة) الذين بدأوا متابعة أخبار الجريمة في الفترة بين 6 أشهر إلى سنة، فإن هذه النتيجة تشير إلى تزايد الاهتمام بهذا الموضوع في الآونة الأخيرة. وبالتالي، يمكن أن يكون هناك تأثير متزايد للمحتوى المتعلق بالجريمة على هذه الفئة في فترات زمنية أقرب. وهذا يتسق مع نتائج دراسة (Park & Vieraitis, 2021) التي تشير إلى أن التعرض المتزايد للمحتوى الجرمي على منصات الشبكات الاجتماعية يؤدي إلى زيادة الخوف من التعرض للجريمة على هذه المنصات، ما يعكس تأثير هذا النوع من

المحتوى على المشاعر الأمنية للأفراد. أما بالنسبة للفئة التي بدأت متابعة أخبار الجريمة منذ سنة إلى ثلاث سنوات (28.5%)، فذلك يدل على تحول تدريجي في اهتمام الأفراد بهذا النوع من الأخبار نتيجة لزيادة تكرارها على منصات التواصل الاجتماعي. يتوافق ذلك مع نتائج دراسة (Ghani et al., 2022) التي أفادت بأن معلومات الجريمة على وسائل التواصل الاجتماعي تؤثر بشكل كبير على تصورات الأفراد حول الأمان، حيث يؤدي التعرض المستمر لمحتوى الجريمة إلى زيادة مشاعر القلق والخوف، حتى في غياب المخاطر الفعلية.

ومن خلال هذه النتائج، يمكن الاستنتاج أن تزايد التعرض لأخبار الجريمة على منصات التواصل الاجتماعي قد يؤدي إلى زيادة مشاعر القلق وعدم الأمان بين الأفراد، خاصة مع تزايد وقت التعرض لهذا النوع من الأخبار. وبذلك، تدعم هذه النتائج الحاجة إلى تبني استراتيجيات للتوعية والتفاعل المسؤول مع هذا النوع من المحتوى لتعزيز الشعور بالأمان والطمأنينة في المجتمع.

جدول رقم (5) يوضح دوافع الجمهور المصري (عينة الدراسة)

لمتابعة أخبار الجريمة على مواقع التواصل الاجتماعي

| الوزن النسبي | الانحراف المعياري | المتوسط | غير موافق |   | محايد |     | موافق |     | العبارة                                                  |
|--------------|-------------------|---------|-----------|---|-------|-----|-------|-----|----------------------------------------------------------|
|              |                   |         | %         | ك | %     | ك   | %     | ك   |                                                          |
| دوافع نفعية  |                   |         |           |   |       |     |       |     |                                                          |
| 90           | 0.494             | 2.7     | 1.8       | 7 | 26    | 104 | 72.3  | 289 | أتابع أخبار الجريمة لأكون على دراية بما يحدث في المجتمع. |

|              |       |      |     |    |      |     |      |     |                                                                       |
|--------------|-------|------|-----|----|------|-----|------|-----|-----------------------------------------------------------------------|
| 88.7         | 0.575 | 2.66 | 5.3 | 21 | 23.5 | 94  | 71.3 | 285 | أتابع أخبار الجريمة<br>لأتخذ احتياطات<br>أمنية شخصية.                 |
| 87.7         | 0.573 | 2.63 | 4.8 | 19 | 27.3 | 109 | 68   | 272 | أتابع أخبار الجريمة<br>لأنها تهم المنطقة<br>التي أعيش فيها.           |
| 86.3         | 0.585 | 2.59 | 5   | 20 | 31.0 | 124 | 64   | 256 | أتابع أخبار الجريمة<br>لأنها تساعدني في<br>فهم الظواهر<br>الاجتماعية. |
| دوافع طقوسية |       |      |     |    |      |     |      |     |                                                                       |
| 85.7         | 0.617 | 2.57 | 6.8 | 27 | 29.3 | 117 | 64   | 256 | أتابع أخبار الجريمة<br>بدافع الفضول<br>لمعرفة التفاصيل.               |
| 85           | 0.623 | 2.55 | 7.0 | 28 | 31.3 | 125 | 61.8 | 247 | أجد في متابعة<br>أخبار الجريمة<br>وسيلة للتسلية أو<br>تمضية الوقت.    |
| 84.7         | 0.624 | 2.54 | 7.0 | 28 | 32.3 | 129 | 60.8 | 243 | أتابع أخبار الجريمة<br>بشكل روتيني دون<br>أن يكون هناك<br>سبب محدد.   |

|    |       |      |     |    |      |     |      |     |                                                                    |
|----|-------|------|-----|----|------|-----|------|-----|--------------------------------------------------------------------|
| 82 | 0.632 | 2.46 | 7.5 | 30 | 39.3 | 157 | 53.3 | 213 | أشعر بنوع من<br>الإثارة أو التشويق<br>عند متابعة أخبار<br>الجريمة. |
|----|-------|------|-----|----|------|-----|------|-----|--------------------------------------------------------------------|

تُشير بيانات هذا الجدول إلى دوافع الجمهور المصري (عينة الدراسة) لمتابعة أخبار الجريمة على مواقع التواصل الاجتماعي، نجد أن دوافع المتابعة تنقسم إلى دوافع نفعية وطقوسية. ومن خلال تحليل الأوزان النسبية التي تم منحها لكل عبارة، يتبين لنا أن دوافع المتابعة النفعية هي الأقوى والأكثر تأثيراً على الجمهور المصري.

**فيما يتعلق بالدوافع النفعية،** نجد أن أداة متابعة أخبار الجريمة لأجل البقاء على دراية بما يحدث في المجتمع حازت على أعلى وزن نسبي (90). وتُظهر هذه النتيجة أيضاً أن الجمهور المصري يهتم بالبقاء على اطلاع دائم بكل ما يخص الأحداث الأمنية في محيطه، مما يساهم في تعزيز شعورهم بالتحكم في الوضع الأمني والتعامل مع المخاطر. أما بالنسبة لمتابعة أخبار الجريمة بهدف اتخاذ احتياطات أمنية شخصية، فقد حصلت على وزن نسبي مرتفع (88.7). ويظهر من النتائج أن هناك رغبة واضحة لدى الأفراد في الاستفادة من المعلومات المتاحة لتفادي المخاطر الشخصية المرتبطة بالجريمة. أما بالنسبة لمتابعة أخبار الجريمة لأنها تهم المنطقة التي يعيش فيها الفرد (87.7)، فيبدو أن الجمهور المصري يولي أهمية خاصة للمعلومات المتعلقة بالأحداث التي تقع بالقرب منه، ما يعكس ارتباط الأمان الشخصي بالبيئة المحيطة، وهو ما يعزز النتائج السابقة التي تظهر أهمية متابعة الجرائم في سياق بيئة الحياة اليومية. هذه النتيجة تبرهن على أن الشعور بالأمان يتأثر بشكل كبير بالمعلومات المحلية والمتعلقة بالجريمة.

ومن جهة أخرى، تظهر **الدوافع الطقوسية** أن الدافع الفضولي لمعرفة تفاصيل الجريمة جاء في المرتبة الأولى بين الدوافع الطقوسية (85.7). وتشير هذه النتيجة

إلى أن جزءاً من الجمهور المصري يتابع أخبار الجريمة بدافع الفضول، وهو ما يتماشى مع نتائج دراسة (Park & Vieraitis, 2021) التي تشير إلى أن منصات الشبكات الاجتماعية تثير الفضول والتفاعل بين الأفراد حول مواضيع مثل الجريمة. وتعتبر هذه النتيجة دلالة على أن المتابعة ليست دائماً نابعة من الحاجة للمعلومات الأمنية فقط، بل أيضاً من الحاجة الشخصية للمعرفة والاستكشاف. وإضافة إلى ذلك، فإن دوافع التسلية أو تمضية الوقت جاءت في المرتبة الثانية بين الدوافع الطقوسية (85%)، ما يشير إلى أن هناك جزءاً من الجمهور المصري يتابع أخبار الجريمة لأغراض ترفيهية أو لقضاء الوقت، وهو ما قد يشير إلى الطبيعة الترفيهية التي يمكن أن يتخذها بعض الأفراد من متابعة هذه النوعية من الأخبار.

وفي النهاية، تُظهر النتائج أن الجمهور المصري يتابع أخبار الجريمة بشكل رئيسي من أجل أغراض نفعية تتعلق بالسلامة الشخصية والمعرفة العامة، بينما تسهم الدوافع الطقوسية في المتابعة بهدف الفضول والتسلية.

#### جدول رقم (6) يوضح مجمل دوافع الجمهور المصري (عينة الدراسة)

##### لمتابعة أخبار الجريمة على مواقع التواصل الاجتماعي

| مجمّل الدوافع | ك   | %    |
|---------------|-----|------|
| منخفض         | 16  | 4    |
| متوسط         | 141 | 35.3 |
| مرتفع         | 243 | 60.8 |
| الإجمالي      | 400 | 100  |

يوضح لنا هذا الجدول مجمل دوافع الجمهور المصري (عينة الدراسة) لمتابعة أخبار الجريمة على مواقع التواصل الاجتماعي، نجد أن غالبية الجمهور المصري (60.8%) لديهم دوافع مرتفعة لمتابعة أخبار الجريمة، بينما هناك نسبة (35.3%) من العينة لديها دوافع متوسطة، و(4%) فقط لديهم دوافع منخفضة.

وتُظهر هذه النتيجة أن المتابعة لأخبار الجريمة على مواقع التواصل الاجتماعي تمثل سلوكاً عاماً وذو أهمية واضحة للكثير من أفراد العينة، حيث يظهر أن الدوافع المرتفعة تمثل النسبة الكبرى من الجمهور المصري. وتؤكد هذه النتيجة أهمية المتابعة المستمرة والمركزة لأخبار الجريمة بالنسبة لأفراد المجتمع المصري. وهذا يرتبط بشكل مباشر بالنتائج التي تم الحصول عليها في جدول رقم (5) حيث أظهرت النتائج أن دوافع المتابعة النفعية كانت الأكثر تأثيراً على الجمهور المصري، وخاصة دوافع البقاء على اطلاع بما يحدث في المجتمع (90)، واتخاذ احتياطات أمنية شخصية (88.7).

ومن خلال هذه العلاقة بين نتائج الجدولين، نجد أن الدوافع المرتفعة التي أظهرها الجدول رقم (6) يمكن تفسيرها استناداً إلى الدوافع النفعية المذكورة في الجدول رقم (5). فالجمهور المصري الذي أبدى دوافع مرتفعة لمتابعة أخبار الجريمة يظهر اهتماماً كبيراً بالحفاظ على الأمان الشخصي، وهو ما يعكس سعيهم المستمر للحصول على المعلومات التي تساعد في تفادي المخاطر المرتبطة بالجريمة. كما أن التفسير وراء هذه الدوافع المرتفعة قد يرتبط أيضاً بما ذكرته دراسة (Ghani et al., 2022) عن تأثير المعلومات المتعلقة بالجريمة على تصورات الأفراد حول الأمان.

كما أن النسبة المرتفعة (60.8%) تدعم الفكرة القائلة بأن الجمهور المصري يتابع أخبار الجريمة بشكل مستمر وفعال، لا سيما في ظل الانشغال بالمخاوف الأمنية والقلق الذي تسببه تلك الأخبار، كما أظهرت دراسة (Yin et al., 2022) التي

أكدت على أن الأشخاص الذين يعانون من القلق الاجتماعي يبحثون عن الأمان عبر منصات الشبكات الاجتماعية، مما يساهم في زيادة تفاعلهم مع الأخبار المتاحة على تلك المنصات.

وختاماً، توضح نتائج جدول رقم (6) أن هناك ارتباطاً واضحاً بين دوافع المتابعة لأخبار الجريمة ودوافع الأمان الشخصي التي تم الإشارة إليها في جدول رقم (5)، مما يعكس الوعي الكبير لدى الجمهور المصري بالتحديات الأمنية التي قد تواجههم، وكذلك رغبتهم في اتخاذ تدابير وقائية عبر متابعة هذه الأخبار.

جدول رقم (7) يوضح المنصات الاجتماعية التي يستخدمها

الجمهور المصري (عينة الدراسة) غالباً لمتابعة أخبار الجريمة

| المنصات الاجتماعية | ك   | %    |
|--------------------|-----|------|
| فيسبوك             | 235 | 26.9 |
| يوتيوب             | 215 | 24.7 |
| تيك توك            | 157 | 18   |
| تويتر X            | 142 | 16.3 |
| إنستغرام           | 123 | 14.1 |
| الإجمالي           | 872 | 100  |

تُبين بيانات هذا الجدول أظهرت النسب أن "فيسبوك" هو المنصة الأكثر استخداماً من قبل الجمهور المصري لمتابعة أخبار الجريمة بنسبة (26.9%). وهذا

الملح يعود إلى أن "فيسبوك" يعتبر من أوسع منصات التواصل الاجتماعي انتشاراً في مصر، حيث توفر هذه المنصة ميزة النشر المفتوح للمحتوى، بالإضافة إلى وجود صفحات إخبارية عديدة، مما يسهل الحصول على المعلومات المتعلقة بالجريمة بسرعة وسهولة. مما يعكس الانتشار الواسع لهذه المنصة بين مختلف شرائح المجتمع المصري. ويمكن تفسير هذه النتيجة بناءً على دراسات سابقة أثبتت أن "فيسبوك" يعد مصدراً رئيسياً للأخبار على الصعيد المحلي والعالمي، ما يعزز تفضيل الجمهور له في متابعة أخبار الجرائم. وجاءت "يوتيوب" في المرتبة الثانية بنسبة (24.7%). ويعكس هذا تزايد اعتماد الجمهور المصري على الفيديوهات كوسيلة أساسية لمتابعة الأخبار، بما في ذلك أخبار الجريمة. ويُعد "يوتيوب" منصة مرئية تتيح للأفراد نشر مقاطع الفيديو بسهولة، مما يجعلها أكثر تأثيراً في إيصال الأخبار. تفضيل الفيديوهات على النصوص في تناول الأخبار المتعلقة بالجريمة قد يكون ناتجاً عن قدرة هذه الفيديوهات على تقديم محتوى أكثر تفصيلاً، بالإضافة إلى الاستفادة من الصور والفيديوهات الميدانية التي تُعرض بشكل سريع. أما منصة "تيك توك" فقد احتلت المرتبة الثالثة بنسبة (18%). وهذه النتيجة تشير إلى أن الشباب بشكل خاص يميلون إلى استخدام "تيك توك" لمتابعة أخبار الجريمة. يمكن تفسير ذلك من خلال طبيعة "تيك توك" التي تعتمد على مقاطع الفيديو القصيرة والمرحة، مما يجعلها جذابة للفئات الأصغر سناً التي ترغب في متابعة الأحداث بسرعة وفي إطار تفاعلي وسهل. وفي المرتبة الرابعة، أتى "تويتير X" بنسبة (16.3%). ويُعتبر "تويتير X" من المنصات التي تقدم المعلومات بشكل سريع جداً، مما يجعلها مثالية لنقل الأخبار العاجلة أو الحصرية، مثل تلك المتعلقة بالجريمة. ولكن نظراً لاستخدامه بشكل أقل مقارنة بـ "فيسبوك" و "يوتيوب"، قد يعكس ذلك تفضيل الجمهور المصري لمنصات توفر محتوى مرئي أو طويل أكثر في التفاصيل. وأخيراً، جاءت "إنستغرام" في المرتبة الخامسة بنسبة (14.1%). وهذا يشير إلى أن "إنستغرام" يُستخدم بدرجة أقل مقارنة بالمنصات الأخرى، ولكنها ما زالت تظل منصة مؤثرة في نشر المحتوى المرئي

المرتبط بالجريمة، خصوصاً من خلال الصور والفيديوهات القصيرة. يُمكن تفسير هذه النتيجة بالقول أن "إنستغرام" أكثر شهرة في مجال الصور ومقاطع الفيديو القصيرة، بينما تُمثل الأخبار النصية أو القصيرة التي تتطلب تفاصيل أكثر ساحة أكبر لمنصات مثل "فيسبوك" و"يوتيوب".

ويرجع تفضيل "فيسبوك" و"يوتيوب" يعكس تزايد الاعتماد على منصات تقدم محتوى متنوعاً، سواء كان نصياً أو مرئياً، مما يجعلها أكثر قدرة على جذب المستخدمين لمتابعة أخبار الجرائم. كما أن زيادة استخدام "تيك توك" و"تويتر X" يعكس الاهتمام المتزايد بالمحتوى السريع والتفاعلي بين فئات الشباب، وهو ما يعزز نتائج الدراسة التي أظهرت أن المنصات الحديثة بدأت في أخذ حصة أكبر من سوق الإعلام الاجتماعي، وخاصة في نشر أخبار الجريمة؛ ولكن هذا يختلف مع نتائج دراسة (الصبان، الحربي، 2019) التي أظهرت نتائجها أن الطلاب يستخدمون أكثر تطبيق سنابشات (23%).

جدول رقم (8) يوضح أنواع الجرائم التي يلاحظ الجمهور المصري (عينة الدراسة) تكرار ظهورها في محتوى مواقع التواصل الاجتماعي التي يتابعونها

| أنواع الجرائم                                    | ك   | %    |
|--------------------------------------------------|-----|------|
| جرائم القتل                                      | 263 | 24.0 |
| التحرش والاعتداء الجنسي                          | 217 | 19.8 |
| الجرائم الأسرية مثل العنف الأزواج أو قتل الأقارب | 169 | 15.4 |
| جرائم الخطف                                      | 138 | 12.6 |

| أنواع الجرائم                                | ك    | %   |
|----------------------------------------------|------|-----|
| السرقا                                       | 107  | 9.8 |
| الجرائم المرتبطة بالمخدرات                   | 105  | 9.6 |
| الجرائم الإلكترونية مثل الابتزاز أو الاحتيال | 96   | 8.8 |
| الإجمالي                                     | 1095 | 100 |

تعكس بيانات هذا الجدول لنا أن الجرائم الأكثر تكراراً التي يلاحظها الجمهور المصري في محتوى مواقع التواصل الاجتماعي هي جرائم القتل بنسبة (24%). ويُعتبر هذا الأمر منطقياً نظراً لأن القتل من الجرائم ذات التأثير الكبير على المجتمع، حيث تشكل هذه الجرائم اهتماماً واسعاً سواء في الإعلام التقليدي أو عبر منصات التواصل الاجتماعي، مما يزيد من تفاعل الجمهور معها. هذه الجرائم تثير مشاعر الخوف والقلق، مما يدفع الأفراد إلى متابعة الأخبار المتعلقة بها بشكل مستمر. كما أن وسائل الإعلام ومنصات التواصل الاجتماعي تُغطي هذه النوعية من الجرائم بشكل موسع، مما يعكس حجم الاهتمام الجماهيري بهذا الموضوع. وجاءت جرائم التحرش والاعتداء الجنسي في المرتبة الثانية بنسبة (19.8%). وهذه الجرائم تعد من القضايا الحساسة التي تسترعي الانتباه المجتمعي والإعلامي، خاصة مع تزايد الوعي المجتمعي بقضايا التحرش خلال السنوات الأخيرة. تشهد وسائل التواصل الاجتماعي تغطية موسعة لهذه القضايا، حيث يُشارك الضحايا قصصهم وتجاربهم على هذه المنصات، مما يساهم في نشر الوعي ويحفز المتابعين على الانخراط في النقاشات المتعلقة بهذه الظاهرة. هذا يعكس زيادة الاهتمام الجماهيري بمكافحة هذه الجرائم عبر منصات التواصل الاجتماعي. أما الجرائم الأسرية مثل عنف الأزواج أو قتل الأقارب فقد احتلت المرتبة الثالثة بنسبة (15.4%). ويشير هذا إلى أن هذه الجرائم، رغم

كونها ذات طابع شخصي، إلا أن تأثيراتها المجتمعية تستقطب اهتماماً كبيراً، خاصة عندما تتعلق بمسائل العنف الأسري الذي يؤثر في الأسرة بشكل مباشر. ويعكس هذا التفاعل الواسع الذي تشهده هذه القضايا على منصات التواصل الاجتماعي في مصر، حيث يساهم المجتمع في مناقشة حلول وسبل الوقاية. وتلتها جرائم الخطف بنسبة (12.6%). وهذا النوع من الجرائم يثير قلقاً عاماً في المجتمع، لا سيما عندما تكون الضحايا من الأطفال أو النساء. الخطف يظل من القضايا التي تشغل الرأي العام ويؤثر في شعور الأفراد بالأمان الشخصي والعائلي. ولذلك نجد أن الجرائم المتعلقة بالخطف تستحوذ على انتباه المستخدمين على منصات التواصل الاجتماعي، مما يعكس مدى تأثيرها في تشكيل الوعي الأمني لدى الجمهور المصري. أما بالنسبة للسراقات، فقد جاءت بنسبة (9.8%) في المرتبة الخامسة. ورغم أن السراقات تُعد من الجرائم التي تؤثر على الأفراد، إلا أن متابعتها عبر منصات التواصل الاجتماعي قد تكون أقل مقارنة بالجرائم الأخرى، مثل القتل والتحرش. لكن تبقى السراقات واحدة من أبرز المواضيع التي تهتم الأفراد من ناحية الأمان الشخصي، وخاصة في الأحياء السكنية. والجرائم المرتبطة بالمخدرات جاءت في المرتبة السادسة بنسبة (9.6%). ويعكس هذا الاهتمام المتزايد بمكافحة ظاهرة المخدرات في المجتمع المصري. ومع تزايد الوعي بأضرار المخدرات، نجد أن منصات التواصل الاجتماعي قد أصبحت وسيلة للتعريف بخطورتها والتحذير منها. ولذلك، يتم تداول المعلومات عن هذه الجرائم بشكل أكبر عبر هذه المنصات، مما يعزز الوعي لدى الجمهور. أما الجرائم الإلكترونية مثل الابتزاز أو الاحتيال فقد جاءت في المرتبة السابعة بنسبة (8.8%). وهذه الجرائم قد لا تلقى نفس الاهتمام الذي تحظى به الجرائم التقليدية مثل القتل أو التحرش، لكن مع تزايد استخدام الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي، بدأت الجرائم الإلكترونية تشهد اهتماماً أكبر من قبل المستخدمين. كما أن هناك وعياً متزايداً بأهمية الحفاظ على الأمان الرقمي، حيث يتم تحذير المستخدمين من مخاطر الجرائم الإلكترونية عبر منصات التواصل الاجتماعي.

وهذه النتائج تُظهر أن منصات التواصل الاجتماعي في مصر أصبحت منصة رئيسية لمناقشة قضايا الأمان والجرائم التي تؤثر في حياة الأفراد. تزداد مشاركة الجمهور المصري في متابعة الجرائم التي تمس حياتهم اليومية مباشرة، سواء كان ذلك من خلال نشر المعلومات أو تبادل النصائح والتحذيرات حول كيفية الوقاية من هذه الجرائم.

وهذه النتائج تُظهر أن منصات التواصل الاجتماعي في مصر أصبحت منصة رئيسية لمناقشة قضايا الأمان والجرائم التي تؤثر في حياة الأفراد. وتزداد مشاركة الجمهور المصري في متابعة الجرائم التي تمس حياتهم اليومية مباشرة، سواء كان ذلك من خلال نشر المعلومات أو تبادل النصائح والتحذيرات حول كيفية الوقاية من هذه الجرائم.

جدول رقم (9) يوضح مدى انعكاس الجرائم التي تُعرض على مواقع التواصل الاجتماعي للواقع الفعلي للجريمة في المجتمع من وجهة نظر (عينة الدراسة)

| مدي الانعكاس | ك   | %    |
|--------------|-----|------|
| نعم          | 215 | 53.8 |
| إلى حد ما    | 165 | 41.3 |
| لا           | 20  | 5    |
| الإجمالي     | 400 | 100  |

تكشف بيانات هذا الجدول عن أن (53.8%) من الجمهور المصري (عينة الدراسة) يرون أن الجرائم التي تُعرض على مواقع التواصل الاجتماعي تعكس الواقع الفعلي للجريمة في المجتمع. ويظهر هذا أن نصف العينة تقريباً يعتقدون أن المحتوى

المتداول عبر منصات التواصل الاجتماعي يُظهر صورة حقيقية لما يحدث في الواقع من جرائم، مما يدل على تأثير هذه المنصات في تشكيل تصورات الأفراد عن الأمان والخطر في مجتمعهم. هذا يتماشى مع النتائج التي تم الإشارة إليها في بعض الدراسات السابقة، حيث تزداد قدرة وسائل الإعلام الرقمية على تشكيل الوعي المجتمعي، بما في ذلك قضايا الجريمة، من خلال عرض أحداث الجريمة بشكل متكرر ودرامي، مما يُعزز التصور العام بأن الجريمة جزء أساسي من الحياة اليومية. ومن جهة أخرى، أشار (41.3%) من الجمهور المصري (عينة الدراسة) إلى أن الجرائم المعروضة على مواقع التواصل الاجتماعي تنعكس إلى حد ما على الواقع الفعلي للجريمة في المجتمع. وهذا يعكس درجة من الشك أو الحذر في تصديق كل ما يُنشر على منصات التواصل الاجتماعي، وهو ما قد يعود إلى الوعي المتزايد بين الأفراد بأن الأخبار على الإنترنت قد تكون مُضللة أو مُبالغاً فيها. كما أن وسائل التواصل الاجتماعي قد تُضخم بعض الجرائم أو تركز على نوع معين منها، مما قد يؤدي إلى شعور مبالغ فيه بالخوف، رغم أن الإحصائيات الفعلية قد تشير إلى انخفاض في معدلات الجريمة. أما (5%) فقط من عينة الدراسة قالوا إن الجرائم التي تُعرض على مواقع التواصل الاجتماعي لا تعكس الواقع الفعلي للجريمة في المجتمع. وهذه النسبة الصغيرة قد تعكس وجود فئة من الجمهور المصري الذين لا يرون في هذه المنصات وسيلة موثوقة لنقل الأحداث الحقيقية، وربما يكونون أكثر قدرة على التمييز بين ما يُنشر على الإنترنت وما يحدث فعلياً في المجتمع.

جدول رقم (10) يوضح تصورات الجمهور المصري (عينة الدراسة) حول طبيعة تغطية الجرائم على مواقع التواصل الاجتماعي نتيجة تعرضهم لأخبار الجريمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي

| العبارة                                                           | موافق |      | محايد |      | غير موافق |     | المتوسط | الانحراف المعياري | الوزن النسبي |
|-------------------------------------------------------------------|-------|------|-------|------|-----------|-----|---------|-------------------|--------------|
|                                                                   | ك     | %    | ك     | %    | ك         | %   |         |                   |              |
| ألاحظ تكرار نشر أخبار عن جرائم مثل القتل والتحرش في معظم المنصات. | 242   | 60.5 | 132   | 33   | 26        | 6.5 | 2.54    | 0.616             | 84.7         |
| المنصات التي أتابعها تميل لتضخيم بعض الجرائم دون غيرها.           | 233   | 58.3 | 152   | 38   | 15        | 3.8 | 2.54    | 0.569             | 84.7         |
| أتابع أنواعاً معينة من الجرائم لأنها تمس بيئتي أو منطقتي.         | 226   | 56.5 | 144   | 36   | 30        | 7.5 | 2.49    | 0.633             | 83           |
| بعض الجرائم يتم تجاهلها أو تغطيتها بشكل ضعيف مقارنة بغيرها.       | 216   | 54.0 | 163   | 40.8 | 21        | 5.3 | 2.49    | 0.596             | 83           |

تستعرض بيانات هذا الجدول أن الأوزان النسبية للعبارات المرتبطة بتغطية الجرائم على مواقع التواصل الاجتماعي تشير إلى أوزان نسبية لتصورات الجمهور

المصري حول طبيعة تغطية الجرائم على مواقع التواصل الاجتماعي، نجد أن الأوزان النسبية للعبارات المرتبطة بتغطية الجرائم تعكس بوضوح مدى تأثير هذه القضايا في الجمهور. فالعبرة الأولى "ألاحظ تكرار نشر أخبار عن جرائم مثل القتل والتحرش في معظم المنصات" حصلت على وزن نسبي قدره (84.7). وهذا يشير إلى أن الجمهور المصري يلاحظ بوضوح التركيز المتكرر على بعض الجرائم مثل القتل والتحرش في وسائل التواصل الاجتماعي. يعتبر هذا الوعي العام بمحتوى الأخبار المتكرر حول الجرائم العنيفة دليلاً على تأثير الإعلام الرقمي في زيادة الانتباه لتلك الجرائم. هذا يعكس ما جاء في دراسة (Ghani et al., 2022) التي أظهرت أن منصات وسائل التواصل الاجتماعي تركز بشكل كبير على نشر أخبار الجرائم البارزة، مما قد يزيد من القلق الاجتماعي حول الأمان. أما بالنسبة للعبرة "المنصات التي أتابعها تميل لتضخيم بعض الجرائم دون غيرها" والتي حصلت على وزن نسبي أيضاً قدره (84.7)، فإن هذه النتيجة تؤكد على ملاحظة الجمهور لوجود تضخيم أو زيادة في تغطية بعض الجرائم على حساب غيرها. يظهر هذا أن وسائل التواصل الاجتماعي غالباً ما تسلط الضوء على جرائم معينة قد تكون أكثر صدمة أو تجذب الانتباه، مما يعزز من مشاعر الخوف لدى الجمهور ويؤثر على إدراكهم للواقع الأمني بشكل غير متوازن. هذه النتيجة تتفق مع ما أشار إليه دراسة (Park & Vieraitis, 2021) حول كيفية تأثير الإعلام الرقمي في تضخيم بعض الجرائم وزيادة القلق الأمني. وبالنسبة للعبرة "أتابع أنواعاً معينة من الجرائم لأنها تمس بيئتي أو منطقتي" والتي حصلت على وزن نسبي قدره (83)، وهذه النتيجة توضح أن الجمهور المصري يميل إلى متابعة الأخبار التي تتعلق بالجرائم التي تحدث في محيطهم الاجتماعي أو الجغرافي. وهذا يشير إلى أن الأفراد يولون أهمية أكبر للأحداث التي قد تؤثر بشكل مباشر على حياتهم اليومية. وتدعم هذه النتيجة فكرة أن الشخص يشعر بتهديد أكبر إذا كانت الجريمة تقع بالقرب من محيطه، مما يساهم في تعزيز وعيهم بالأمان في بيئاتهم المباشرة. أما العبرة "بعض الجرائم يتم تجاهلها أو تغطيتها بشكل ضعيف

مقارنة بغيرها" والتي حصلت على وزن نسبي قدره (83)، فهذه النتيجة تشير إلى أن الجمهور المصري يعتقد بوجود نوع من التحيز الإعلامي في تغطية الجرائم. حيث يتم إعطاء الأولوية لبعض الجرائم الأكثر شهرة أو إثارة، في حين يتم تجاهل أو تقليل تغطية الجرائم الأخرى. هذا يمكن أن يعزز من التصور بأن بعض الجرائم أقل أهمية أو غير جديرة بالاهتمام الإعلامي، مما يؤثر على شعور الجمهور بالأمان. هذه النتيجة تتفق مع ما ذكرته دراسة (Ghani et al., 2022) من أن المعلومات غير المتوازنة عن الجرائم على وسائل التواصل الاجتماعي قد تؤدي إلى زيادة مشاعر القلق وعدم الأمان. وباختصار، تشير الأوزان النسبية في هذا الجدول إلى أن الجمهور المصري على دراية بتكرار التركيز على بعض الجرائم في وسائل التواصل الاجتماعي، وأن هذه الجرائم غالباً ما تكون أكثر تغطية مقارنة بغيرها. كما أن وجود تضخيم لبعض الجرائم أو تجاهل غيرها يعكس تأثير الإعلام الرقمي على شعور الأفراد بالأمان أو الخوف.

جدول رقم (11) يوضح مجمل تصورات الجمهور المصري (عينة الدراسة) حول طبيعة تغطية الجرائم على مواقع التواصل الاجتماعي نتيجة تعرضهم لأخبار الجريمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي

| مجمل التصورات | ك   | %   |
|---------------|-----|-----|
| منخفض         | 12  | 3   |
| متوسط         | 204 | 51  |
| مرتفع         | 184 | 46  |
| الإجمالي      | 400 | 100 |

تظهر بيانات هذا الجدول مجمل تصورات الجمهور المصري حول طبيعة تغطية الجرائم على مواقع التواصل الاجتماعي نتيجة تعرضهم لأخبار الجريمة عبر هذه المواقع. ووفقاً للنتائج، يظهر أن (51%) من عينة الدراسة يعتقدون أن تصوراتهم حول تغطية الجرائم عبر هذه المنصات تكون متوسطة، بينما يرى (46%) منهم أن التصورات حول هذه التغطية مرتفعة، بينما يعتبر (3%) فقط أن تصوراتهم منخفضة. وهذه النتائج تشير إلى أن أغلب الجمهور المصري يعتبر أن تغطية الجرائم عبر مواقع التواصل الاجتماعي تؤثر بشكل كبير في إدراكهم للأمن بشكل عام، مع ملاحظة أن النسبة الأكبر تميل إلى الشعور بأن هذه التغطية غالباً ما تكون مرتفعة.

ومقارنة بهذه النتائج، نجد أنها تتماشى مع ما جاء في نتائج جدول رقم (10)، حيث كانت هناك أوزان نسبية مرتفعة بشكل ملحوظ تتعلق بملاحظة الجمهور لتكرار نشر أخبار الجرائم مثل القتل والتحرش في معظم المنصات (84.7)، مما يعزز التصور بأن الجرائم التي يتم التركيز عليها على وسائل التواصل الاجتماعي تساهم بشكل كبير في تشكيل إدراك الجمهور لمستوى الأمن في المجتمع. كما أن ملاحظة الجمهور لتضخيم بعض الجرائم على حساب أخرى (84.7) تتوافق مع تصوراتهم في جدول رقم (11) بأن التغطية الإعلامية قد تكون أكثر تأثيراً على تصوراتهم عندما تكون التغطية مرتفعة.

وبناءً على هذه النتائج، يمكن القول أن الجمهور المصري يشعر بوجود ارتباط بين حجم التغطية الإعلامية للجرائم على منصات التواصل الاجتماعي وتصوره للأمن بشكل عام. بينما قد يتسبب تكرار الجرائم المتزايد في ارتفاع التصور العام للأمن بشكل زائد، فإن ضعف تغطية الجرائم الأخرى قد يجعل التصور الأمن بالنسبة للبعض يكون منخفضاً. وبالتالي، هذه النتائج تؤكد على التأثير الكبير الذي تتركه مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل مفاهيم الأمن لدى الجمهور المصري، كما تشير إلى

ضرورة توفير تغطية إعلامية متوازنة وموضوعية للجرائم على هذه المنصات، بما يساعد في تقليل تأثير الأخبار المضللة والتصورات المغلوطة عن الأمان.

جدول رقم (12) يوضح مدى تفاعل الجمهور المصري (عينة الدراسة)

مع أخبار الجريمة التي تظهر على مواقع التواصل الاجتماعي

| مدى التفاعل | ك   | %    |
|-------------|-----|------|
| دائماً      | 202 | 50.5 |
| أحياناً     | 148 | 37   |
| نادراً      | 50  | 12.5 |
| الإجمالي    | 400 | 100  |

تفيد بيانات هذا الجدول بأن (50.5%) من الجمهور المصري (عينة الدراسة) يتفاعلون دائماً مع أخبار الجريمة التي تظهر على مواقع التواصل الاجتماعي، في حين أن (37%) منهم يتفاعلون أحياناً، بينما (12.5%) فقط يتفاعلون نادراً مع هذه الأخبار. ويشير ذلك إلى أن أغلب الجمهور المصري يولي اهتماماً كبيراً بأخبار الجريمة ويتفاعل بشكل مستمر معها على منصات التواصل الاجتماعي، مما يعكس تأثير هذه الأخبار على سلوكياتهم ومواقفهم تجاه الأمن.

التفسير لهذه النتائج يشير إلى أن التفاعل العالي مع أخبار الجريمة قد يكون ناتجاً عن رغبة الجمهور في مواكبة الأحداث الجارية وفهم تأثيراتها المحتملة على حياتهم اليومية. وعليه، يمكن ربط هذه النتائج مع ما أشار إليه الجدول رقم (5) حول دوافع الجمهور المصري لمتابعة أخبار الجريمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث أوضح أن الدوافع النفعية مثل "التعرف على ما يحدث في المجتمع" و"اتخاذ

احتياطات أمنية" كانت من بين الأسباب الرئيسية التي جعلت الجمهور يتفاعل بشكل أكبر مع أخبار الجريمة.

وكذلك، قد تساهم العوامل النفسية في تعزيز هذا التفاعل، خاصة في ظل انتشار مشاعر القلق والخوف من الجريمة، وهو ما يتسق مع ما ورد في الدراسات السابقة التي تناولت تأثير متابعة أخبار الجريمة على مواقع التواصل الاجتماعي على مستويات الأمان النفسي، حيث لوحظ أن التفاعل المستمر مع هذه الأخبار قد يساهم في تعزيز مشاعر الخوف دراسة (Ghani et al., 2022). وبالتالي، نجد أن التفاعل العالي مع أخبار الجريمة يعكس اهتماماً متزايداً من الجمهور بتأثير هذه الأخبار على حياتهم الشخصية والأمنية، ما يتطلب تفعيل استراتيجيات إعلامية تساهم في زيادة الوعي وتحقيق التوازن في كيفية عرض هذه الأخبار على منصات التواصل الاجتماعي.

جدول رقم (13) يوضح أشكال التفاعل التي يقوم بها

الجمهور المصري (عينة الدراسة) عادة مع أخبار الجريمة

| أشكال التفاعل         | ك   | %    |
|-----------------------|-----|------|
| الإعجاب               | 241 | 37.9 |
| التعليق               | 174 | 27.4 |
| إعادة النشر المُشاركة | 129 | 20.3 |
| إرسالها إلى الأصدقاء  | 92  | 14.5 |
| الإجمالي              | 636 | 100  |

يتضح لنا من بيانات هذا الجدول أن غالبية الجمهور المصري (عينة الدراسة) يفضل التفاعل مع أخبار الجريمة عبر الإعجاب بنسبة (37.9%). هذا التفاعل السطحي قد يعكس طبيعة التفاعل السريع الذي يمكن أن يتبناه المستخدمون في مواقع التواصل الاجتماعي، حيث يُعد الإعجاب وسيلة سهلة للتفاعل مع المحتوى دون الحاجة للتعليق أو التفاعل العميق. وفي المقابل، نجد أن (27.4%) من الجمهور يفضلون التعليق على أخبار الجريمة. هذا يشير إلى رغبة أكبر في الانخراط بشكل فعال في الموضوعات المطروحة، حيث يعبر هؤلاء الأفراد عن آرائهم أو يشتركون في النقاش الاجتماعي حول الخبر. هذا النوع من التفاعل يعكس اهتماماً أكبر بتفاصيل الموضوع، وقد يكون هؤلاء الأفراد يطمحون إلى التأثير في الرأي العام أو تحفيز الآخرين على التفكير في الموضوعات المطروحة. كما يظهر من الجدول أن (20.3%) من الجمهور المصري (عينة الدراسة) يميلون إلى إعادة نشر أخبار الجريمة على حساباتهم الشخصية. وهذا يدل على أن هؤلاء الأفراد يرون في هذه الأخبار أهمية كافية لمشاركتها مع شبكة أوسع من المتابعين والأصدقاء. إعادة النشر قد تعكس رغبة هؤلاء الأفراد في نشر التوعية أو التأثير على الآخرين بشأن قضية معينة، وهي سمة شائعة في منصات التواصل الاجتماعي التي تشجع على الانتشار الواسع للمحتوى. أما بالنسبة لإرسال الأخبار إلى الأصدقاء، فقد أظهرت النتائج أن (14.5%) من الجمهور المصري (عينة الدراسة) يفضلون إرسال الأخبار بشكل مباشر إلى أشخاص محددين في دوائرهم الاجتماعية. هذا النوع من التفاعل يمكن أن يكون نتيجة لرغبة الأفراد في مشاركة المحتوى الذي يرونه مهماً أو مثيراً للاهتمام ضمن دوائرهم المقربة. وهذا يشير إلى استخدام منصات التواصل الاجتماعي كأداة للتواصل الشخصي والمباشر في سياقات محددة.

ومجماً، تظهر هذه النتائج تبايناً في الطريقة التي يتفاعل بها الجمهور المصري مع أخبار الجريمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، مما يعكس اختلافات

في مدى انخراط الأفراد في التفاعل مع هذه الأخبار وفقاً للأهداف الاجتماعية والنفسية المختلفة.

جدول رقم (14) يوضح دوافع الجمهور المصري (عينة الدراسة)

للتفاعل مع أخبار الجريمة على مواقع التواصل الاجتماعي

| الوزن النسبي | الانحراف المعياري | المتوسط | غير موافق |    | محايد |     | موافق |     | العبارة                                             |
|--------------|-------------------|---------|-----------|----|-------|-----|-------|-----|-----------------------------------------------------|
|              |                   |         | %         | ك  | %     | ك   | %     | ك   |                                                     |
| 85.7         | 0.548             | 2.57    | 2.8       | 11 | 37.3  | 149 | 60    | 240 | أنتفاع مع أخبار الجريمة بهدف نشر الوعي أو التحذير.  |
| 81           | 0.672             | 2.43    | 10.3      | 41 | 36.5  | 146 | 53.3  | 213 | أنتفاع مع أخبار الجريمة لأعبر عن رأيي أو استثنائي.  |
| 78.3         | 0.733             | 2.35    | 15.5      | 62 | 34.5  | 138 | 50    | 200 | أنتفاع مع أخبار الجريمة لأنها تكون صادمة أو غريبة.  |
| 75.7         | 0.606             | 2.27    | 8.5       | 34 | 56.3  | 225 | 35.3  | 141 | أنتفاع بدافع التعاطف الإنساني مع الضحية.            |
| 74.3         | 0.682             | 2.23    | 14.5      | 58 | 48.5  | 194 | 37    | 148 | أنتفاع مع أخبار الجريمة بدافع الفضول أو اللحظة فقط. |
| 71           | 0.767             | 2.13    | 23.8      | 95 | 39.8  | 159 | 36.5  | 146 | أشعر أن التفاعل مع أخبار الجريمة هو واجب مجتمعي.    |

تُشير بيانات هذا الجدول إلى دوافع الجمهور المصري (عينة الدراسة) للتفاعل مع أخبار الجريمة على مواقع التواصل الاجتماعي تتمثل في دوافع نفعية وطقوسية، حيث كانت النتيجة الأكثر أهمية "التفاعل مع أخبار الجريمة بهدف نشر الوعي أو

التحذير" بوزن نسبي (85.7%). وهذه النتيجة تُظهر أن الجمهور المصري يتفاعل بشكل رئيسي لتبادل المعلومات وتحذير الآخرين بشأن القضايا الأمنية، وهو ما يتماشى مع النتائج التي أشارت إليها دراسة (Yin et al., 2022)، التي أكدت على أن الأفراد الذين يعانون من القلق الاجتماعي يميلون إلى البحث عن الأمان على منصات الشبكات الاجتماعية. هذه النتيجة تدعم فكرة أن التفاعل مع الأخبار المتعلقة بالجريمة لا يقتصر فقط على الفضول، بل يتعدى ذلك إلى رغبة في نشر التوعية. أما بالنسبة للدافع الثاني "التفاعل مع أخبار الجريمة للتعبير عن رأيهم أو استيائهم" بوزن نسبي (81)، فإنه يعكس رغبة الأفراد في المشاركة الفعالة في النقاشات المجتمعية. فيما يتعلق بالدافع الثالث "التفاعل بدافع صدمة أو غرابة الأخبار" بوزن نسبي (78.3)، فإن هذه النتيجة تعكس تفاعل الأفراد مع الأخبار المثيرة أو غير العادية التي تحمل طابعاً صادماً. أما عن "التفاعل بدافع التعاطف الإنساني مع الضحية" بوزن نسبي (75.7)، فهي تشير إلى تفاعل الأفراد مع قضايا الجريمة من منطلق إنساني. والدافع "التفاعل بدافع الفضول أو اللحظة فقط" بوزن نسبي (74.3) يعكس التفاعل العفوي والتلقائي الذي يحدث بسبب الفضول الشخصي أو المتابعة لمجريات الأحداث. أخيراً، يظهر أن "التفاعل كواجب مجتمعي" بوزن نسبي (71) يعكس الشعور بالمسؤولية المجتمعية، حيث يعتبر الجمهور المصري أن التفاعل مع أخبار الجريمة ليس مجرد تصرف فردي، بل واجب مجتمعي للحفاظ على الأمان الاجتماعي. هذه النتيجة تبرز أهمية التفاعل الاجتماعي في نشر الوعي والوقاية من الجرائم في المجتمع.

وإجمالاً، يمكن القول إن هذه النتائج توضح أن تفاعل الجمهور المصري مع أخبار الجريمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي هو تفاعل معقد يتراوح بين دوافع إنسانية واجتماعية، ويعكس تأثيرات نفسية واجتماعية متنوعة على الأفراد في المجتمع.

جدول رقم (15) يوضح مجمل دوافع الجمهور المصري (عينة الدراسة) للتفاعل مع أخبار الجريمة على مواقع التواصل الاجتماعي

| مجلد الدوافع | ك   | %    |
|--------------|-----|------|
| منخفض        | 56  | 14   |
| متوسط        | 119 | 29.8 |
| مرتفع        | 225 | 56.3 |
| الإجمالي     | 400 | 100  |

يوضح لنا هذا الجدول أن (56.3%) من الجمهور المصري (عينة الدراسة) لديهم دوافع مرتفعة للتفاعل مع أخبار الجريمة على مواقع التواصل الاجتماعي. وهذه النتيجة تؤكد أن غالبية الأفراد في العينة لديهم دافع قوي للتفاعل مع الأخبار المتعلقة بالجريمة، وهو ما يتماشى مع ما تم استخلاصه من نتائج جدول رقم (14)، حيث أظهرت الدوافع النفعية الطاغية مثل "التفاعل مع أخبار الجريمة بهدف نشر الوعي أو التحذير" بوزن نسبي (85.7) كدافع رئيسي. وهذا التفاعل المرتفع يعكس رغبة الأفراد في لعب دور إيجابي في نشر الوعي بشأن القضايا الأمنية، وهو ما يتفق مع دوافع مرتفعة تكون في الغالب نتيجة للشعور بالمسؤولية الاجتماعية. ومن ناحية أخرى، أظهرت النتيجة التي توضح أن (29.8%) من الجمهور لديهم دوافع متوسطة للتفاعل مع أخبار الجريمة، وهو ما يلفت الانتباه إلى أن هناك فئة من العينة تتفاعل مع الأخبار بشكل أقل تكراراً وبنمط أكثر اعتدالاً، ويتماشى ذلك مع بعض الدوافع الطوقسية المذكورة في جدول رقم (14)، مثل "التفاعل بدافع الفضول أو اللحظة فقط" بوزن نسبي (74.3). وهذا يشير إلى أن هؤلاء الأفراد قد يتفاعلون مع الأخبار بناءً على

تطورات اللحظة أو فضولهم لمعرفة المزيد حول الحوادث الجارية دون أن يكون لديهم دافع مستمر أو قوي للتفاعل مع هذه القضايا. وأخيراً، يظهر أن (14%) من الجمهور المصري (عينة الدراسة) لديهم دوافع منخفضة للتفاعل مع أخبار الجريمة على مواقع التواصل الاجتماعي، وهو ما قد يشير إلى أن هذه الفئة من الجمهور قد تكون أقل اهتماماً أو تفاعلاً مع مثل هذه الموضوعات عبر الإنترنت، مما قد يعكس قلة الوعي أو اللامبالاة تجاه قضايا الأمان والجرائم على وسائل التواصل الاجتماعي. ويمكن ربط هذه النتيجة مع بعض الفئات التي قد لا تكون متأثرة بما يُنشر من أخبار أو قد لا تُعتبر تلك الأخبار مصدراً ذا أهمية كبرى بالنسبة لهم في حياتهم اليومية.

وإجمالاً، تشير هذه النتائج إلى وجود تباين كبير في دوافع التفاعل بين الأفراد في العينة، ما يعكس تنوع مستويات الاهتمام بالموضوعات الأمنية بين الجمهور المصري على منصات التواصل الاجتماعي، مع وجود توجهات نفعية وطوائف أخرى قد تكون مدفوعة بدوافع طقوسية أو اعتباطية. هذه الفروق تدعم النتائج السابقة التي أظهرت أن الجمهور يختلف في دوافعه وتفاعله مع الأخبار المتعلقة بالجريمة بناءً على سياقات اجتماعية ونفسية متعددة.

#### جدول رقم (16) يوضح مدى ثقة الجمهور المصري (عينة الدراسة) العامة

##### في الأخبار المتعلقة بالجريمة على مواقع التواصل الاجتماعي

| مدى الثقة        | ك   | %    |
|------------------|-----|------|
| أثق بدرجة كبيرة  | 187 | 46.7 |
| أثق بدرجة متوسطة | 131 | 32.8 |
| أثق بدرجة ضعيفة  | 82  | 20.5 |
| الإجمالي         | 400 | 100  |

تُبين لنا بيانات هذا الجدول أن (46.7%) من الجمهور المصري (عينة الدراسة) يتقون بدرجة كبيرة في الأخبار المتعلقة بالجريمة على مواقع التواصل

الاجتماعي. وهذا يشير إلى أن غالبية الأفراد في العينة يميلون إلى تصديق الأخبار التي يتم نشرها على هذه المنصات حول القضايا الجنائية، مما يعكس ثقة متزايدة في المصادر الإعلامية الرقمية، وهو ما يمكن تفسيره بتزايد اعتماد الأفراد على وسائل التواصل الاجتماعي كمصدر رئيسي للأخبار والمعلومات في العصر الحالي. ومن ناحية أخرى، (32.8%) من الجمهور المصري (عينة الدراسة) يتقون بدرجة متوسطة في هذه الأخبار. وهذا يُظهر أن هناك فئة من الأفراد الذين قد يتقبلون الأخبار بحذر أو ليس لديهم ثقة كاملة في مصداقية المعلومات المنشورة، وهو ما يمكن تفسيره بالتحفظ الطبيعي في التعامل مع الأخبار الرقمية التي قد تكون عرضة للتلاعب أو التأثيرات الإعلامية. قد يعكس هذا أيضاً درجة من الوعي لدى هذه الفئة حول إمكانية وجود معلومات مضللة أو غير موثوقة على منصات التواصل الاجتماعي. أما (20.5%) من الجمهور المصري (عينة الدراسة) فقد أفادوا بأنهم يتقون بدرجة ضعيفة في الأخبار المتعلقة بالجريمة على مواقع التواصل الاجتماعي. وهذه النسبة تشير إلى أن هناك فئة من الأفراد الذين لديهم شكوك كبيرة في مصداقية الأخبار المتداولة على هذه المنصات، وقد يكون هؤلاء الأفراد أكثر وعياً بالمخاطر المرتبطة بالمحتوى الرقمي المضلل أو غير الموثوق. قد يكون هذا نتيجة للخبرات السابقة مع الأخبار الزائفة أو تأثير الحملات الإعلامية الموجهة على وسائل التواصل الاجتماعي.

وبالمجمل، تتوزع درجات الثقة بشكل يُظهر تبايناً في مدى تصديق الأخبار المتداولة حول الجرائم عبر مواقع التواصل الاجتماعي. وهذا التباين في الثقة يعكس تفاوتاً في الوعي الإعلامي ودرجة التحفظ أو الاعتماد على المنصات الرقمية كمصدر رئيسي للمعلومات.

جدول رقم (17) يوضح المصادر التي يعتبرها الجمهور المصري (عينة الدراسة) الأكثر موثوقية عند متابعتهم لأخبار الجريمة

| المصادر                                      | ك   | %    |
|----------------------------------------------|-----|------|
| الصفحات الإخبارية الرسمية مثل وكالات الأنباء | 375 | 43   |
| الصفحات الأمنية أو الحكومية مثل الداخلية     | 134 | 15.3 |
| الصحفيون المحترفون أو المتخصصون              | 132 | 15.1 |
| الصفحات المحلية أو المجتمعية                 | 130 | 14.9 |
| شهود العيان أو مقاطع الفيديو                 | 102 | 11.7 |
| الإجمالي                                     | 873 | 100  |

تعكس بيانات هذا الجدول أن (43%) من الجمهور المصري (عينة الدراسة) يعتبرون الصفحات الإخبارية الرسمية مثل وكالات الأنباء المصدر الأكثر موثوقية عند متابعة أخبار الجريمة. هذه النتيجة تشير إلى أن الجمهور يميل بشكل كبير إلى الوثوق في المصادر الإخبارية الرسمية والتي تتمتع بسمعة ثابتة ومعترف بها في مجال الإعلام. يمكن تفسير هذه النتيجة بارتباط الجمهور بالمؤسسات الإعلامية الكبرى التي تقدم أخباراً مدعومة بالتحقيقات الصحفية والمعلومات الدقيقة، مما يعزز مصداقيتها في نظر الأفراد. أما الصفحات الأمنية أو الحكومية مثل وزارة الداخلية، فقد حصلت على (15.3%) من التصويت كأكثر المصادر موثوقية. وهذه النسبة تعكس أيضاً درجة من الثقة في الجهات الرسمية المعنية بالأمن، حيث يتوقع الجمهور أن تكون هذه المصادر قادرة على توفير معلومات دقيقة وموثوقة بشأن الحوادث

الجنائية والتطورات الأمنية. بالرغم من هذه النسبة، فإنها تعد أقل من المصادر الإخبارية الرسمية، مما يعكس تفضيل الجمهور للمصادر الإعلامية الأكثر عمومية وشمولية. أما الصحفيون المحترفون أو المتخصصون، فقد حصلوا على (15.1%) من نسبة التصويت، مما يدل على أن فئة من الجمهور تعتبر الصحفيين المتخصصين مصدراً موثقاً للأخبار المتعلقة بالجريمة. هؤلاء الصحفيون يُتوقع أن يكون لديهم الخبرة والمعرفة اللازمة للتحقق من المعلومات وتحليل الأحداث بشكل دقيق، وهو ما يعزز ثقة الجمهور فيهم كمصادر معلومات. والصفحات المحلية أو المجتمعية حصلت على (14.9%)، مما يعكس الثقة في المصادر الأقرب إلى المجتمع المحلي والتي قد تقدم أخباراً متعلقة بالبيئة المحلية والواقعية التي يعيش فيها الأفراد. يُحتمل أن هذه النسبة تعكس أهمية الأخبار التي تتعلق بمناطق معينة وتلامس حياة الناس اليومية. وأخيراً، شهدت شهود العيان أو مقاطع الفيديو نسبة (11.7%) من التصويت. على الرغم من أن هذه المصادر قد تبدو جذابة بسبب طبيعتها المباشرة وغير الرسمية، إلا أن هذه النسبة تعكس محدودية الثقة في هذا النوع من المصادر مقارنة بالمصادر الرسمية والمعتمدة. قد يُعزى ذلك إلى الطبيعة الغير موثوقة أحياناً للمحتوى الذي يقدمه الأفراد على الإنترنت، والذي قد يتضمن تحريفاً أو تلاعباً في المعلومات.

وبناءً على هذه النتائج، يتضح أن الجمهور المصري يولي الثقة الكبرى للمصادر الرسمية والإخبارية المعروفة، بينما يعتبر المصادر الأقل رسمية مثل شهود العيان ومقاطع الفيديو أقل موثوقية. هذا يتماشى مع نتائج الدراسات السابقة التي أكدت على أن الجمهور يميل إلى الاعتماد على المصادر الرسمية والموثوقة في تقييم أخبار الجريمة، وذلك لتقليل المخاطر المرتبطة بالمعلومات المضللة والمتلاعب.

جدول رقم (18) يوضح مدى وعي الجمهور المصري (عينة الدراسة) بمصادر الأخبار التي تتلقى منها معلومات عن الجرائم على مواقع التواصل الاجتماعي

| الوزن النسبي | الانحراف المعياري | المتوسط | غير موافق |    | محايد |     | موافق |     | العبارة                                                                   |
|--------------|-------------------|---------|-----------|----|-------|-----|-------|-----|---------------------------------------------------------------------------|
|              |                   |         | %         | ك  | %     | ك   | %     | ك   |                                                                           |
| 89           | 0.593             | 2.67    | 6.5       | 26 | 19.8  | 79  | 73.8  | 295 | لا أكتفي بمصدر واحد عند الاطلاع على أخبار الجريمة.                        |
| 86           | 0.632             | 2.58    | 7.8       | 31 | 26.3  | 105 | 66    | 264 | لا أنشر أخبار الجريمة إلا إذا كنت متأكدًا من موثوقية المصدر.              |
| 83.7         | 0.609             | 2.51    | 6         | 24 | 37    | 148 | 57    | 228 | أميز بين الخبر الحقيقي والمحتوى المضلل من خلال أسلوب الصياغة أو المبالغة. |
| 80.7         | 0.685             | 2.42    | 11.3      | 45 | 36.0  | 144 | 52.8  | 211 | أتحقق من هوية المصدر قبل تصديق أي خبر عن الجريمة.                         |
| 79           | 0.707             | 2.37    | 13.3      | 53 | 36.5  | 146 | 50.3  | 201 | أميز بين الصفحات الموثوقة وغير الموثوقة عند متابعة أخبار الجريمة.         |

| الوزن النسبي | الانحراف المعياري | المتوسط | غير موافق |    | محايد |     | موافق |     | العبرة                                             |
|--------------|-------------------|---------|-----------|----|-------|-----|-------|-----|----------------------------------------------------|
|              |                   |         | %         | ك  | %     | ك   | %     | ك   |                                                    |
| 74.7         | 0.809             | 2.24    | 23.5      | 94 | 29.0  | 116 | 47.5  | 190 | أراجع أكثر من مصدر قبل تكوين رأي حول جريمة منشورة. |

تكشف نتائج هذا الجدول عن مستوى وعي الجمهور المصري (عينة الدراسة) بمصادر الأخبار التي يتلقونها حول الجرائم عبر مواقع التواصل الاجتماعي. فتظهر النتائج أن الوعي والتحقق من الأخبار التي يتم استلامها عبر منصات التواصل الاجتماعي بشكل عام هو سلوك راسخ في عينة الدراسة. حيث أن أعلى وزن نسبي تم رصده كان (89) للعبارة "لا أكتفي بمصدر واحد عند الاطلاع على أخبار الجريمة"، وهو ما يعكس أن الجمهور المصري يميل إلى التنوع في المصادر التي يتلقون منها الأخبار، مما يعزز من مصداقية المعلومات المتداولة. أما الوزن النسبي الذي بلغ (86) على العبارة "لا أنشر أخبار الجريمة إلا إذا كنت متأكدًا من موثوقية المصدر"، فيعكس سلوكًا مسؤولًا لدى الجمهور المصري في التعامل مع الأخبار المتداولة عبر وسائل التواصل الاجتماعي. حيث أن هذا التوجه يساهم في الحد من انتشار الأخبار المضللة ويساعد في بناء بيئة رقمية أكثر مصداقية. وبالنسبة للوزن النسبي الذي بلغ (83.7) على العبارة "أميز بين الخبر الحقيقي والمحتوى المضلل من خلال أسلوب الصياغة أو المبالغة"، فإنه يعكس قدرة كبيرة لدى الجمهور المصري على التمييز بين الأخبار الحقيقية والمحتوى الزائف بناءً على أسلوب الكتابة والمبالغة في بعض الحالات. وهذه النتيجة تشير إلى وجود وعي نقدي لدى الجمهور، مما يدعم التصورات السابقة بأن قدرة الأفراد على التمييز بين المعلومات الحقيقية وغير الحقيقية قد تكون عاملاً مهماً في الحد من تأثير الأخبار الزائفة. كما أن الوزن النسبي البالغ (80.7)

على العبارة "أُتحقق من هوية المصدر قبل تصديق أي خبر عن الجريمة"، يُظهر اهتماماً شديداً من الجمهور المصري في التأكد من مصداقية المصدر قبل تصديق أو نشر المعلومات المتعلقة بالجريمة. وهذا السلوك يتماشى مع التوجهات الحديثة في تعزيز الثقافة الإعلامية وحماية الأفراد من المعلومات المضللة. وأخيراً، يظهر الوزن النسبي (79) على العبارة "أُميّز بين الصفحات الموثوقة وغير الموثوقة عند متابعة أخبار الجريمة" مدى أهمية الوعي لدى الجمهور المصري في معرفة الصفحات والمصادر الموثوقة وغير الموثوقة. هذا الفحص المستمر للمصادر يعكس تقديراً عالياً للأمن الرقمي واهتماماً بحماية النفس من الأخبار المضللة. وأخيراً، تُظهر النتائج أيضاً أن (74.7) من الجمهور المصري (عينة الدراسة) يراجعون أكثر من مصدر قبل تكوين رأي حول جريمة منشورة. هذا الوزن النسبي يدل على أن جمهور العينة يتبع نهجاً متعدد المصادر للحصول على معلومات دقيقة وموثوقة حول الجرائم، مما يعكس قدرتهم على التفكير النقدي وتعزيز دقة التقييمات المأخوذة من الأخبار التي يتابعونها. وإجمالاً، تعكس هذه النتائج مستوى عالياً من الوعي الإعلامي لدى الجمهور المصري في تقييم المعلومات على منصات التواصل الاجتماعي، ويشير إلى تأثير إيجابي للثقافة الإعلامية الرقمية على سلوكيات الأفراد في التعامل مع الأخبار المتداولة عبر الإنترنت.

جدول رقم (19) يوضح مجمل مدى وعي الجمهور المصري (عينة الدراسة) بمصادر الأخبار التي تتلقى منها معلومات عن الجرائم على مواقع التواصل الاجتماعي

| مجمّل مدى الوعي | ك   | %    |
|-----------------|-----|------|
| متوسط           | 67  | 16.8 |
| مرتفع           | 333 | 83.2 |
| الإجمالي        | 400 | 100  |

تستعرض بيانات هذا الجدول أن (83.2%) من الجمهور المصري (عينة الدراسة) أظهروا مستوى وعي مرتفعاً بشأن مصادر الأخبار التي يتلقونها حول الجرائم عبر مواقع التواصل الاجتماعي. وهذا يشير إلى أن معظم الجمهور المصري يتبع سلوكاً مسؤولاً في استهلاك الأخبار المتعلقة بالجريمة على هذه المنصات، ويعكس مستوى عالٍ من الوعي بكيفية اختيار المصادر الموثوقة التي يحصلون منها على معلومات دقيقة حول الجرائم. هذه النسبة المرتفعة توضح أن الجمهور المصري يمتلك درجة عالية من الفهم والتفاعل مع محتوى الأخبار الجرائمي عبر وسائل التواصل الاجتماعي، مما يساهم في الحد من تداول الأخبار المضللة. أما النسبة البالغة (16.8%) والتي تعكس الوعي المتوسط، فتشير إلى أن قلة من الجمهور لا يزالون بحاجة إلى زيادة الوعي بمصادر الأخبار. فهؤلاء الأفراد قد لا يكون لديهم التحليل النقدي الكافي أو القدرة على التفريق بين المصادر الموثوقة وغير الموثوقة بشكل دائم.

وإذا ربطنا هذه النتائج مع نتائج جدول رقم (18)، نجد أن الجمهور المصري (عينة الدراسة) يولي اهتماماً بالغاً لمصادقية الأخبار المتعلقة بالجريمة على مواقع التواصل الاجتماعي. حيث كانت النتائج في جدول رقم (18) تدل على أن العديد من

أفراد العينة يراعون التحقق من هوية المصدر قبل تصديق أي خبر (80.7)، ولا يكتفون بمصدر واحد عند الاطلاع على الأخبار (89)، ويحرصون على التمييز بين الخبر الحقيقي والمحتوى المضلل (83.7). وهذه النتائج تتكامل مع النتائج في جدول رقم (19)، حيث يعكس الوعي المرتفع في هذا الجدول قدرة الجمهور المصري على تطبيق هذه السلوكيات الموثوقة في التعامل مع الأخبار المتعلقة بالجريمة. بالتالي، يظهر أن الوعي المرتفع بشأن مصادر الأخبار يساهم في بناء قدرة الأفراد على التمييز بين المعلومات الموثوقة والمضللة، وهو ما يعزز الأمان الرقمي ويحسن تصورات الأفراد تجاه الأخبار المتداولة على منصات التواصل الاجتماعي.

جدول رقم (20) يوضح إدراك الجمهور المصري (عينة الدراسة) للبيئة الأمنية في مصر في ضوء متابعتهم المتكررة لأخبار الجريمة على مواقع التواصل الاجتماعي

| العبارة                                                                     | موافق |      | محايد |      | غير موافق |      | المتوسط | الانحراف المعياري | الوزن النسبي |
|-----------------------------------------------------------------------------|-------|------|-------|------|-----------|------|---------|-------------------|--------------|
|                                                                             | ك     | %    | ك     | %    | ك         | %    |         |                   |              |
| أشعر أن الوضع الأمني في مصر غير مستقر بناءً على ما أتابعه من أخبار الجريمة. | 60    | 15   | 145   | 36.3 | 195       | 48.8 | 2.34    | 0.725             | 78           |
| أعتقد أن معدلات الجريمة في المجتمع المصري في تزايد مستمر.                   | 70    | 17.5 | 156   | 39.0 | 174       | 43.5 | 2.26    | 0.737             | 75.3         |

| الوزن النسبي | الانحراف المعياري | المتوسط | غير موافق |     | محايد |     | موافق |     | العبارة                                                                     |
|--------------|-------------------|---------|-----------|-----|-------|-----|-------|-----|-----------------------------------------------------------------------------|
|              |                   |         | %         | ك   | %     | ك   | %     | ك   |                                                                             |
| 72.7         | 0.785             | 2.18    | 41.0      | 164 | 35.5  | 142 | 23.5  | 94  | أشعر بالخوف عند الخروج من المنزل بسبب ما أشاهده من جرائم على مواقع التواصل. |
| 68.3         | 0.719             | 2.05    | 23.5      | 94  | 48.3  | 193 | 28.3  | 113 | أرى أن وسائل التواصل الاجتماعي تُضخم من حجم الجريمة في المجتمع.             |
| 67.3         | 0.766             | 2.02    | 30.0      | 120 | 41.5  | 166 | 28.5  | 114 | تغطية أخبار الجريمة تعكس صورة سلبية عن الواقع الأمني في مصر.                |
| 66           | 0.73              | 1.98    | 25.8      | 103 | 46.8  | 187 | 27.5  | 110 | ما أتابعه من أخبار الجريمة يجعلني أشك في قدرة الجهات الأمنية على            |

| العبارة                                                               | موافق |      | محايد |      | غير موافق |      | المتوسط | الانحراف المعياري | الوزن النسبي |
|-----------------------------------------------------------------------|-------|------|-------|------|-----------|------|---------|-------------------|--------------|
|                                                                       | ك     | %    | ك     | %    | ك         | %    |         |                   |              |
| السيطرة على الوضع.                                                    |       |      |       |      |           |      |         |                   |              |
| رغم كثافة أخبار الجريمة، ما زلت أشعر أن الوضع الأمني في منطقتي مستقر. | 96    | 24.0 | 175   | 43.8 | 129       | 32.3 | 1.92    | 0.746             | 64           |

تظهر بيانات هذا الجدول أن الوزن النسبي لأول إجابة في الجدول، والتي تقول "أشعر أن الوضع الأمني في مصر غير مستقر بناءً على ما أتابعه من أخبار الجريمة"، هو (78)، مما يعكس انطباع غالبية الجمهور المصري (عينة الدراسة) حول عدم استقرار الوضع الأمني بناءً على الأخبار التي يتابعونها على منصات التواصل الاجتماعي. وهذا يشير إلى أن الانطباع العام بين العينة كان أن الوضع الأمني غير مستقر، وهو ما يتوافق مع العديد من الدراسات السابقة، مثل دراسة (Ghani et al., 2022) التي أكدت على تأثير الأخبار المتكررة حول الجرائم في تعزيز مشاعر الخوف وانعدام الأمان. وبالإضافة إلى ذلك، يظهر أن الوزن النسبي لإجابة "أعتقد أن معدلات الجريمة في المجتمع المصري في تزايد مستمر" هو (75.3)، مما يشير إلى أن نسبة كبيرة من الجمهور يعتقدون أن الجرائم في تزايد مستمر. وهو ما يعكس تأثير تغطية الجرائم عبر وسائل الإعلام على تصور الأفراد حول زيادة الجريمة، وهذا يتماشى مع دراسة (Park & Vieraitis, 2021) التي أظهرت أن التعرض المستمر للأخبار المتعلقة بالجريمة يؤدي إلى زيادة الإحساس

بتزايد معدلات الجريمة. أما عن الوزن النسبي الخاص بـ "أشعر بالخوف عند الخروج من المنزل بسبب ما أشاهده من جرائم على مواقع التواصل"، الذي بلغ (72.7)، فإنه يعكس قلقاً ملحوظاً في شعور الأفراد بالأمان في الأماكن العامة بسبب تأثير أخبار الجريمة. وهذه النتيجة تشير إلى التأثير الكبير لوسائل التواصل الاجتماعي على السلوكيات اليومية للمواطنين، وهو ما يتفق مع نتائج دراسة (Ghani et al., 2022) التي أفادت بأن المعلومات التي يتم تلقيها من وسائل التواصل الاجتماعي يمكن أن تؤثر بشكل كبير في شعور الأفراد بالأمان. أما بالنسبة لـ الوزن النسبي المرتبط بـ "أرى أن وسائل التواصل الاجتماعي تُضخم من حجم الجريمة في المجتمع"، الذي بلغ (68.3)، فإنه يدل على أن العينة تعتبر وسائل التواصل الاجتماعي مصدراً لتضخيم الأخبار المتعلقة بالجريمة. وفيما يتعلق بـ "تغطية أخبار الجريمة تعكس صورة سلبية عن الواقع الأمني في مصر"، والتي جاءت وزنها النسبي (67.3)، فإن هذه النتيجة تعكس انطباع الجمهور المصري حول تأثير الإعلام الرقمي في بناء صورة سلبية عن الواقع الأمني، مما يؤكد على نتائج دراسة (Yin et al., 2022) التي أظهرت أن كثافة المعلومات الإعلامية حول الجريمة تؤدي إلى تعزيز التصورات السلبية عن الواقع الأمني. أما النتيجة الأخيرة المتعلقة بـ "ما أتابعه من أخبار الجريمة يجعلني أشك في قدرة الجهات الأمنية على السيطرة على الوضع"، والتي جاءت وزنها النسبي (66)، فتعكس شعوراً عاماً بعدم الثقة في المؤسسات الأمنية بسبب تأثير تغطية الجرائم في الإعلام الرقمي. وأخيراً، فيما يخص "رغم كثافة أخبار الجريمة، ما زلت أشعر أن الوضع الأمني في منطقتي مستقر"، التي سجلت وزناً نسبياً قدره (64)، فهي تشير إلى نوع من التناقض بين تصورات الأفراد بشأن الأمن في محيطهم المحلي مقارنة بما يتم نقله من أخبار عبر وسائل الإعلام. وهذه النتيجة قد تعكس التأثير الإيجابي الذي يشعر به الأفراد في أماكن سكنهم، على الرغم من كثافة الأخبار السلبية حول الجرائم.

وبناءً على هذه النتائج، يتضح أن هناك ارتباطاً بين مستوى الشعور بعدم الأمان وزيادة التعرض لأخبار الجريمة على وسائل التواصل الاجتماعي، وهو ما يسלט الضوء على ضرورة تحسين طريقة عرض الأخبار الأمنية على هذه المنصات للتقليل من مشاعر القلق والخوف لدى الجمهور.

جدول رقم (21) يوضح مجمل إدراك الجمهور المصري (عينة الدراسة) للبيئة الأمنية في مصر في ضوء متابعتهم المتكررة لأخبار الجريمة على مواقع التواصل الاجتماعي

| مجمّل الإدراك | ك   | %   |
|---------------|-----|-----|
| منخفض         | 16  | 4   |
| متوسط         | 364 | 91  |
| مرتفع         | 20  | 5   |
| الإجمالي      | 400 | 100 |

تفيد بيانات هذا الجدول بأن (91%) من الجمهور المصري (عينة الدراسة) لديهم إدراك متوسط للبيئة الأمنية في مصر في ضوء متابعتهم المتكررة لأخبار الجريمة على مواقع التواصل الاجتماعي. وهذا يشير إلى أن غالبية الجمهور يشعر بدرجة معينة من القلق أو القبول فيما يتعلق بالوضع الأمني في مصر، ولكنه لا يرى أن الوضع الأمني في مصر غير مستقر بشكل كامل أو مقلق بدرجة كبيرة. أما النسب الأقل من (5%) و(4%) فقد أشاروا إلى إدراك مرتفع أو منخفض، مما يعني أن هناك فئة صغيرة ترى الوضع الأمني على أنه جيد أو سيء للغاية، بينما الأغلبية تعيش في منطقة وسطية بين الإدراك المرتفع والمنخفض.

وعند ربط هذه النتائج بنتائج جدول رقم (20)، نجد أن هناك ارتباطاً وثيقاً بين الوعي بواقع البيئة الأمنية و مشاعر الأمان لدى الجمهور المصري. ففي جدول رقم (20)، أظهر الجمهور المصري (عينة الدراسة) شعوراً كبيراً بعدم الاستقرار في الوضع الأمني في مصر بناءً على الأخبار التي يتابعونها، حيث كانت الوزن النسبي لموافقة (78) من العينة تشير إلى أنهم يشعرون بعدم الاستقرار الأمني. بالإضافة إلى ذلك، (75.3) اعتقدوا أن معدلات الجريمة في المجتمع المصري في تزايد مستمر، وهو ما يعكس الانطباع السائد لديهم عن البيئة الأمنية بشكل عام. والارتباط بين هذه الجداول يظهر بوضوح أن الوعي المتوسط الذي أبداه الجمهور المصري في إدراكهم للبيئة الأمنية يرتبط بشكل غير مباشر بتصورهم للأخبار التي يتلقونها عن الجرائم عبر منصات التواصل الاجتماعي. ففي حين يشعر معظمهم بأن الوضع الأمني غير مستقر ويتزايد بشكل مستمر، إلا أنهم لا يعتبرون أن الوضع الأمني في منطقتهم بالضرورة غير مستقر بشكل كامل. ومن هنا، يبدو أن المعلومات المتضاربة التي يتم تلقيها عبر منصات التواصل الاجتماعي تؤثر في إدراكهم للواقع الأمني، مما يعكس الحاجة إلى تحسين كيفية معالجة أخبار الجرائم وتقديمها بشكل أكثر دقة وموضوعية للحد من التأثير السلبي على مشاعر الأمان لدى الجمهور. وهذه النتائج تشير إلى أن تعزيز الشفافية في نشر الأخبار الأمنية والتوعية حول الوضع الأمني المحلي قد يساهم في تقليل مستويات القلق لدى الجمهور وزيادة الشعور بالأمان، مما يساهم في تحسين الإدراك العام للبيئة الأمنية في المجتمع.

جدول رقم (22) يوضح شعور الجمهور المصري (عينة الدراسة) بالأمان في حياتك اليومية في ضوء متابعتك المتكررة لأخبار الجريمة على مواقع التواصل الاجتماعي

| الوزن النسبي | الانحراف المعياري | المتوسط | غير موافق |     | محايد |     | موافق |     | العبارة                                                                     |
|--------------|-------------------|---------|-----------|-----|-------|-----|-------|-----|-----------------------------------------------------------------------------|
|              |                   |         | %         | ك   | %     | ك   | %     | ك   |                                                                             |
| 70.7         | 733.              | 2.12    | 21.5      | 86  | 45.0  | 180 | 33.5  | 134 | رغم متابعتي لأخبار الجريمة، لا يزال شعوري بالأمان في حياتي اليومية مستقرًا. |
| 69.0         | 751.              | 2.07    | 25.0      | 100 | 43.3  | 173 | 31.8  | 127 | شعوري بالأمان تراجع منذ بدأت أتابع أخبار الجريمة بكثافة على مواقع التواصل.  |
| 67.7         | 733.              | 2.03    | 28.5      | 114 | 46.3  | 185 | 25.3  | 101 | أشعر أن متابعة أخبار الجريمة تؤثر على شعوري بالأمان في الأماكن العامة.      |
| 67.3         | 777.              | 2.02    | 31.0      | 124 | 39.8  | 159 | 29.3  | 117 | بعد متابعة أخبار الجريمة، أصبحت أقل ثقة في سلامة الحي الذي أسكن فيه.        |
| 63.7         | 750.              | 1.91    | 23.8      | 95  | 43    | 172 | 33.3  | 133 | أشعر بالقلق من تعرضي أو أحد أفراد أسرتي لجريمة مماثلة                       |

| الوزن النسبي | الانحراف المعياري | المتوسط | غير موافق |     | محايد |     | موافق |     | العبارة                                                                |
|--------------|-------------------|---------|-----------|-----|-------|-----|-------|-----|------------------------------------------------------------------------|
|              |                   |         | %         | ك   | %     | ك   | %     | ك   |                                                                        |
|              |                   |         |           |     |       |     |       |     | لما أراه على الإنترنت.                                                 |
| 62.7         | 776.              | 1.88    | 36.8      | 147 | 38.5  | 154 | 24.8  | 99  | تكرار أخبار الجريمة يقلل من إحساسي بالأمان خلال تنقلاتي اليومية.       |
| 61.3         | 731.              | 1.84    | 19.8      | 79  | 44.0  | 176 | 36.3  | 145 | لا أشعر بالأمان الكامل في الشارع أو المواصلات بسبب ما أتابعه من جرائم. |

يتضح لنا من بيانات هذا الجدول أنه فيما يتعلق بشعور الجمهور المصري بالأمان في حياتهم اليومية في ضوء متابعتهم المتكررة لأخبار الجريمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، تُظهر الأوزان النسبية، أن (70.7) من الجمهور المصري (عينة الدراسة) أفادوا بأن شعورهم بالأمان في حياتهم اليومية لا يزال مستقرًا رغم متابعتهم المستمرة لأخبار الجريمة. هذه النتيجة تشير إلى أن فئة كبيرة من العينة لم يتأثروا بشكل كبير في شعورهم بالأمان رغم التعرض لأخبار الجريمة، مما يعكس قدرة بعض الأفراد على التفريق بين الواقع والأخبار الرقمية. ومع ذلك، أظهرت الأوزان النسبية أن (69) من الجمهور المصري (عينة الدراسة) شعروا بتراجع في شعورهم بالأمان منذ بداية متابعتهم المتكررة لأخبار الجريمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وهو ما يعكس التأثير السلبي لهذا التعرض المستمر على مشاعر الأمان الشخصي. هذا التراجع

يشير إلى تأثير قوي لأخبار الجريمة على تصورات الأفراد للواقع الأمني. ومن جانب آخر، فإن (67.7) من الجمهور المصري (عينة الدراسة) أفادوا بأن متابعة أخبار الجريمة تؤثر على شعورهم بالأمان في الأماكن العامة، وهو ما يبرز تأثير هذه الأخبار على الإدراك الأمني في البيئة العامة، ويعكس الخوف المتزايد الناتج عن التكرار المستمر لهذه الأخبار. كما أن (67.3) من الجمهور المصري (عينة الدراسة) شعروا بانخفاض ثقتهم في سلامة الأحياء التي يعيشون فيها بسبب التعرض المتكرر لهذه الأخبار، مما يشير إلى أن الأخبار السلبية تؤثر على تصور الأفراد للواقع الأمني في مجتمعاتهم. أما بالنسبة للقلق من تعرضهم أو تعرض أحد أفراد أسرهم لجريمة مماثلة لتلك التي يشاهدونها على الإنترنت، فقد أشار (63.7) من الجمهور المصري (عينة الدراسة) إلى أنهم يشعرون بهذا الخوف. هذا يُظهر كيف أن التكرار المستمر لأخبار الجريمة يعزز من مشاعر الخوف الشخصي تجاه الجريمة. إضافة إلى ذلك، (62.7) من الجمهور المصري (عينة الدراسة) شعروا أن تكرار أخبار الجريمة يقلل من إحساسهم بالأمان خلال تنقلاتهم اليومية، بينما (61.3) أكدوا أنهم لا يشعرون بالأمان الكامل في الشارع أو المواصلات بسبب ما يتابعونه من جرائم على وسائل التواصل الاجتماعي.

وبناءً على هذه الأوزان النسبية، يتضح أن متابعة أخبار الجريمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي لها تأثير كبير على شعور الأمان لدى الجمهور المصري، خاصة في الأماكن العامة وأثناء التنقلات. هذه الأخبار تساهم في تعزيز مشاعر الخوف والقلق، مما يعكس تأثيراً واضحاً لهذا النوع من المحتوى على الأفراد في حياتهم اليومية.

جدول رقم (23) يوضح مجمل شعور الجمهور المصري (عينة الدراسة) بالأمان في حياتك اليومية في ضوء متابعتك المتكررة لأخبار الجريمة على مواقع التواصل الاجتماعي

| مجل الشعور | ك   | %    |
|------------|-----|------|
| منخفض      | 37  | 9.3  |
| متوسط      | 325 | 81.2 |
| مرتفع      | 38  | 9.5  |
| الإجمالي   | 400 | 100  |

تُشير بيانات هذا الجدول إلى مستوى شعور الجمهور المصري (عينة الدراسة) بالأمان في حياتهم اليومية في ضوء متابعتهم المتكررة لأخبار الجريمة على مواقع التواصل الاجتماعي أن (81.2%) من الجمهور المصري (عينة الدراسة) لديهم شعور متوسط بالأمان. وهذا يشير إلى أن الفئة الأكبر من العينة تميل إلى الإحساس بالأمان بشكل معقول رغم تعرضهم المستمر لهذه الأخبار. أما نسبة (9.5%) من الجمهور المصري (عينة الدراسة) فقد عبروا عن شعورهم المرتفع بالأمان، مما يوضح أن هناك مجموعة من الأفراد الذين يشعرون بمستوى عالٍ من الأمان رغم متابعة أخبار الجريمة بشكل متكرر. ومن ناحية أخرى، (9.3%) فقط من الجمهور المصري (عينة الدراسة) شعروا بشعور منخفض بالأمان، مما يعكس نسبة ضئيلة من الجمهور الذي يتأثر بشدة بأخبار الجريمة التي يتابعونها، ويشعرون بعدم الأمان بشكل دائم. وهذا يشير إلى أن تأثير الأخبار على مشاعر الأمان ليس موحدًا بين جميع الأفراد في العينة.

وعند ربط هذه النتائج بنتائج جدول رقم (22)، نلاحظ أنه بالرغم من وجود نسبة كبيرة من الجمهور المصري (عينة الدراسة) (70.7) الذين يشعرون بأن شعورهم بالأمان في حياتهم اليومية مستقر رغم متابعة أخبار الجريمة، إلا أن (69) من الجمهور المصري (عينة الدراسة) أفادوا بتراجع هذا الشعور بالأمان بسبب هذه المتابعة المتكررة. وهذا يعزز من تفسير أن الفئة التي شعرت بشعور منخفض بالأمان في جدول (23) قد تكون نفسها التي تأثرت بشكل أكبر بمحتوى الجريمة، مما يشير إلى أن التعرض المستمر لأخبار الجريمة قد يؤثر بشكل سلبي على شعور الأمان للأفراد في حياتهم اليومية، حتى وإن كانت الغالبية يشعرون بمستوى متوسط من الأمان.

جدول رقم (24) يوضح تصورات الجمهور المصري (عينة الدراسة) للواقع الأمني في مصر بناءً على ما تتابعه من محتوى مرتبط بالجريمة على مواقع التواصل الاجتماعي

| العبارة                                                                                    | موافق |      | محايد |      | غير موافق |      | المتوسط | الانحراف المعياري | الوزن النسبي |
|--------------------------------------------------------------------------------------------|-------|------|-------|------|-----------|------|---------|-------------------|--------------|
|                                                                                            | ك     | %    | ك     | %    | ك         | %    |         |                   |              |
| أعتقد أن الوضع الأمني في مصر أصبح أسوأ مما كان عليه في الماضي بسبب أخبار الجريمة المنتشرة. | 52    | 13   | 145   | 36.3 | 203       | 50.8 | 2.38    | 0.704             | 79.3         |
| الشعور بالأمان في المجتمع المصري تراجع                                                     | 74    | 18.5 | 111   | 27.8 | 215       | 53.8 | 2.35    | 0.774             | 78.3         |

| الوزن النسبي | الانحراف المعياري | المتوسط | غير موافق |     | محايد |     | موافق |    | العبارة                                                                                      |
|--------------|-------------------|---------|-----------|-----|-------|-----|-------|----|----------------------------------------------------------------------------------------------|
|              |                   |         | %         | ك   | %     | ك   | %     | ك  |                                                                                              |
|              |                   |         |           |     |       |     |       |    | بسبب ما أراه من جرائم على وسائل التواصل الاجتماعي.                                           |
| 74.0         | 0.754             | 2.22    | 41.8      | 167 | 38.5  | 154 | 19.8  | 79 | تغطية الجرائم على مواقع التواصل تجعلني أرى المجتمع مكاناً أكثر عنفاً وخطورة.                 |
| 73.7         | 0.757             | 2.21    | 41.3      | 165 | 38.5  | 154 | 20.3  | 81 | الأخبار المتعلقة بالجريمة تخلق لدي تصوراً بأن الجريمة أصبحت جزءاً أساسياً من الحياة اليومية. |
| 70.7         | 0.746             | 2.12    | 34.5      | 138 | 43    | 172 | 22.5  | 90 | أعتقد أن مواقع التواصل الاجتماعي تسهم في نشر الخوف                                           |

| الوزن النسبي | الانحراف المعياري | المتوسط | غير موافق |     | محايد |     | موافق |     | العبارة                                                                               |
|--------------|-------------------|---------|-----------|-----|-------|-----|-------|-----|---------------------------------------------------------------------------------------|
|              |                   |         | %         | ك   | %     | ك   | %     | ك   |                                                                                       |
|              |                   |         |           |     |       |     |       |     | والقلق حول الواقع الأمني.                                                             |
| 70           | 0.805             | 2.1     | 38        | 152 | 34.3  | 137 | 27.8  | 111 | تصوراتنا حول الأمان تتأثر بشكل كبير بما نقرأه عن الجرائم على مواقع التواصل الاجتماعي. |
| 69.7         | 0.788             | 2.09    | 35.8      | 143 | 37.3  | 149 | 27    | 108 | أظن أن الإعلام الرقمي يجعل من الأمن قضية مبالغ فيها مقارنة بالحقيقة.                  |

يتضح لنا من بيانات هذا الجدول بتصورات الجمهور المصري (عينة الدراسة) للواقع الأمني في مصر بناءً على ما تتابعه من محتوى مرتبط بالجريمة على مواقع التواصل الاجتماعي أن (79.3) من الجمهور المصري (عينة الدراسة) يعتقد أن الوضع الأمني في مصر أصبح أسوأ مما كان عليه في الماضي بسبب الأخبار المتزايدة عن الجريمة المنتشرة. هذه النتيجة تشير إلى أن معظم الجمهور يتأثر سلباً بالمحتوى الجرمي المتداول على مواقع التواصل الاجتماعي، مما يعكس زيادة في الشعور بعدم الأمان في المجتمع. أما (78.3) من الجمهور المصري (عينة الدراسة) فقد أشاروا

إلى أن شعورهم بالأمان في المجتمع المصري قد تراجع نتيجة لما يرونه من جرائم على وسائل التواصل الاجتماعي، وهو ما يعزز من الفكرة القائلة بأن التعرض المستمر لأخبار الجريمة قد يؤدي إلى زيادة الخوف والقلق لدى الأفراد بشأن الوضع الأمني في المجتمع. بينما أفاد (74) من الجمهور المصري (عينة الدراسة) أن تغطية الجرائم على مواقع التواصل تجعلهم يرون المجتمع مكاناً أكثر عنفاً وخطورة، مما يعكس أن الأخبار المتعلقة بالجريمة يمكن أن تؤثر بشكل كبير في التصورات الذهنية للأفراد حول المجتمع، حيث يضخم تأثير الجرائم في وسائل الإعلام الرقمية إدراك الأفراد للواقع الأمني بشكل مفرط. كما أشار (73.7) من الجمهور المصري (عينة الدراسة) إلى أن الأخبار المتعلقة بالجريمة تخلق لديهم تصوراً بأن الجريمة أصبحت جزءاً أساسياً من الحياة اليومية، مما يعكس أن الأخبار المتكررة حول الجرائم قد تجبر الأفراد على تصور الجريمة كجزء طبيعي ومعتاد في حياتهم اليومية. أما (70.7) من الجمهور المصري (عينة الدراسة) في الدراسة فقد اعتقدوا أن مواقع التواصل الاجتماعي تسهم في نشر الخوف والقلق حول الواقع الأمني، وهذا يشير إلى دور وسائل الإعلام الرقمية في تعميق مشاعر القلق وعدم الاستقرار الأمني بين الأفراد. بينما أشار (70) من الجمهور المصري (عينة الدراسة) إلى أن تصوراتهم حول الأمان تتأثر بشكل كبير بما يقرأونه عن الجرائم على مواقع التواصل الاجتماعي، وهو ما يوضح أهمية المحتوى الإعلامي في تشكيل التصورات الذهنية للأفراد حول مستوى الأمان في المجتمع. وأخيراً، أفاد (69.7) من الجمهور المصري (عينة الدراسة) بأن الإعلام الرقمي يجعل من الأمن قضية مبالغ فيها مقارنة بالحقائق، مما يعكس أن المحتوى الإعلامي الرقمي قد يعطي انطباعاً مبالغاً فيه عن واقع الأمن مقارنة بالحقائق الفعلية.

وفي المجمل، تكشف هذه النتائج عن التأثير الكبير للمحتوى الجرمي المنتشر على مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل تصورات الجمهور المصري حول الأمن في المجتمع، ويبدو أن هذه التصورات قد تساهم في تقليل الشعور بالأمان وزيادة القلق

العام، مما يتوافق مع ما ذكرته بعض الدراسات السابقة التي أشارت إلى تأثير وسائل الإعلام في تشكيل مفاهيم الأمان والخوف لدى الأفراد مثل دراسة ( Ghani et al., 2022).

جدول رقم (25) يوضح مجمل تصورات الجمهور المصري (عينة الدراسة) للواقع الأمني في مصر بناءً على ما تتابعه من محتوى مرتبط بالجريمة على مواقع التواصل الاجتماعي

| مجمّل تصورات | ك   | %    |
|--------------|-----|------|
| منخفض        | 63  | 15.8 |
| متوسط        | 230 | 57.5 |
| مرتفع        | 107 | 26.8 |
| الإجمالي     | 400 | 100  |

تبين بيانات هذا الجدول مجمل تصورات الجمهور المصري (عينة الدراسة) للواقع الأمني في مصر بناءً على ما يتابعونه من محتوى مرتبط بالجريمة على مواقع التواصل الاجتماعي، حيث أظهرت (57.5%) من العينة شعوراً متوسطاً بتصورات الواقع الأمني في مصر. وهذه النتيجة تشير إلى أن الجمهور بشكل عام يعاني من حالة من عدم اليقين حول الوضع الأمني في البلاد نتيجة لتعرضهم المستمر للأخبار المتعلقة بالجريمة عبر منصات التواصل الاجتماعي، مما يعكس تأثيراً محايداً إلى حد ما، حيث لا يشعر معظم الأفراد بشكل كبير بالأمان أو الخوف. بينما أشار (26.8%) من الجمهور المصري (عينة الدراسة) إلى أن لديهم تصوراً مرتفعاً عن الوضع الأمني، وهو ما يدل على أن جزءاً من الجمهور لا يزال يرى أن الوضع الأمني في مصر مستقر نسبياً رغم تأثير الأخبار المتعلقة بالجريمة. ومع ذلك، يظل هذا النسب

أقل مقارنةً بالمتصورين المتوسطين، مما قد يشير إلى أن تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على الأمن في مصر يظل مثاراً للقلق لدى البعض ولكنه لا يصل إلى حد كبير من المبالغة. أما (15.8%) من الجمهور المصري (عينة الدراسة) فقد كانت تصوراتهم منخفضة بشأن الوضع الأمني، ما يعني أن هناك فئة صغيرة تشعر بأن الوضع الأمني في مصر أكثر استقراراً مقارنة بما يتعرضون له من أخبار الجريمة على وسائل التواصل الاجتماعي.

وعند مقارنة هذه النتائج بنتائج جدول رقم (24)، نجد ارتباطاً واضحاً بين التصورات الأمنية في المجتمع وتعرض الأفراد لأخبار الجريمة عبر منصات التواصل الاجتماعي. ففي جدول رقم (24)، تبين أن 79.3% من الجمهور يعتقد أن الوضع الأمني في مصر أصبح أسوأ بسبب انتشار أخبار الجريمة، بينما في جدول رقم (25) تظهر نسبة (57.5%) من الجمهور المصري (عينة الدراسة) لديهم تصورات متوسطة حول الواقع الأمني. هذه العلاقة تدل على أن متابعة الأخبار المتعلقة بالجريمة تؤثر بشكل كبير في تصور الأفراد للواقع الأمني، ولكن لا تزال هناك اختلافات في درجة التأثير، حيث أن البعض قد لا يرى تأثيراً كبيراً لهذه الأخبار على الواقع الأمني الفعلي. وهذا يوضح أن المتابعة المستمرة لمحتوى الجرائم على منصات التواصل الاجتماعي تساهم في زيادة التصورات السلبية عن الأمان في المجتمع، لكن بدرجات متفاوتة بين الأفراد.

### ثانياً: نتائج اختبار صحة فروض الدراسة الميدانية:

★ **الفرض الأول:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى متابعة الجمهور المصري (عينة الدراسة) لأخبار الجريمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومستوى شعورهم بالأمان.

جدول رقم (26) يوضح معنوية بيرسون للارتباط بين مدى متابعة الجمهور المصري (عينة الدراسة) لأخبار الجريمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومستوى شعورهم بالأمان

| المتابعة          | معامل ارتباط بيرسون | مستوي المعنوية | الدالة |
|-------------------|---------------------|----------------|--------|
| الشعور بالأمان    | -0.292**            | 0.000          | دال    |
| إجمالي العينة (ن) |                     |                | 400    |

تكشف نتائج هذا الجدول عن وجود علاقة ارتباطية بين مدى متابعة الجمهور المصري (عينة الدراسة) لأخبار الجريمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومستوى شعورهم بالأمان. حيث يظهر معامل الارتباط بيرسون الذي يساوي (-0.292)، مما يشير إلى وجود علاقة عكسية ضعيفة إلى متوسطة بين المتغيرين. أي أنه كلما زادت متابعة الجمهور المصري لأخبار الجريمة عبر منصات التواصل الاجتماعي، انخفض شعورهم بالأمان. وبما أن مستوى المعنوية (القيمة الاحتمالية) هو (0.000)، فإن هذا يدل على أن العلاقة ذات دلالة إحصائية عالية جداً، مما يعني أنه يمكن رفض فرضية العدم، وبالتالي القبول بالفرضية البديلة.

وبناءً على هذه النتائج، نجد أن الفرض الأول، والذي ينص على وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين متابعة أخبار الجريمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي والشعور بالأمان، قد ثبت صحته. العلاقة بين المتغيرين هي علاقة عكسية ذات دلالة إحصائية، مما يشير إلى أن تعرض الأفراد المستمر لأخبار الجريمة يعزز مشاعر القلق والخوف، ويؤثر بشكل سلبي على شعورهم بالأمان.

★ **الفرض الثاني:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى متابعة الجمهور المصري (عينة الدراسة) لأخبار الجريمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وإدراكهم لطبيعة البيئة الأمنية.

جدول رقم (27) يوضح معنوية بيرسون للارتباط بين مدى متابعة الجمهور المصري (عينة الدراسة) لأخبار الجريمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وإدراكهم لطبيعة البيئة الأمنية

| الدالة | مستوي المعنوية | معامل ارتباط بيرسون | المتابعة                      |
|--------|----------------|---------------------|-------------------------------|
| دال    | 0.000          | **0.285             | إدراكهم لطبيعة البيئة الأمنية |
| 400    |                |                     | إجمالي العينة (ن)             |

تعكس بيانات هذا الجدول وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين مدى متابعة الجمهور المصري لأخبار الجريمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وإدراكهم لطبيعة البيئة الأمنية. حيث يظهر معامل الارتباط بيرسون الذي يساوي (0.285)، مما يشير إلى وجود علاقة إيجابية ضعيفة إلى متوسطة بين المتغيرين. وهذا يعني أنه كلما زاد مستوى متابعة الجمهور لأخبار الجريمة على وسائل التواصل الاجتماعي، زادت درجة إدراكهم لطبيعة البيئة الأمنية في المجتمع. وبما أن مستوى المعنوية (القيمة الاحتمالية) هو (0.000)، فهذا يدل على أن العلاقة ذات دلالة إحصائية عالية جداً، مما يتيح لنا رفض فرضية العدم، وبالتالي قبول الفرضية البديلة.

وبناءً على هذه النتائج، يمكن التأكيد على أن الفرض الثاني، والذي ينص على وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين متابعة أخبار الجريمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وإدراك الجمهور لطبيعة البيئة الأمنية، قد ثبتت صحته. العلاقة

بين المتغيرين هي علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية، مما يشير إلى أن تعرض الأفراد لأخبار الجريمة يعزز من إدراكهم لمستوى الأمان في البيئة المحيطة بهم.

★ **الفرض الثالث:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى متابعة الجمهور المصري (عينة الدراسة) لأخبار الجريمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي والتصورات الذهنية لديهم حول الأمن العام.

جدول رقم (28) يوضح معنوية بيرسون للارتباط بين مدى متابعة عينة الدراسة لأخبار الجريمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي والتصورات الذهنية لديهم حول الأمن العام

| الدلالة | مستوي المعنوية | معامل ارتباط بيرسون | المتابعة          |
|---------|----------------|---------------------|-------------------|
| دال     | 0.000          | 0.291**             | التصورات الذهنية  |
| 400     |                |                     | إجمالي العينة (ن) |

تستعرض بيانات هذا الجدول وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين مدى متابعة الجمهور المصري لأخبار الجريمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي والتصورات الذهنية لديهم حول الأمن العام. حيث يظهر معامل الارتباط بيرسون الذي يساوي (0.291)، مما يشير إلى وجود علاقة إيجابية ضعيفة إلى متوسطة بين المتغيرين. وهذا يعني أنه كلما زاد مستوى متابعة الجمهور لأخبار الجريمة على وسائل التواصل الاجتماعي، زادت تصوراتهم الذهنية حول الأمن العام. وبما أن مستوى المعنوية (القيمة الاحتمالية) هو (0.000)، فإن ذلك يشير إلى أن العلاقة ذات دلالة إحصائية قوية جداً، مما يتيح لنا رفض فرضية العدم، وبالتالي قبول الفرضية البديلة.

وبناءً على هذه النتائج، يمكننا تأكيد صحة الفرض الثالث، والذي يفترض وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين متابعة أخبار الجريمة عبر مواقع

التواصل الاجتماعي والتصورات الذهنية حول الأمن العام. العلاقة بين المتغيرين هي علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية، مما يدل على أن تعرض الأفراد لأخبار الجريمة يعزز تصوراتهم حول الوضع الأمني في المجتمع.

**\* الفرض الرابع:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى ثقة الجمهور المصري (عينة الدراسة) في مصادر أخبار الجريمة عبر مواقع التواصل ومستوى إدراكهم للواقع الأمني.

جدول رقم (29) يوضح معنوية بيرسون للارتباط بين مستوى ثقة الجمهور المصري (عينة الدراسة) في مصادر أخبار الجريمة عبر مواقع التواصل ومستوى إدراكهم للواقع الأمني

| المتابعة                    | معامل ارتباط بيرسون | مستوي المعنوية | الدلالة |
|-----------------------------|---------------------|----------------|---------|
| مستوى الإدراك للواقع الأمني | 0.193**             | 0.000          | دال     |
| إجمالي العينة (ن)           | 400                 |                |         |

تظهر بيانات هذا الجدول أن هناك علاقة ارتباطية إيجابية ضعيفة بين مستوى ثقة الجمهور المصري في مصادر أخبار الجريمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومستوى إدراكهم للواقع الأمني. حيث يظهر معامل الارتباط بيرسون الذي يساوي (0.193)، مما يدل على وجود علاقة إيجابية ضعيفة بين المتغيرين. وهذا يشير إلى أنه كلما زاد مستوى الثقة في مصادر أخبار الجريمة عبر وسائل التواصل الاجتماعي، زاد إدراك الجمهور للواقع الأمني في المجتمع. وبما أن القيمة الاحتمالية (مستوى المعنوية) هي (0.000)، فهذا يشير إلى أن العلاقة ذات دلالة إحصائية قوية، وبالتالي يمكننا رفض فرضية العدم، مما يدعم صحة الفرضية البديلة.

وبناءً على هذه النتائج، يمكننا تأكيد صحة الفرض الرابع، والذي يفترض وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى الثقة في مصادر أخبار الجريمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومستوى إدراك الجمهور المصري للواقع الأمني. العلاقة بين المتغيرين هي علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية، مما يوضح أن زيادة الثقة في هذه المصادر تؤدي إلى إدراك أقوى للواقع الأمني.

✱ **الفرض الخامس:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين تفاعل الجمهور المصري (عينة الدراسة) مع أخبار الجريمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومستوى شعورهم بالأمان.

جدول رقم (29) يوضح معنوية بيرسون للارتباط بين تفاعل الجمهور المصري (عينة الدراسة) مع أخبار الجريمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومستوى شعورهم بالأمان

| الدالة | مستوي المعنوية | معامل ارتباط بيرسون | المتابعة             |
|--------|----------------|---------------------|----------------------|
| دال    | 0.000          | - 0.331**           | مستوى شعورهم بالأمان |
| 400    |                |                     | إجمالي العينة (ن)    |

تفيد بيانات هذا الجدول بأن هناك علاقة ارتباطية سلبية ذات دلالة إحصائية بين تفاعل الجمهور المصري مع أخبار الجريمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومستوى شعورهم بالأمان. حيث يظهر معامل الارتباط بيرسون الذي يساوي (-0.331)، مما يدل على أن هناك علاقة سلبية متوسطة بين التفاعل مع أخبار الجريمة على مواقع التواصل الاجتماعي والشعور بالأمان. يعني ذلك أنه كلما زاد التفاعل مع أخبار الجريمة عبر هذه المواقع، انخفض مستوى الشعور بالأمان لدى الجمهور. وبما أن القيمة الاحتمالية (مستوى المعنوية) هي (0.000)، فهذا يشير إلى أن العلاقة ذات

دلالة إحصائية قوية، وبالتالي يمكننا رفض فرضية العدم، مما يدعم صحة الفرضية البديلة.

وبناءً على هذه النتائج، يمكننا تأكيد صحة الفرض الخامس، الذي يفترض وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين تفاعل الجمهور المصري مع أخبار الجريمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومستوى شعورهم بالأمان. العلاقة السلبية بين المتغيرين تشير إلى أن التفاعل مع أخبار الجريمة يؤدي إلى تراجع الشعور بالأمان لدى الجمهور.

★ **الفرض السادس:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى الشعور بالأمان لدى الجمهور المصري (عينة الدراسة) تعزى إلى خصائصهم الديموغرافية (النوع، العمر، المستوى التعليمي، المستوى الاقتصادي).

جدول رقم (30) يوضح معنوية الفروق بين الجمهور المصري (عينة الدراسة) بحسب خصائصهم الديموغرافية (النوع، العمر، المستوى التعليمي، المستوى الاقتصادي) في مستوى الشعور بالأمان

| مؤشرات إحصائية |             |          | الانحراف المعياري | المتوسط | العدد | الشعور بالأمان         |       |
|----------------|-------------|----------|-------------------|---------|-------|------------------------|-------|
| مستوي المعنوية | درجة الحرية | الاختبار |                   |         |       | المتغيرات الديموغرافية |       |
| 0.000          | 398         | ت= 2.269 | 0.5581            | 2.1778  | 135   | ذكر                    | النوع |
| دال            |             |          | 0.6812            | 2.4755  | 265   | انثي                   |       |

| مؤشرات إحصائية   |             |          | الانحراف المعياري | المتوسط | العدد | الشعور بالأمان               |                  |
|------------------|-------------|----------|-------------------|---------|-------|------------------------------|------------------|
| مستوي المعنوية   | درجة الحرية | الاختبار |                   |         |       | المتغيرات الديموغرافية       |                  |
| 0.000<br>دال     | 3<br>396    | ف=5.817  | 0.4704            | 2.707   | 127   | من 18 الي 25                 | السن             |
|                  |             |          | 0.4966            | 2.4198  | 163   | من 26 الي 35                 |                  |
|                  |             |          | 0.4998            | 2.6812  | 60    | من 35 الي 50                 |                  |
|                  |             |          | 0.4747            | 2.7262  | 50    | أكثر من 50                   |                  |
| 0.395<br>غير دال | 2<br>397    | ف=0.995  | 0.5404            | 2.53    | 64    | مؤهل متوسط                   | المستوى التعليمي |
|                  |             |          | 0.5573            | 2.55    | 201   | مؤهل جامعي                   |                  |
|                  |             |          | 0.5592            | 2.48    | 135   | دراسات عليا ماجستير، دكتوراه |                  |

| مؤشرات إحصائية |             |             | الانحراف المعياري | المتوسط | العدد | الشعور بالأمان         |                   |
|----------------|-------------|-------------|-------------------|---------|-------|------------------------|-------------------|
| مستوي المعنوية | درجة الحرية | الاختبار    |                   |         |       | المتغيرات الديموغرافية |                   |
| 0.002<br>دال   | 2<br>397    | ف=<br>6.267 | 0.513             | 2.4737  | 19    | منخفض                  | المستوى الاقتصادي |
|                |             |             | 0.4817            | 2.6993  | 286   | متوسط                  |                   |
|                |             |             | 0.5024            | 2.5158  | 95    | مرتفع                  |                   |

يتضح لنا من بيانات هذا الجدول وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى الشعور بالأمان لدى الجمهور المصري بناءً على بعض الخصائص الديموغرافية (النوع، العمر، المستوى التعليمي، والمستوى الاقتصادي).

بالنسبة لمتغير النوع، أظهرت النتائج وجود فرق ذو دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في مستوى الشعور بالأمان، حيث بلغ المتوسط بالنسبة للذكور (2.1778)، بينما بلغ المتوسط للإناث (2.4755). والاختبار الاحصائي (ت = 2.269) يدل على وجود فرق دال بين الجنسين بمستوى معنوية (0.000)، مما يعني أن الإناث يشعرون بمستوى أعلى من الأمان مقارنة بالذكور.

أما بالنسبة لمتغير العمر، فقد أظهرت نتائج اختبار (ف = 5.817) وجود فرق دال في مستوى الشعور بالأمان بين الفئات العمرية المختلفة (من 18 إلى 25، من 26 إلى 35، من 35 إلى 50، وأكثر من 50 سنة). حيث كانت الفئة العمرية "من 18 إلى 25" هي الأعلى في الشعور بالأمان (معدل 2.707)، تليها الفئات العمرية الأخرى بمعدلات متقاربة. هذه الفروق تعكس أن الفئات الأصغر سناً قد تكون

أكثر عرضة للتأثر بالأخبار الجريمة على مواقع التواصل الاجتماعي مما يؤثر على شعورهم بالأمان.

وبالنسبة لمتغير المستوى التعليمي، أظهرت النتائج أنه لا يوجد فرق ذو دلالة إحصائية بين الأفراد ذوي المؤهل المتوسط، الجامعي، أو الدراسات العليا في مستوى الشعور بالأمان ( $F = 0.995$ ) ومستوى معنوية ( $0.395$ ). وهذه النتيجة تشير إلى أن المستوى التعليمي لم يؤثر بشكل كبير على شعور الأفراد بالأمان في هذا السياق. وفيما يخص المستوى الاقتصادي، أظهرت النتائج وجود فرق ذو دلالة إحصائية ( $F = 6.267$ ) بمستوى معنوية ( $0.002$ ) في مستوى الشعور بالأمان بين الفئات الاقتصادية المنخفضة، المتوسطة، والمرتفعة. حيث كان الأشخاص ذوو المستوى الاقتصادي المتوسط هم الأكثر شعوراً بالأمان (معدل  $2.6993$ )، بينما كان الأشخاص في الفئة الاقتصادية المنخفضة لديهم أقل مستوى من الشعور بالأمان.

وبناءً على هذه النتائج، يمكن القول أن الفرض السادس التي تفترض وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى الشعور بالأمان بناءً على الخصائص الديموغرافية (النوع، العمر، المستوى التعليمي، والمستوى الاقتصادي) قد تم تأكيد صحتها جزئياً، حيث أظهرت الفروق بين النوع والعمر والمستوى الاقتصادي نتائج دالة إحصائية، بينما لم يكن للمستوى التعليمي تأثير كبير على مستوى الشعور بالأمان.

### مقترحات الدراسة:

★ يوصى بزيادة التوعية المجتمعية حول تأثير الأخبار المتعلقة بالجريمة على مواقع التواصل الاجتماعي وكيفية تأثيرها على شعور الأفراد بالأمان، وذلك من خلال حملات توعية عبر مختلف الوسائط الإعلامية، بالإضافة إلى استخدام منصات التواصل الاجتماعي نفسها لنشر الرسائل التوعوية.

★ يجب العمل على تحسين جودة المحتوى الإعلامي المتعلق بالجريمة على منصات التواصل الاجتماعي، من خلال التأكد من دقة المعلومات وتقديم تقارير موضوعية

ومتوازنة لتجنب نشر الرعب أو القلق غير المبرر، وبالتالي الحفاظ على سلامة الجمهور النفسي.

★ توصي الدراسة بضرورة تبني سياسات أكثر فعالية على منصات التواصل الاجتماعي لضمان حماية الأفراد من الأخبار الزائفة والتضليل المتعلق بالجريمة، مع زيادة فعالية الأدوات التي تتيح للمستخدمين التحقق من صحة الأخبار والمصادر.

★ توصي الباحثة بتوفير خدمات الدعم النفسي للمواطنين خاصة في الأوقات التي تزداد فيها الأخبار المتعلقة بالجريمة على منصات التواصل الاجتماعي، سواء عبر مؤسسات حكومية أو منظمات غير حكومية.

★ تدعو الدراسة إلى مزيد من الأبحاث المستقبلية لفهم أفضل لتأثير الأخبار المتعلقة بالجريمة على الشعور بالأمان بشكل أعمق، خاصة في ضوء التغيرات التكنولوجية المستمرة وكيفية تأثير منصات التواصل الاجتماعي على تصورات الأفراد حول الأمان.

★ توصي الدراسة بتفعيل دور المؤسسات التعليمية في تقديم التوعية للطلاب حول كيفية التعامل مع الأخبار المتعلقة بالجريمة على منصات التواصل الاجتماعي، وتطوير مناهج تعليمية لتعليم الطلاب كيفية التفكير النقدي في فحص الأخبار.

★ يوصى بتعزيز التشريعات التي تتعلق بالجرائم الإلكترونية والتممر الرقمي، وتدعيم منصات التواصل الاجتماعي بأدوات وتكنولوجيا للكشف عن هذه الجرائم ومعالجتها بشكل فعال.

★ تشجع الدراسة على مراقبة التأثير المستمر لوسائل الإعلام الرقمية على الأمن المجتمعي وتطوير استراتيجيات لتقليل الأثر السلبي للأخبار المتعلقة بالجريمة على الشعور بالأمان لدى الأفراد.

- ★ توصي الباحثة بتوسيع الاستفادة من التجارب الدولية في إدارة أخبار الجريمة عبر منصات التواصل الاجتماعي، ودراسة السياسات الأمنية الدولية التي نجحت في تقليل التأثيرات السلبية لهذه الأخبار على المجتمع.
- ★ يُوصى بتطوير أدوات إحصائية تتيح تتبع تأثير الأخبار المتعلقة بالجريمة على المجتمع بشكل دقيق، بهدف فهم كيفية تفاعل الأفراد مع هذه الأخبار بشكل علمي وتحليل مدى تأثيرهم النفسي والاجتماعي.

### مناقشة نتائج الدراسة:

- ★ أن هناك ارتباطاً عكسياً بين متابعة أخبار الجريمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي والشعور بالأمان لدى الجمهور المصري. هذه العلاقة العكسية تشير إلى أن تعرض الأفراد المستمر لأخبار الجريمة يعزز مشاعر القلق والخوف، وهو ما يتفق مع نتائج دراسات سابقة حيث أظهرت أن الأخبار السلبية تؤثر سلباً على شعور الأفراد بالأمان النفسي. وفي هذا السياق، تبرز أهمية التفكير في كيفية تقديم هذه الأخبار بشكل يتجنب التأثير النفسي السلبي على المتابعين.
- ★ أن الجمهور المصري يدرك الواقع الأمني بشكل متوسط بناءً على ما يتابعونه من محتوى مرتبط بالجريمة على منصات التواصل الاجتماعي. وهذه النتيجة تُظهر تأثير الأخبار التي تروج للتهديدات الأمنية على تصورات الأفراد للأمن في البيئة المحيطة بهم. وتدعم هذه النتائج الدراسات التي أفادت بأن التعرض المفرط للأخبار السلبية يمكن أن يعزز المخاوف غير المبررة.
- ★ هناك علاقة إيجابية بين متابعة أخبار الجريمة عبر منصات التواصل الاجتماعي وإدراك الجمهور لطبيعة البيئة الأمنية. وهذه النتيجة تتفق مع الدراسات السابقة التي أكدت أن المعلومات التي يتم الحصول عليها من وسائل الإعلام تؤثر في إدراك الأفراد للواقع الأمني في المجتمع.

- ★ أن تعرض الأفراد للأخبار المتعلقة بالجريمة يعزز من تصوراتهم السلبية حول الأمان في المجتمع. ويظهر أن هناك علاقة قوية بين هذه التصورات وبين التفاعل مع المحتوى المتعلق بالجريمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- ★ أن هناك مستوى عالٍ من الوعي لدى الجمهور المصري بشأن مصادر الأخبار المتعلقة بالجريمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي. وهذه النتيجة تشير إلى أن الجمهور على دراية بتحديد مصداقية المصادر التي يتلقون منها هذه الأخبار. هذا الوعي ضروري لتقليل التأثيرات السلبية للأخبار المضللة والمتلاعب بها.
- ★ فيما يخص تصورات الأفراد حول تغطية الجرائم على مواقع التواصل الاجتماعي، تبين أن هذه التغطية تؤثر بشكل مباشر في كيفية فهم الأفراد للأمن العام في مصر. ويدل ذلك على أهمية تحسين آلية تغطية الجرائم في وسائل الإعلام الرقمية بما يتماشى مع الحقيقة، وذلك لتجنب التشويش على الصورة الواقعية للأمان في المجتمع.
- ★ أن تفاعلات الجمهور المصري مع أخبار الجريمة على منصات التواصل الاجتماعي غالباً ما تتم من خلال الإعجاب، مما يشير إلى أن التفاعل يكون سطحياً وغير عميق. هذا يشير إلى أن معظم التفاعلات مع المحتوى المتعلق بالجريمة لا تكون مصحوبة بتعليقات أو تبادل للرأي، مما يعكس نوعاً من التفاعل السريع وغير الملزم بتفاصيل القضايا المطروحة.
- ★ أن مستوى الشعور بالأمان في الحياة اليومية لدى الجمهور المصري يتأثر بشكل مباشر بمتابعة أخبار الجريمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي. هذا التفاعل المستمر مع الأخبار السلبية قد يساهم في انخفاض الثقة في الأمان الشخصي، مما يعكس العلاقة الوثيقة بين النوعية والكمية التي يتعرض لها الأفراد من المحتوى الإعلامي.
- ★ يشير تأثير الأخبار المتعلقة بالجريمة في تشكيل تصور الأفراد حول الأمان إلى أن منصات التواصل الاجتماعي تلعب دوراً محورياً في تشكيل هذه التصورات

بشكل يتجاوز الواقع الفعلي. وهذا يشير إلى ضرورة تشديد الرقابة على محتوى الأخبار المتعلقة بالجريمة وتوجيه الجهود نحو تقليل التأثيرات السلبية التي قد تحدث على المدى الطويل.

### مراجع الدراسة

#### أولاً: المراجع العربية:

1. الصبان، عبير محمد، الحربي، سماح عيد. (2019). إدمان الطلاب على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بالأمن النفسي والتورط في الجرائم السيبرانية، *المجلة الدولية للدراسات التربوية والنفسية*، 6(2)، 267-293، <https://doi.org/DOI:10.31559/EPS2019.6.2.8>
2. علام، اعتماد محمد. (2012). *الإحصاء في البحوث الاجتماعية*، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة.
3. القرني، منصور مسفر. (2023). إدمان شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته بالأمن النفسي (دراسة ميدانية على عينة من طلاب المرحلة الثانوية بجدة)، *المجلة الأكاديمية للأبحاث والنشر العلمي*، 49(4)، 311-336، <https://doi.org/10.52132/Ajrsp/v5.49.12>
4. المحيسن، جمانة نعيم شعبان. (2019). أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي علي الأمن النفسي لدي طلبة جامعة الطفيلة التقنية، رسالة ماجستير غير منشور، كلية الدراسات العليا، جامعة مؤتة، الأردن.

#### ثانياً: المراجع الأجنبية:

1. Agbaka, J. (2024). Integrated Approaches to Combat Cyber-Crime on Social Media: Legislative, Educational, and

- Technological Solutions. *Perspektif: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 13(4), 1213–1222. <https://doi.org/10.31289/perspektif.v13i4.13090>.
2. Alni, Z. A., Ftayh, R. F., Turki, M., Salman Al-Musawi, O. Y., & Таран, Г. (2024). The Threat that Social Media Crimes Pose to International Law Principles. *Journal of Ecohumanism*, 3(5), 493–510. <https://doi.org/10.62754/joe.v3i5.3919>.
  3. Al-Sharif, Walaa Mansour Nasser. (2022). The effect of some social media webs on the feeling of psychological safety on a Sample of Um Al-Qura University Students. *Journal of Educational and Psychological Sciences*, 6(56), 129–148. <https://doi.org/10.26389/AJSRP.S300522>.
  4. Busselle, R., & Van den Bulck, J. (2019). *Cultivation Theory, Media, Stories, and Processes, and Reality* (pp. 69–82). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780429491146-5>.
  5. Farooq, H. B., Maldonado, M., Khan, M. H., & Sharif, H. (n.d.). *Strategic and Symbolic Advertising of Coca Cola in Pakistan: A Perspective of the Cultivation Theory*. <https://doi.org/10.13187/me.2021.2.238>.
  6. Ghani, A. S., Wahab, H. A., Ghazali, A. S., & Azam, S. B. M. (2022). Contextual and multifactorial influence on perception of safety from crime among selected Malaysians. *International Journal of Research In Business and Social*

- Science*, 10(8), 284–297.  
<https://doi.org/10.20525/ijrbs.v10i8.1514>.
7. Kawonal, J. W., Dion Bella, E. L., Lumasuge, A. R., Pakan, C. J., Moku, M. G., & Gonta, N. K. (2024). *Efforts to Minimize Crime on Social Media*.  
<https://doi.org/10.46799/jsa.v5i11.1770>.
  8. Lazar, J. (2001). Les médias dans la construction de la réalité. L'apport de la théorie de la cultivation. *Communicatio*, 20(2), 66–84.  
<https://doi.org/10.4000/COMMUNICATION.6526>.
  9. Lee, H.-S., & Park, J. S. (2014). *Cultivating the "Violent America" in the Minds of Koreans*. 58(5), 285–310.
  10. LI, C., & ZENG, H. (n.d.). *The Appliation of Theory Cultivation in Anti-corruption Soaps "The Great River Goes to the East."* <https://doi.org/10.3969/j.issn.1673-0712.2006.02.034>.
  11. Morgan, M., Shanahan, J., & Signorielli, N. (2017). *Cultivation Theory: Idea, Topical Fields, and Methodology*. 1–14. <https://doi.org/10.1002/9781118783764.WBIEME0039>.
  12. Morgan, M., Shanahan, J., & Signorielli, N. (n.d.). *Cultivation Theory*.  
<https://doi.org/10.1002/9781118766804.wbiect015>.
  13. Mosharafa, E. (2015). All you Need to Know About: The Cultivation Theory. *Global Journal of Human-Social Science*

- Research*, 15(8).  
[https://globaljournals.org/GJHSS\\_Volume15/3-All-you-Need-to-Know.pdf](https://globaljournals.org/GJHSS_Volume15/3-All-you-Need-to-Know.pdf).
14. Ntelu, A., Yusuf, M., Hinta, E., Muassomah, M., & Musa, D. (2025). The Role of Forensic Linguistics in Investigating and Disclosing Language Crimes on Social Media Platforms. *Theory and Practice in Language Studies*, 15(1), 283–293.  
<https://doi.org/10.17507/tpls.1501.31>.
15. Oghogho, M. Y., Osazuwa, O. M. C., Iyamba, O. D., Ekeng-Ekeng, H., & John, I. G. (2024). Enhancing security in nigeria: the implications of social media-based crime reporting. *The American Journal of Political Science Law and Criminology*, 6(9), 22–39.  
<https://doi.org/10.37547/tajpslc/volume06issue09-05>.
16. Park, Y., & Vieraitis, L. M. (2021). *Level of Engagement with Social Networking Services and Fear of Online Victimization: The Role of Online Victimization Experiences*. 4(2), 38–52. <https://doi.org/10.52306/04020421TERZ5728>.
17. Rocheleau, J. N., & Chiasson, S. (2022). Privacy and Safety on Social Networking Sites: Autistic and Non-Autistic Teenagers' Attitudes and Behaviors. *ACM Transactions on Computer-Human Interaction*, 29(1), 1:1–1:39.  
<https://doi.org/10.1145/3469859>.

18. Sundari, P. S. (2024). A Systematic Review on the use of Machine Learning and Deep Learning Techniques for Crime Prediction from Social Media. *International Journal of Advanced Research in Computer Science*, 15(1), 22–29. <https://doi.org/10.26483/ijarcs.v15i1.7046>.
19. Van den Bulck, J. (2012). *2 Cultivation Theory*. <https://doi.org/10.1002/9781444361506.WBIEMS108>.
20. Waszkiewicz, P., & Worek, K. (2024). *Social media evidence in criminal proceedings* (pp. 66–92). Informa. <https://doi.org/10.4324/9781032680194-5>.
21. Xiong, W. D., & Chong, W. Y. (2024). Research on the Application of Social Network Data Mining Technology in Crime Analysis and Prevention. *Applied Mathematics and Nonlinear Sciences*. <https://doi.org/10.2478/amns-2024-1832>.
22. Yin, X., Scherr, S., Jin, L., Gaskin, J. J., & Wang, J.-L. (2022). Impressions matter more than privacy: The moderating roles of affordances in the relation between social anxiety and online safety-seeking behaviors. *Cyberpsychology*, 16(3). <https://doi.org/10.5817/cp2022-3-1>.

ثالثاً: محكمو استمارة الاستبيان:

أسماء الأساتذة المحكمين طبقاً للترتيب الأبجدي والمنصب الجامعي:

- ★ أ.د/ حسن عماد مكاوي أستاذ الإذاعة والتلفزيون - كلية الإعلام - جامعة القاهرة.
- ★ أ.د/ سعيد الغريب النجار أستاذ الصحافة - كلية الإعلام - جامعة القاهرة.
- ★ أ.د/ محرز غالي أستاذ الصحافة - كلية الإعلام - جامعة القاهرة.
- ★ أ.د/ نيرمين الأزرق أستاذ الصحافة - كلية الإعلام - جامعة القاهرة.