



العائد الإجتماعي للبرنامج القومى تصدوا معنا لمواجهه الشائعات

**The Social return of the national program, confront the umours
with us**

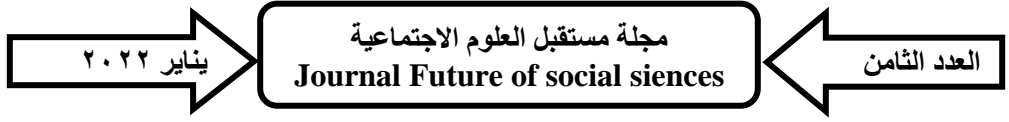
إعداد

أ.م.د/ أمانى عبدة السيد محمود أيوب

أستاذ التخطيط الإجتماعى المساعد بالمعهد العالى للخدمة الإجتماعية

ببورسعيد

م٢٠٢٢



العائد الإجتماعي للبرنامج القومي تصدوا معنا لمواجهة الشائعات
تاريخ إستلام البحث: ٢٠٢٢/١/١ م تاريخ النشر: ٢٠٢٢/١/٣٠ م

المستخلص:

يسعى البرنامج القومي تصدوا معنا لمواجهة الشائعات الى الإرتقاء بوعى المواطن وخاصة الشباب حتى لا يستخدموا كأداة لتدمير أنفسهم ووطنهم ومن هنا يعد قياس العائد الإجتماعي للبرنامج هو المحور الرئيسي فى هذه الدراسة وكذلك تحديد الصعوبات التى تواجه تطبيق البرنامج ومقترحات تفعيل العائد الإجتماعي لدعم عجلة التنمية، حيث إستهدفت تلك الدراسة تحديد العائد الإجتماعي للبرنامج القومي تصدوا معنا لمواجهة الشائعات، وكذلك تحديد الصعوبات التى تواجه تحقيق العائد الإجتماعي للبرنامج القومي تصدوا معنا لمواجهة الشائعات، وتحديد المقترحات اللازمة لتفعيل العائد الإجتماعي للبرنامج القومي تصدوا معنا لمواجهة الشائعات، وقد إستخدمت الباحثة نوع دراستها وصفيه تحليله استخدمت المسح الاجتماعى بالعينه للمستقيدين من البرنامج، وكانت أهم نتائج الدراسه: أن الشائعات من أخطر الحروب التى تواجه المجتمعات عبرالعصور وتهدد الأمن القومي و لزيادة العائد الإجتماعي من البرنامج ينبغي عرض الحقائق علي أوسع مدي باستثمار الصحافه والإذاعه والتلفزيون. الكلمات المفتاحية: عائد اجتماعي، منافع العائد الاجتماعي، الشائعات.

The Social return of the national program, confront the umours with us

Abstract:

The national program “Counter with us to confront rumors” seeks to raise the awareness of citizens, especially young people, so that they are not used as a tool to destroy themselves and their country. Hence, measuring the social return of the program is the main focus of this study, as well as identifying the difficulties facing the application of the program and proposals for activating the social return to support the wheel of development, this study aim to determine the social return of the national program: Confront with us the rumours, and determine the difficulties facing achieving the social return of the national program? Confront with us the rumour, and determine the proposals for activating the social return of the national program? Confront with us the rumours, this study belong to descriptive and analyzed using a sample social survey of those enrolled in the program, the most important results of the study: Rumors are among the most dangerous wars facing

societies throughout the ages and threaten national security. To increase the social return from the program, the facts should be presented to the widest extent by investing in the press, radio, and television.

Keywords: Social return, benefits of social return, rumours.

أولاً: مدخل لمشكلة الدراسة:

يعد الأمن القومي المصرى أساس وجود الدولة وهدف منأهداف سياستها العليا فى كافة المجالات، إذا يدور الأمن القومي المصرى حول فكرة أمن الوطن والمواطن فى أن واحد، بمعنى أن أى ضرر قد يلحق بنشاط الدولة ومؤسساتها ينعكس بشكل طردى على مواطنيها. وبناء على ما تقدم فإن إنهيار اقتصاديات الدول ينتج بالأساس عن الحروب الحديثة والتي من أبرز أسلحتها الشائعات التي تتمثل فى نشر وترويج معلومة صحيحة يضاف إليها جانباً من الخطأ أو ينتقص منها جانب جوهرى مكمل لها معتمدة بذلك على أليات القوة الناعمة (الثقافية- الحضارية- النفسية والإلكترونية) واستبدالاً للقوة العسكرية، بهدف التأثير سلباً على قدرات الدولة المصرية وعرقلة عملية التنمية الشاملة بها، وترويج الشائعات فى العصر الحالى يستغل التقدم التكنولوجى فالغزو الفكرى والثقافى مما يؤدى الى تدمير العقول- ضرب القيم - تشوية الرموز وهذا ما تسعى الشائعات لتحقيقه لذا كان ينبغى أن تجد الدولة وسيلة تحد من تأثير الشائعات على الأمن القومى. وتعددت الدراسات التي تناولت الشائعات وخطورتها، فاكتشف (النجار، ٢٠١٤م-٨٢) أن الشائعات- إرباك للمجتمعات بخبر مثير، أو وصفة عجيبة أو حدث غريباً أو نبؤة مدهشة تنتشر أصدائها فى الناس انتشار النار فى الهشيم . انها الشائعات التي لا يجمعها إلا جهالة المصدر (بؤرة مجهولة) مع ما فيها من غرابة وإثارة وبين أوساط المكائد السياسية أو الحروب النفسية أو المنافسة التجارية أ ولفت الأنظار أو حتى مجرد الفكاهة.

كما أوضحت (الشريف، ٢٠١٥م-٩٠) دور وسائل التواصل الإجتماعى فى انتشار الشائعات حيث أسهمت الشبكات الإجتماعية بظهور أشكال جديدة للشائعه الأمر الذى أدى الى تغير فحوى الشائعه وطريقه إنتشارها فى المجتمع، وذلك بسبب إختلاف طبيعة وخصائص البيئة الحاضنة مما يؤدى الى تهديد الأمن العام وتثير البلبله والفتن بالمجتمع. وأكد (الرواس والحاييس، ٢٠١٦-٢٨٥) على وسائل التواصل الإجتماعى وعلاقتها بإنتشار الشائعات فى المجتمع العماني: دراسته استطلاعية للأنماط وعوامل الإنتشار وتوصلت الدراسة الى أن المجال الإقتصادى من الشائعات الأكثر إنتشاراً فى المجتمع العماني وأن أخطر الأسباب

المؤديه للشائعات ذاتيه تحقق المصالح الشخصييه ونتيجة لقصور الوعي الإجتاعى ينزلق المجتمع سريعاً وراء هذه الشائعات.

وتناول (سالمان، ٢٠١٧-٣١٩) شبكات التواصل الإجتاعى ودورها فى نشر الشائعات من وجهه نظر أعضاء هيئه التدريس فى جامعه ديالى وتحديد مواصفات الشبكة الأكثر إنتشاراً وأسباب إنتشارها ووضع مقترحات للحلول والمعالجات للحد من إنتشار الشائعات من وجهه نظر أعضاء هيئه التدريس. فى حين أظهرت دراسه (المهيدب، ٢٠١٧-٥٥) تجريم نشر الشائعات فى الشريعة الإسلامية والأنظمه السعوديه المعاصره ١٤٣٨هـ - ٢٠١٦م وكانت من أهم نتائجها إصدار الجهات السعوديه المختصة عدداً من الأنظمة الجنائيه ذات الصلة، كنظام مكافحه الجرائم المعلوماتيه التى تجرم ترويج الشائعات ونشر المعلومات المضلله، عن طريق شبكة الأنترنت، التى تحد من إساءه إستخدام التقنيه الحديثه، وتطبيق العقوبات الرادعه بحق كل من يتعدى على حقوق الآخرين، أو يخالف التعليمات الوارده فى هذه الأنظمه.

وتناولت (مومنى، ٢٠١٧م) الشائعات وسبل مكافحتها فى عالمنا من خلال منهج النبى محمد ﷺ فى التعامل معها حيث أن الإشاعه تلعب دوراً كبيراً فى التأثير على الروح المعنويه للفرد ونشر الفرقة والكراهيه بين أفراد المجتمع. وأن موقف الشريعة الإسلامية من الإشاعات موقف واضح سليم، فهى تقف موقفاً حازماً ورافضاً ومحذراً من نشرها فى صفوف المسلمين، كما يوجه الإسلام الى الأساليب الناجمه فى التحصين والوقايه، وعرض (مبروك، ٢٠١٨-٢٥) المواجهه الجنائيه لجرائم نشر الشائعات التى تضر بالأمن القومى وكانت من أهم التوصيات السياسه الجنائيه الوقائيه لمكافحه الشائعه لها أهميه ودور كبير فى مواجهه جرائم نشر الشائعات لا تقل فى أهميتها عن السياسه الجنائيه الخاصه بالتجريم والعقاب، وهذا النوع من السياسه يجب أن تتضافر فيه جهود مؤسسات الدوله الحكوميه والتنظيمات الشعبيه وعلى هذا نوصى بضرورة إنشاء جهاز أمنى للمكافحه الوقائيه للشائعات يتوافر فى القائمين عليه خبرات خاصه فى مكافحه الشائعات والدعايه المثيرة وأوضحت (منير، ٢٠١٨م-٧٧) فن الشائعات مرتكزه على إنتاج الشائعات عبر التاريخ والأسباب والطرق التى يتم من خلالها ومدى التأثير الزمنى للشائعات على مر الأجيال.

وأشار (عبد الرحمن، ٢٠١٨-٣) الى الشائعات ودمار الأمه وتعرض مصر لعدد ٢١ ألف إشاعه فى ثلاثه شهور هذا الكم الهائل من الشائعات والسيل العارم من المؤامرات مما زاد من صعود الشعب والوقوف وراء رئيسه، فهى الدوله الوحيدة الصامده فى المنطقه، بل وتسير

بخطى سريعه نحو التقدم، وتعويض ما فات من سنين طويله من عمرها وتتمتع بالإستقرار والأمان كما أكدت (ابراهيم، ٢٠١٩م، ٢) الإشاعه وأثرها على الفرد والمجتمع ووجوب تحلى المواطن بالوعى وقدرته على التمييز حتى لا يتعرض لأشكال الإبتزاز الإلكتروني كما أكدت على أن غياب الإعلام الرسمى فى ظل صعود غير مسبوق للأعلام غير الرسمى جعلت المواطن يستهلك المعلومة كما هى دون تمحيص والتدقيق حول صحتها من عدمة. وعرضت (الحذيفى، ٢٠١٩م-٢٨) اتجاهات الرأى العام نحو دور مواقع التواصل الإجتماعى فى نشر الشائعات، أهمها التنبيه بخطورة الشائعات وترسيخ ثقافة الوعى بضرورة تحرى المعلومات والأخبار الصحيحة قبل النشر. كما بينت (معيذر، ٢٠١٩ - ١٤٣٦) أثر شبكات التواصل الإجتماعى على الأمن الفكرى لدى طالبات المستوى الجامعى وكانت أهم نتائجها ضرورة وضع ضوابط لإستخدام شبكات التواصل الإجتماعى بحيث تتماشى مع الشريعة الاسلاميه والعادات والتقاليد وسن القوانين والتشريعات وانشاء فرق الكترونية لمراقبة وتحديد الشائعات ومكافحتها الكترونيا. واكتشف (خليفة، ٢٠١٩-٣١) أن الشائعات نماذج من تاريخنا الحديث فالشائعات من أخطر الأسلحة المدمره للمجتمعات والأشخاص على السواء فكم إشتعلت من حروب وكم أهلكت قرى وكم إنهارت من جيوش بسبب الشائعات ومما لا شك فيه أننا اليوم فى زمن السرعة والتطور التقنى وإنتشار مواقع التواصل الإجتماعى فخطوره الشائعات أصبحت أكبر .

عرض (محمد، ٢٠١٩) دورالأعلام فى مكافحة الشائعات، فالإشاعه أصبحت علما منضبطا ذات منهجية وقواعد وأسس، وإن من أطلق الإشاعه له أهداف محددة ومخطط لها ولذا فإنه يسلك فى تحقيقها طريقا منظما من شأنه أن يصل الى المراد ويصيب الأهداف بدقة كما أوضحت الدراسة أساليب مواجهه الشائعات وخطورتها وإختلاف أساليب ترويجها. أشار (حداد، ٢٠٢٠م، ٤) الى بيان دور وسائل الإعلام الأردنية فى مواجهه الشائعات من وجهه نظر القائمين على الاعلام فى الأردن بتسليط الضوء على الدوافع المحركة لإنتشارالشائعات وبيان طبيعه التدابيروالإجراءات الوطنية للحد من انتشارها. أكد (عبدالعال، ٢٠٢١م - ١١٩) تجريم الشائعات عبر وسائل التواصل الإجتماعى فى التشريع الجنائى المصرى: دراسة تحليليه توصلت لضرورة تشديد الرقابة على وسائل التواصل الإجتماعى، وإتخاذ كافة الإجراءات لكل من يروج شائعات أو يتداولها ويجب أن يسود روح التعاون بين الأفراد وجهات الأمن لمكافحة الشائعات وملاحقة مروجيها. أهتمت الدراسات السابقة بدراسه الشائعات وحجم

التعرض لها وعوامل ترويجها، وطبيعته تأثيراتها على الجمهور والمجتمع وطرق مواجهتها والحد من إنتشارها فى ظل التواجد الكبير لوسائل الأتصال الحديثة والتي تتمتع بسرعه فى نقل المعلومات وإستخدام واسع من قبل الجمهور وفى ضوء ذلك تنقسم الدراسات السابقة لهذة الدراسة لعدة محاور على النحو التالى:

- المحور الأول :** دراسات تتعلق بالشائعات وأثرها على تراجع القيم المجتمعيه
- المحور الثانى:** دراسات تتعلق بالشائعات وتهديد الأمن الفكرى وأمن الأوطان والأمن القومى.
- المحور الثالث:** دراسات تتعلق بمكافحة الشائعات.
- ثانيا: صياغه مشكلة الدراسة:**

بناء على ما أسفرت عنه الدراسات السابقة والتقارير ونقاط التحليل المعروضة وما تسببه الشائعات من مخاطر على مستوى الأفراد والمجتمعات مما يعرقل مسيرة التنمية فى وطننا لذا يسعى البرنامج القومى تصدوا معنا لمواجهة الشائعات الى الإرتقاء بوعى المواطن وخاصة الشباب حتى لا يستخدموا كأداة لتدمير أنفسهم ووطنهم ومن هنا يعد قياس العائد الإجتماعى للبرنامج هو المحور الرئيسى فى هذه الدراسة وكذلك تحديد الصعوبات التى تواجه تطبيق البرنامج ومقترحات تفعيل العائد الإجتماعى لدعم عجلة التنمية.

ثالثا : أهداف الدراسة:

- ١- وصف العائد الإجتماعى للبرنامج القومى تصدوا معنا لمواجهة الشائعات.
- ٢- تحديد الصعوبات التى تواجه تحقيق العائد الإجتماعى للبرنامج القومى تصدوا معنا لمواجهة الشائعات.
- ٣- استنتاج مقترحات تفعيل العائد الإجتماعى للبرنامج القومى تصدوا معنا لمواجهة الشائعات.

رابعا : تساؤلات الدراسة:

١. ما العائد الإجتماعى للبرنامج القومى تصدوا معنا لمواجهة الشائعات.
٢. ما الصعوبات التى تواجه تحقيق العائد الإجتماعى للبرنامج القومى تصدوا معنا لمواجهة الشائعات.
٣. ما مقترحات تفعيل العائد الإجتماعى للبرنامج القومى تصدوا معنا لمواجهة الشائعات.

خامسا: مفاهيم الدراسة:

١- مفهوم العائد الإجتماعى:

يقصد به (مصطفى، ٢٠١٨م -١٩٨) تقييم الفوائد الإجتماعية والإقتصادية والبيئية والتي غالبا ما تكون كثيرة ومتنوعة فى مجال الصحة وبناء الإنسان وتحقيق التنمية المستدامة وغالبا ما يصعب تحديد بدقة مقارنه بالعائد الاقصادى.

يمثل العائد الاجتماعى منهجيه للتقييم المالى للأثر المجتمعى والنفسى والبيئى والصحى والاقتصادى لبرنامج ما.

٢. منافع العائد الإجتماعى:

- **الفهم:** يساعد على فهم البرنامج من منطلق رقمى،ومن مقاربات جديدة تعتمد على المقارنه المنطقية بين التكاليف والمنافع.
- **اسلوب التفكير:** تنفيذ التحليل فى خطواته الاثنى عشر يوسع من مدارك القارئ على زوايا مختلفة وهامه من البرنامج كالاذحة والمساهمة.
- **تقييم البرنامج:** تعتمد منهجيه المقياس على تحليل المخرجات والنتائج وصولا للأثر، ثم تقدير قيمه المالية للأثر وتقرير فيما اذا كان البرنامج خاسرا أم رابحا من المنظور الاجتماعى.
- **الشفافيه:** يتم تقييم البرنامج وإظهار نتائجه السلبيه والايجابية، خاسرا اجتماعيا أو رابحا الامر الذى يعطى مصداقية ويرتقى بمعايير الشفافية.
- **المقارنه:** يعتبر مقياس العائد الاجتماعى نسبه مالية سهله القراءة والفهم، يمكن مقارنتها بين مختلف البرامج.

٣. مراحل قياس العائد الإجتماعى:

ينطوى تطبيق تحليل العائد الإجتماعى على ست مراحل:

- وضع النطاق وتحديد أصحاب.
- تحديد النتائج.
- التثبت من النتائج وإعطائها قيمه.
- تحديد الأثر .

- إحتساب العائد على الإستثمار الإجتماعى
- إعداد التقارير والإستخدام والتضمين

٤. مفهوم الشائعه:

هى خبر مخلق أو يحمل نسبة من الصحة ويتميز بالأهمية والغموض وينتقل بين الناس عن طريق المشافهة أو الكتابة أو عن طريق إحدى وسائل الإعلام والاتصال سواء بغير هدف أو هدف مضرة الطرف الأخر المستهدف لتحقيق هدف معين سواء على مستوى الشخص أو الجماعه أو المنطقه أو الدوله أو العالم بأكمله مع توفر الأسباب لتردها وتصديقها من قبل الجمهور (كحيل، ١٩٨٦، ١٥).

٥. أغراض الشائعات: (عابدين، ٢٠٠٤م، ٥٤)

- بلبه الرأى العام.
 - تدمير الروح المعنوية تقتيت المعنويات .
 - استخدام الشائعه كستارة دخان.
 - استخدام الشائعه كطعم للوصول الى معرفة الحقيقة.
 - استخدام الشائعه لإثارة الفرقة والعداء.
 - تكدير الامن العام .
 - حبس نبض الرأى العام
 - التشكيك فى الوضع الاقتصادى
- ويرى (احمد، ٢٠١١ م) ان أهم آثار واطار الشائعات فى الاتى:**
- تربك صانع القرار ، فيبطىء أو يتسرع فى إصداره
 - محاولة النيل من الإستقرار الداخلى للدولة
 - محاولة إشاعه الروح الإنهزامية، والتأثير على معنويات الأفراد والمجتمعات
 - انها تخاطب قلب الإنسان وعواطفه، فهو يندفع معها دون وعى أو عقل.
 - أنها تثير روح الإنقسام بين فى الصنوف
 - تسعى الى خلق التوترات لكى تعرقل الانجازات

- لها آثار كبيرة على دفع عجلة التنمية

٦. تصنيف الشائعات: (غنام، ٢٠١٢م، ٣١٠):

اختلف الباحثون حول الارتكازات التي ينبغي أن يقوم عليها تصنيف الشائعات فمنهم من يعتمد الموضوع الذي تعالجه (قصة الشائعه) مرتكزا محوريا للتصنيف ومنهم من يعتمد الدافع النفسى المتراكم لإنجاز هدف بعينه اساسا للتصنيف مع الاخذ فى الاعتبار معيار الزمن كعنصر فاعل فى فهم مفردات ومضامين وانعكاسات الشائعه ولعل عالم النفس "كنساب" هو ابرز من صنف الشائعات وفق الدوافع النفسية حيث وضعها فى ستة محاور:

- شائعه الرغبة أو الشائعه الحالمه: وتكون غالبا فى الاعلان عن حوادث سارة، ويعد هذا النوع من الشائعات تعبيراً عن أمانى وتطلعات المجتمعات الانسانية.
- شائعه الخوف والقلق: تعبر عن حاله النفسية التى يكون عليها مروجوها من خوف وقلق.

• شائعه العدوان: تهدف الى خلخلة التلاحم الاجتماعى وخلق جماعات متخاصمة.

• الشائعه الزاحفة: وهى التى تروج ببطء ويتناقلها الناس همسا.

• شائعات العنف: اخترق أوساط المجتمع فى وقت قصير جدا وتتصف بالعنف

• الشائعه الغائصة: وهى التى تروج بفترة زمنية معينه ثم تختفى وتعود للظهور مرة ثانية عندما تجد الظروف الملائمه.

سادسا : المداخل النظرية للدراسه:

تعتمد الدراسه على نظريه السلوك المخطط ونموذج تنشيط المعايير كأساس نظرى يساعدفى تحديد طبيعه وقوه العوامل المؤثره فى تكوين سلوك مكافحه الشائعات بين مستخدمى وسائل التواصل الإجتماعى وقت الأزمات والقضايا الكبرى.

١. نظرية السلوك المخطط The Theory of Planned Behavior

تعد نظرية السلوك المخطط (perloff, 2008) التى قدمها Ajzen عام ١٩٩١م تطورا لنموذج الفعل المبرر حيث أضافت مكونا جديدا للنموذج يتمثل فى إدراك القدره علنا لتحكم فى السلوك وتفترض نظريه السلوك المخطط أن المتغير السابق علنا لقيام بسلوك محدد هو النية للقيام

بهذا السوك، وان هذه النية يحددها ثلاثة معتقداتعلى النحو التالي:(المعتقدات السلوكيه -
المعتقدات المعياريه - معتقدات السيطرة)(Ajzen,2015)

٢. نموذج تنشيط المعايير Norm Activation Model

وينظر بعض الباحثين الى نموذج تنشيط المعايير (Steg,2010)كنموذج متسلسل حيث يؤثر
الوعي بالأثار السلبيه فى المعايير الشخصيه من خلال الشعور بالمسئوليه، كما يؤكد نموذج
تنشيط المعاييرعلى وجود ثلاثة عوامل سابقة للتنبؤ بالسلوك الإجتماعى تتمثل هذه المعايير
فى(الوعي بالعواقب السلبيه - المسئوليه المحددة - المعايير الشخصيه) (Han,2014)
سابعاً: الإجراءات المنهجيه:

١. نوع الدراسة: تعتبر تلك الدراسة من الدراسات الوصفية التحليلية، والتي سعت لتحديد
العائد الإجتماعى للبرنامج القومى تصدوا معنا لمواجهه الشائعات.
٢. المنهج المستخدم: إستخدمت الباحثة المنهج العلمى بطريقه المسح الإجتماعى بالعينه
لعدد من الشباب المستفيدين من برنامج تصدوا معنا لمواجهه الشائعات بمحافظة بورسعيد.
٣. أدوات الدراسة: إستخدمت الباحثة أداة الإستبيان وقد تم تطبيقه على ١٠٠ من الشباب
المستفيدين من برنامج تصدوا معنا لمواجهه الشائعات بمحافظة بورسعيد، وقد إعتمدت الباحثة
عند إعدادها للأداة على الإطار النظرى والدراسات السابقة المختلفه والتي ساعدتها فى بناء
أداة الإستبيان الخاصه بها وذلك وفق الخطوات الآتية:
- الاعداد المبدئى للإستبيان بناء على أهداف الدراسه ومحاورها الثلاثه (خطوره الشائعات،
العائد الاجتماعى للبرنامج، الصعوبات التى تواجه تطبيق البرنامج)
- وقد تم التأكد من صلاحيه إستماره الإستبيان للتطبيق من حيث وضوح أسئلتها وإرتباطها
بمشكله الدراسة والتعبير عن أهداف الدراسه هذا وقد خضعت للإجراءات التاليه:
١- الصدق الظاهري: وذلك بعرضها على (٥) من السادة الخبراء وأعضاء هيئه التدريس
لإقرار صدقها الظاهري وقد تم تعديل الاستماره فى ضوء ملاحظات هؤلاء المحكمين
ب- ثبات الاستماره: تم حسابه بطريقه التجزئه النصفيه وكانت النتيجة ٠,٨٩، وهذا دليل على
صلاحية الإستماره للتطبيق.
٤. مجالات الدراسة:

أ. المجال المكاني: تم تطبيق تلك الدراسة بمحافظة بورسعيد بمديرية الشباب والرياضه
ببورسعيد، وكذلك المعهد العالى للخدمة الاجتماعيه ببورسعيد.

- شروط إختيار المجال المكاني:
- التعاون الجيد بين المعهد العالي للخدمة الإجتماعية ببورسعيد ومديرية الشباب والرياضة.
- تيسير مهمه الباحثه.
- رغبة المؤسسات في الإستفادة من عائد البحث.
- ب. المجال البشري: تم تطبيق تلك الدراسة علي الشباب المستفيد من برنامج تصدوا معنا لمواجهة الشائعات بمحافظة بورسعيد وعددهم (١٠٠) شاب وفتاة.
- ج. المجال الزمني : ديسمبر ٢٠٢١م.
- ٥. المعاملات الإحصائية التي تم إستخدامتها الباحثة في بحثها:

- التكرار.
- النسب المئوية.
- الوزن المرجح.
- الترتيب.
- معامل الارتباط.
- تحليل التباين ANOVA.

ثامنا: نتائج الدراسة:

(ن = ١٠٠)

جدول رقم (١) يوضح خصائص عينة الدراسة

مجموع	الحاله				العمر
	أرمل	مطلق	متزوج	أعزب	
٢٣	١	١	٨	١٣	٣٣-١٨
%١٠٠	%٤,٣	%٤,٣	%٣٤,٨	%٥٦,٦	ذكر
٥٠	٣	٠	١٠	٣٧	٣٣-١٨
%١٠٠	%٦,٠٠	%٠	%٢٠,٠٠	%٧٤,٠٠	أنثى
٧٣	٤	١	١٨	٥٠	٣٣-١٨
%١٠٠	%٥,٥	%١,٣	%٢٤,٧	%٦٨,٥	مجموع
٢٣				٢٣	٤٨-٣٣
%١٠٠				%١٠٠	أنثى
٢٣				٢٣	٤٨-٣٣
%١٠٠				%١٠٠	مجموع
٣				٣	٦٣-٤٨
%١٠٠				%١٠٠	أنثى
٣				٣	٤٨-٣٣
%١٠٠				%١٠٠	مجموع

١				١	٦٣
%١٠٠				%١٠٠	أكثر
١				١	أنثى
%١٠٠				%١٠٠	مجموع
٢٣	١	١	٨	١٣	ذكر
%١٠٠	%٤,٣	%٤,٣	%٣٤,٨	%٥٦,٦	مجموع
٧٧	٣	٠	١٠	٦٤	أنثى
%١٠٠	%٣,٩	%٠,٠	%١٣,٠	%٨٣,١	مجموع
١٠٠	٤	١	١٨	٧٧	مجموع
%١٠٠	%٤,٠	%١,٠	%١٨,٠	%٧٧	

يتضح من نتائج الجدول السابق أن:

الأنثى أكثر إقبالا على حضور البرنامج حيث أن عدد الأنثى ٧٤% والذكور ٥٦,٦% واعزب في نفس الوقت في حين يصل إقبال الإناث المتزوجات الى ٢٠% من العينة والذكور المتزوجين ٨% وهذا يشير الى أقبال الإناث بصور أكبر من الذكور للاستفادة من المبادرات الرئاسية .

جدول (٢) يوضح خطورة الشائعات من وجهة نظر عينة الدراسة (ن = ١٠٠)

م	المتغير	وافق	الى حد ما	لا أوافق	الوزن المرجح	ترتيب
١	التشكيك في الوضع الاقتصادي	٦٣	٢٩	٨	٢٥٥	١٢
٢	حبس نبض الرأي العام	٤٩	٣٤	١٧	٢٣٢	٢٠
٣	تكدير الأمن العام	٥٣	٣٠	١٧	٢٣٦	١٩
٤	تستخدم لإثارة الفرقة والعداء	٦٧	٢٠	١٣	٢٥٤	١٣
٥	استخدام الشائعه كطعم للوصول الى معرفة الحقيقة	٤٤	٣١	٢٥	٢١٩	٢١
٦	استخدام الشائعه كستارة دخان	٥٣	٣٠	١٧	٢٣٦	١٩
٧	انعدام أو تقلص الثقة المتبادلة بين الناقل والمنقول له.	٦٨	٢٣	٩	٢٥٩	٨
٨	تأثير سلبي علي الاقتصاد والاعمال التجاريه	٧٣	١٩	٨	٢٦٥	٤
٩	إثاره الفتنة بين الناس والتفرقه بينهم	٨١	٩	١٠	٢٧١	١
١٠	إنعدام الثقة في المصادر الإعلامية	٧١	١٧	١٢	٢٥٩	٨
١١	التسبب في إحداث حالة من الذعر والخوف في المجتمع.	٧١	٢٢	٧	٢٦٤	٥
١٢	إحداث الشك والتردد في القرارات التي يتخذها اصحاب القرار.	٦٣	٢٤	١٣	٢٥٠	١٧
١٣	الإضرار بسمعة الأشخاص والمؤسسات	٧٨	١١	١١	٢٦٧	٢

م	المتغير	اوافق	الى حد ما	لا اوافق	الوزن المرجح	ترتيب
	المعنية بالشائعة.					
١٤	إرهاب الناس وترويعهم وعدم السيطرة على الموقف	٦٣	٢٦	١١	٢٥٢	١٥
١٥	تشويه سمعة الدولة وتأثيرها السلبي في العلاقات الدولية.	٦٣	٢٤	١٣	٢٥٠	١٧
١٦	تربك صانع القرار فيبسطىء أو يتسرع فى إصداره	٥٨	٣٣	٩	٢٤٩	١٨
١٧	محاولة النيل من الإستقرار الداخلى للدولة	٦٦	٢٣	١١	٢٥٥	١٢
١٨	إشاعه الروح الإنهزامية،والتأثير على معنويات الأفراد والمجتمعات	٦٧	٢٣	١٠	٢٥٧	١٠
١٩	تخاطب قلب الإنسان وعواطفه،فهو يندفع معها دون وعى أو عقل.	٦٢	٢٧	١١	٢٥١	١٦
٢٠	تلوث الذمم والألسنة نتيجة الخوض في أمور بلا ترو وتثبت.	٦٤	٢٥	١١	٢٥٣	١٤
٢١	تسعى الى خلق التوترات لكى تعرقل الانجازات	٧٠	٢٠	١٠	٢٦٠	٧
٢٢	تؤثر الشائعات على نحو كبير على شعور الإنسان بالأمن لأنها تُعرضه للشعور الدائم بالقلق وعدم الراحة	٧٦	١٤	١٠	٢٦٦	٣
٢٣	بلبله رأى العام	٧٣	١٨	٩	٢٦٤	٥
٢٤	تدمير الروح المعنوية	٧٣	١٧	١٠	٢٦٣	٦
٢٥	انعدام الامن وعدم الاستقرار	٦٥	٢٥	١٠	٢٥٥	١٢
٢٦	زياده التوتر بين العلاقات الدوليه والامن الخارجى	٦٧	٢٣	١٠	٢٥٧	١٠
٢٧	اضعاف الروح المعنويه للشعب بالعمل على بث روح الفرقة والانقسام	٧٠	٢٣	٧	٢٦٣	٦
٢٨	تعمل على ارباك صانعي القرار بالابقاء او التسرع فى اصدار القرارات فى بعض القضايا المهمه	٦٦	٢٥	٩	٢٥٧	١٠
٢٩	زياده الفوضى والارتباك فى مجتمع وتؤثر على صحه الناس وسلامتهم النفسيه والاجتماعيه.	٧٥	١٦	٩	٢٦٦	٣
٣٠	اثاره الخوف لدى الناس.	٦٩	٢٠	١١	٢٥٨	٩
٣١	تشويه صوره الافراد او المؤسسات المعينه بالشائعات	٧٠	١٦	١٤	٢٥٦	١١
٣٢	اتهام البريء بما ليس فيه	٦٩	٢٠	١١	٢٥٨	٩

م	المتغير	اوافق	الى حد ما	لا اوافق	الوزن المرجح	ترتيب
٣٣	تؤدي إلى دمار الأمم وتفرق أهلها.	٧٤	١٥	١١	٢٦٣	٦
٣٤	يؤدي انتشار الشائعات في المجتمع إلى تفككه وشعور الأفراد فيه بالخطر	٧٦	١٥	٩	٢٦٧	٢

يتضح من الجدول السابق أن:

الشائعات من أخطر الحروب التي تواجه المجتمعات عبرالعصور وتهدد الأمن القومي وهذا ما أثبتته دراستي وأتفقت معه العديد من الدراسات السابقة منها دراسة عبد الرحمن ٢٠١٨ حيث ترى عينه دراستي أن إثارة الفتنة بين الناس والتفرقة بينهم تأتي بالمرتبة الأولى لأعلى وزن مرجح وقدره ٢٧١ يليه الإضرار بسمعة الأشخاص والمؤسسات المعنية بالشائعات بوزن مرجح ٢٦٧ وفي نفس المستوى يؤدي انتشارالشائعات في المجتمع إلى تفككه وشعورالأفراد فيه بالخطر ويلييه زياده الفوضى والأرتباك في مجتمع وتؤثر علي صحة الناس وسلامتهم النفسيه والاجتماعيه كما تؤثر الشائعات على نحو كبير على شعور الإنسان بالأمن لأنها تُعرضه للشعورالدائم بالقلق وعدم الراحة ويصل وزنه المرجح الي ٢٦٦ وتتوالى أوجه الخطوره التي تهدد المجتمعات والمؤسسات بكل مستوياتها وكذلك الأفراد كما يتضح من الجدول.

جدول(٣) يوضح العائد من برنامج تصدوا للشائعات من وجهة نظر عينة الدراسة (ن=

(١٠٠

م	المتغير	اوافق	الى حد ما	لا اوافق	الوزن المرجح	ترتيب
١	التحقق من المصادر قبل نشر اي خبر او اعلان	٩١	٨	١	٢٩٠	٥
٢	التأكد من أن مقاله أو التدوينه التي سيتم نشرها ذات مصداقية.	٩٠	٩	١	٢٨٩	٦
٣	عدم نشر الأخبار التي لم تتأكد منها بالكامل	٩٢	٦	٢	٢٩٥	١
٤	الامتناع عن الاعتماد علي مصادر غير موثوقه والبحث عن معلومات من مصادر موثوقه	٩١	٨	١	٢٩٠	٥
٥	نصح الاخرين بالتاكيد من صحه الاخبار قبل نشرها	٩١	٩	١	٢٩٢	٣
٦	التأكد من المصدر خصوصاً مع الأخبار الحساسة و المهمه	٩٣	٥	٢	٢٩١	٤
٧	عقد لقاءات تليفزيونيه مع خبراء في المجال الامني لتوعيه من نشر الشائعات	٨٦	١١	٣	٢٨٣	١٢

م	المتغير	وافق	الي حد ما	لا أوافق	الوزن المرجح	ترتيب
٨	الاستعانة بالافلام ورسوم المتحركه لمواجهة الشائعات نظرا لقوه تأثيرها خاصه مرحلتي (الطفوله ومراهقه)	٨٢	١٧	١	٢٨١	١٤
٩	يساعد على الفهم المنطقي للشائعات	٨٢	١٦	٢	٢٨٠	١٥
١٠	يوسع من مدارك القارىء واسلوب تفكيره للزوايا المختلفه للخبر	٨٦	١٢	٢	٢٨٤	١١
١١	تحليل المخرجات وصولا للخسارة والربح من منظور اجتماعي	٧٩	١٦	٥	٢٧٤	١٦
١٢	التأكد من شخصية الناقل للشائعه	٩٠	٨	٢	٢٨٨	٧
١٣	التمكن من تحديد أصحاب المصلحه	٨٥	١٤	١	٢٨٤	١١
١٤	تجنب ترويج معلومات من مصادر غير موثوقه علي مواقع التواصل الاجتماعي	٩٤	٥	١	٢٩٣	٢
١٥	عدم الاستجابة بسهولة لأي اقوال تردد من حولك او يبدو عليك التأثير	٨٧	١٣	١٣	٢٨٧	٨
١٦	لا تحاول إحباط شائعه او معلومه غير صحيحه بترويج معلومات مضاده	٧٩	١٣	٨	٢٧١	١٧
١٧	عند الاستفسار عن اي معلومه تعامل مع اصحاب الصله بالموضوع	٨٧	١٢	١	٢٨٦	٩
١٨	تحلي بشفافيه كبيره لقتل الشائعات وتجنب الغموض كي لا تفتح المجال لإطلاقها	٩٠	٨	٢	٢٨٨	٧
١٩	اذا كان لديك فضول سماع اي اخبار فلا تتخذ القرار بناء علي ما تسمعه فقط	٨٣	١٥	٢	٢٨١	١٤
٢٠	اذا كنت قادرا علي تقديم ادله تقسد الشائعه فافعل ذلك او التزم الصمت	٨٤	١٢	٤	٢٨٠	١٥
٢١	توقف عن التحدث بما لاتعرفه لان انتقال الكلام يحوله إلي شائعه تضر بمن حولك	٨٨	١١	١	٢٨٧	٨
٢٢	التوعيه ومحاربه الصفحات التي تنشر اخبار بلا مصادر	٩٣	٥	٢	٢٩١	٤
٢٣	هو حمايه الدوله وشعبها من اي تهديدات داخلية او خارجيه	٨٧	١٢	١	٢٨٦	٩
٢٤	حمايه المصالح الاساسيه للدوله وشعبها	٨٨	١١	١	٢٨٧	٨
٢٥	يعتبر الامن القومي امرا حيويا لاستمراريه وتطور الدوله	٩٠	١٠	٣	٢٩٢	٣
٢٦	يعد الامن القومي ركيزه اساسيه من ركائز الدوله	٨٨	١٠	٢	٢٨٦	٩
٢٧	يحمي حدود الدوله من التعرض لاي	٨٨	١١	١	٢٨٧	٨

م	المتغير	وافق	الى حد ما	لا أوافق	الوزن المرجح	ترتيب
	اختراق غير قانوني					
٢٨	التوعية بمخاطر الشائعات وتأثيرها علي استقرار وأمن المجتمع	٩٣	٦	١	٢٩٢	٣
٢٩	نشر الوعي اللازم للتأكد من صحة الأخبار من مصادرها المعتمدة	٩١	٩		٢٩١	٤
٣٠	خلق اتجاه ايجابي نحو التاكيد من مصادر الاخبار	٩٣	٧		٢٩٣	٢
٣١	تربيته الابناء علي التفكير الناقد وعدم أخذ اي معلومه دون تاكد منها	٨٧	١٠	٣	٢٨٤	١١
٣٢	خلق سلوك ايجابي نحو الرد علي ناقل الشائعه	٨٨	٩	٣	٢٨٥	١٠
٣٣	رصد الشائعات ونقلها للمسؤولين للرد عليها سريعا	٨٤	١٣	٣	٢٨١	١٤
٣٤	التواصل مع الجهات المختصة	٩٠	٨	٢	٢٨٨	٧
٣٥	التأكد من صحة معلومات متدواله	٩٢	٧	١	٢٩١	٤
٣٦	استفتاء المعلومات صحيحة	٨٨	١١	١	٢٩١	٤
٣٧	صياغيتها من مصادرها	٨٥	١٢	٣	٢٨٢	١٣
٣٨	عدم سماع ما يقوله الكاذبون، والمنافقون، والمغتابون، وأصحاب القلوب المريضة.	٨٩	٩	٢	٢٨٧	٨
٣٩	لا بد من التنبيه قبل إرسال أي خبر عن أي شخص أن الأمر قد يحصل معك، ويجب الحذر وتحري الصدق قبل نقل الشائعة أو الحدث	٩٠	١٠	-	٢٩٠	٥
٤٠	ضرورة وجود رادع نفسي يمنعك من تناقل الشائعة مرة أخرى	٨٥	١٥	-	٢٨٥	١٠
٤١	ضرورة التثبت والتأكد من الشائعة قبل السماح لها بالتأثير في النفس.	٩٠	١٠	-	٢٩٠	٥

يشير الجدول السابق الى:

العائد الاجتماعي للبرنامج القومي تصدوا معنا لمواجهة الشائعات وجاء عدم نشر الأخبار التي لم تتأكد منها بالكامل في المرتبة الأولى بوزن مرجح ٢٩٥ ويليه تجنب ترويج معلومات من مصادر غير موثوقة علي مواقع التواصل الاجتماعي بوزن مرجح ٢٩٣ وفي نفس المستوى من الأهمية خلق اتجاه إيجابي نحو التأكيد من مصادر الأخبار وتتوالى أولويات العائد

من البرنامج القومى تصدوا معنا لمواجهه الشائعات وفق وجهه نظر المستفيدين من البرنامج كما هو موضح بالجدول السابق.

فى حين أن أقل تكرار لا تحاول إحباط شائعه او معلومه غير صحيحه بترويج معلومات مضاده بوزن مرجح ٢٧١ ويسبقها تحليل المخرجات وصولا للخسارة والريح من منظور اجتماعى بوزن مرجح ٢٧٦ وهذا يؤكد أن قياس العائد الاجتماعى يتطلب توفر القدره على الفهم والتحليل وتقييم العائد .

جدول(٤) يوضح الصعوبات التى تواجه برنامج تصدوا معنا للشائعات من وجهة نظر عينة

الدراسة (ن = ١٠٠)

م	المتغير	اوافق	الى حد ما	لا اوافق	الوزن المرجح	ترتيب
١	نقص المعلومات	٧٣	١٧	١٠	٢٦٣	٥
٢	عدم الثقة فى القادة والزعماء	٥٢	٢٩	١٩	٢٣٣	١٠
٣	نقص الوعى بما تتسبب فيه انتشار الشائعات	٧٥	١٩	٦	٢٦٩	٣
٤	عدم الاحساس بالمسئولية	٧٠	١٨	١٢	٢٥٨	٦
٥	عدم وجود قدرة على التحكم فى السلوك	٦٨	٢١	١١	٢٥٧	٧
٦	ضعف النسيج الاجتماعى بالمجتمع	٦٦	٢٣	١١	٢٥٥	٨
٧	ضعف الانتماء	٦٣	٢٤	١٣	٢٥٠	٩
٨	انتشار المشكلات الاجتماعيه بالمجتمع	٧٣	٢١	٦	٢٦٧	٤
٩	ارتفاع الاسعار والضغوط الاقتصادية	٧٧	١٦	٧	٢٧٠	٢
١٠	ارتفاع معدلات البطاله	٧٩	١٣	٨	٢٧١	١
١١	افتقاد المثل والقنوه	٧٧	١٧	٦	٢٧١	١

يبين الجدول السابق أن:

وجود العديد من الصعوبات التى تواجه تطبيق البرنامج منها إفتقاد المثل والقنوه ويأتى بالمركز الاول بوزن مرجح ٢٧١ ومعه على نفس الدرجة من الأهمية إرتفاع معدلات البطاله ويليها إرتفاع الاسعار والضغوط الإقتصادية التى يصل وزنها المرجح الى ٢٧٠ يليه نقص الوعى مما يتسبب فى نشر الشائعات بوزن مرجح ٢٦٩ وهذا ما يتفق مع دراسه عبد العال ٢٠٢١م.

فى حين أن عدم الثقة فى القادة والزعماء يأتى فى المرتبه العاشره بوزن مرجح ٢٣٣ ويسبقها ضعف الانتماء بوزن مرجح ٢٥٠

جدول (٥) يوضح مقترحات لزيادة العائد الاجتماعي من وجهة نظريتنا الدراسة (ن=١٠٠)

م	المتغير	وافق	الى حد ما	لا أوافق	الوزن المرجح	ترتيب
١	مقرر يدرس عن الشائعات وكيفية التصدي لدي طلبه (المدارس والجامعات)	٩٠	٩	١	٢٨٩	٧
٢	ورش عمل للشباب عن كيفية التأكد من الاخبار	٨٧	١٣		٢٨٧	٩
٣	ورش عمل لآباء عن كيفية زرع حب التفكير الناقد لدي ابنائهم	٨٧	١٣		٢٨٧	٩
٤	دورات للصحفيين لكيفية نقل الاخبار والتأكد منها	٨٨	١٠	٢	٢٨٦	١٠
٥	ادراك الفرق بين الخبر الحقيقي والمزيف	٨٨	١٢		٢٨٨	٨
٦	عمل اعلانات متنوعه (تلفزيوني- اذاعي- صحافه- مجلات- شوارع رئيسيه)	٨٥	١٤	١	٢٨٤	١٢
٧	توزيع اعلان مجسم داخل المجتمع في الاماكن العامه وعللي المباني	٨٢	١٧	١	٢٨١	١٣
٨	الاهتمام برفع الوعي الثقافي والتعليمي	٩٠	١٠		٢٩٠	٦
٩	ايجاد بدائل للحد من البطاله	٨٧	١٢	١	٢٨٦	١٠
١٠	تحسين الشفافيه والمسائله	٩٠	١٠		٢٩٠	٦
١١	السرعه في الرد على الشائعه؛ لأن عدم السرعه في نفيها يعني إثباتها وتأكيدھا.	٨٦	١٣	١	٢٨٥	١١
١٢	يجب تحليل الشائعه من حيث مصدرها ومدى قوتها وضعفها وخطورتها قبل نفيها	٩٣	٧		٢٩٤	٣
١٣	التماسك الاجتماعي والثقة المتبادله وحسن الظن والتفسير الحسن لسلوك الآخرين وتصرفاتهم حتى يثبت العكس بدليل قاطع.	٨٨	١٢		٢٨٨	٨
١٤	العلم بالإشاعة والتحليل السليم لها والفهم القائم على الأسس العلمية ومعرفة الدوافع النفسية.	٩٣	٧		٢٩٣	٤
١٥	إذا كانت الشائعه عن شيء بسيط فلا بد من تجاهلھا.	٦٥	٢١	١٤	٢٥١	١٤
١٦	تدريب الشباب على مهارات التواصل	٩٢	٨		٢٩٢	٥
١٧	تأكيد الثقه في البيانات الرسميه	٩٣	٧		٢٨٥	١١
١٨	عرض الحقائق علي اوسع مددي باستثمار الصحافه واذاعه و تلفزيونيون	٩٧	٣		٢٩٧	١
١٩	بث الثقه في القاده وز عماء امر جوهرى في مقاومه الشائعات	٩٠	١٠		٢٩٠	٦
٢٠	محاربه المثلل و الخمول لا تهم ميدان خصب للشائعات وترويجها	٨٤	١٣	٣	٢٨١	١٣
٢١	محاربه مروجي الشائعات الهجوميه المسموعه التي تتضرر الوطن	٨٧	١٠	٣	٢٩٤	٣
٢٢	دور جمعيات في حمايه المستهلك في تقديم معلومات صحيحه	٩٤	٦		٢٩٤	٣

م	المتغير	وافق	الى حد ما	لا أوافق	الوزن المرجح	ترتيب
٢٣	ضروره وجود اجهزه لرصد الراي العام	٨٧	١٢	١	٢٨٦	١٠
٢٤	مصدقيه جهات التنفيذيه	٩١	٧	٢	٢٩٢	٥
٢٥	وضوح رؤيه اي قرار تتخذه الدوله	٨٩	٩	٢	٢٨٧	٩
٢٦	استضافه المتخصصين لنقل معلومات صحيحه واسلوب سهل ومبسط للمواطنين	٨٧	١٣		٢٨٧	٩
٢٧	التدريب على رصد الشائعات	٨٩	١٠		٢٨٧	٩
٢٨	التواصل مع الجبهه المختصة لمكافحة الشائعات	٨٩	٩	٢	٢٨٧	٩
٢٩	التأكد من صحة المعلومات المتداوله	٩٦	٤		٢٩٦	٢

يوضح الجدول السابق أن:

أهم المقترحات لزيادة العائد الإجتماعى عرض الحقائق علي أوسع مدي باستثمار الصحافه والإذاعه والتلفزيون بوزن مرجح ٢٩٧ ويلى ذلك فى المرتبه الثانيه التأكد من صحة المعلومات المتداوله بوزن مرجح ٢٩٦ ويليه دور جمعيات حمايه المستهلك في تقديم معلومات صحيحه بوزن مرجح ٢٩٤ وفى نفس المرتبه محاربه مروجي الشائعات الهجوميه المسموعه التي تضر الوطن و يجب تحليل الشائعه من حيث مصدرها ومدى قوتها وضعفها وخطورتها قبل نفيها وتوالت المقترحات التي تزيد من العائد الاجتماعى لبرنامج تصدوا معنا لمواجهة الشائعات.

جدول رقم (٦) يوضح العلاقات بين أبعاد الدراسه

		A	B	C	D
Pearson Correlation	A	١	**٦٣٥.	-١٥٢.-	**٣٧٢.
Sig. (2-tailed)			.	٠,١٣١	.
N		١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠
Pearson Correlation	B	**٦٣٥.	١	٠,١٠٧	**٥٩١.
Sig. (2-tailed)		.	.	٠,٢٨٩	.
N		١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠
Pearson Correlation	C	-١٥٢.-	٠,١٠٧	١	**٥٠٨.
Sig. (2-tailed)		٠,١٣١	٠,٢٨٩	.	.
N		١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠
Pearson Correlation	D	**٣٧٢.	**٥٩١.	**٥٠٨.	١
Sig. (2-tailed)	
N		١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

يتضح من الجدول السابق: ان هناك علاقه قويه بين مخاطر الشائعات والعائد من البرنامج كما توجد علاقه متوسطه بين مخاطر الشائعات والصعوبات التي تواجه البرنامج عند مستوى

معنويه ٠,٠١ كما أن المقترحات تزيد من عائد البرنامج وكذلك تحد من الصعوبات التي تواجه تنفيذ البرنامج.

جدول رقم (٧) يوضح الفرق بين أبعاد الدراسة من حيث النوع

		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
A	Between Groups	١٤٥٢,٣٨٥	١	١٤٥٢,٣٨٥	١٧,٣٣٨	٠
	Within Groups	٨٢٠٩,٢٥٥	٩٨	٨٣,٧٦٨		
	Total	٩٦٦١,٦٤	٩٩			
B	Between Groups	٧٣١,٢٥	١	٧٣١,٢٥	٤,١٧٦	٠,٠٤٤
	Within Groups	١٧١٦٠,٧٥	٩٨	١٧٥,١١		
	Total	١٧٨٩٢	٩٩			
C	Between Groups	٥٤,٠٥٣	١	٥٤,٠٥٣	١٥,٢٦١	٠
	Within Groups	٣٤٧,١٠٧	٩٨	٣,٥٤٢		
	Total	٤٠١,١٦	٩٩			
D	Between Groups	١٧,٣٩١	١	١٧,٣٩١	١,٢١٦	٠,٢٧٣
	Within Groups	١٤٠١,٣٥٩	٩٨	١٤,٣		
	Total	١٤١٨,٧٥	٩٩			

يتضح من نتائج الجدول السابق أنه:

- توجد فروق ذات دلالة احصائية بين المجموعات من حيث النوع عند مستوى دلالة ٠,٠١ مع خطوره الشائعات
- كما توجد فروق ذات دلالة احصائية بين المجموعات من حيث النوع عند مستوى دلالة ٠,٠١ مع العائد الاجتماعي للبرنامج القومي تصدوا معنا لمواجهة الشائعات
- كما توجد فروق ذات دلالة احصائية بين المجموعات من حيث النوع عند مستوى دلالة ٠,٠١ مع الصعوبات التي تواجه البرنامج.

جدول رقم (٨) يوضح الفرق بين أبعاد الدراسة من حيث العمر

ANOVA						
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
A	Between Groups	1821.741	3	607.247	7.436	.000
	Within Groups	7839.899	96	81.666		
	Total	9661.640	99			
B	Between Groups	751.076	3	250.359	1.402	.247
	Within Groups	17140.924	96	178.551		
	Total	17892.000	99			
C	Between Groups	147.370	3	49.123	18.582	.000
	Within Groups	253.790	96	2.644		
	Total	401.160	99			
D	Between Groups	66.751	3	22.250	1.580	.199
	Within Groups	1351.999	96	14.083		
	Total	1418.750	99			

يتضح من نتائج الجدول السابق أن:

- توجد فروق ذات دلالة احصائية بين المجموعات من حيث العمر عند مستوى دلالة ٠,٠١ مع خطوره الشائعات.
- كما توجد فروق ذات دلالة احصائية بين المجموعات من حيث العمر عند مستوى دلالة ٠,٠١ مع الصعوبات التي تواجه البرنامج.

جدول (٩) يوضح الفروق بين أبعاد الدراسة من حيث الحالة

ANOVA						
		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
A	Between Groups	٤٩٧,٦٥٣	٣	١٦٥,٨٨٤	١,٧٣٨	٠,١٦٤
	Within Groups	٩١٦٣,٩٨٧	٩٦	٩٥,٤٥٨		
	Total	٩٦٦١,٦٤	٩٩			
B	Between Groups	١٢٥٢,٠٠٣	٣	٤١٧,٣٣٤	٢,٤٠٨	٠,٠٧٢
	Within Groups	١٦٦٣٩,٩٩٧	٩٦	١٧٣,٣٣٣		
	Total	١٧٨٩٢	٩٩			

C	Between Groups	١٠١,٤٩٩	٣	٣٣,٨٣٣	١٠,٨٣٩	٠
	Within Groups	٢٩٩,٦٦١	٩٦	٣,١٢١		
	Total	٤٠١,١٦٦	٩٩			
D	Between Groups	١٤٥,٨٨٧	٣	٤٨,٦٢٩	٣,٦٦٨	٠,٠١٥
	Within Groups	١٢٧٢,٨٦٣	٩٦	١٣,٢٥٩		
	Total	١٤١٨,٧٥٠	٩٩			

يتضح من نتائج الجدول السابق أن:

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المجموعات من حيث حالته بين أبعاد الدراسة

جدول (١٠) يوضح الفرق بين أبعاد الدراسة من حيث المؤهل

Multiple Comparisons							
Dependent Variable	(I) المؤهل	(J) المؤهل	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
A	طالب جامعي	أخصائي اجتماعي	٠,٨	٢,٢٩٥٥٣	٠,٧٢٨	-٣,٧٥٦٦-	٥,٣٥٦٦
		استاذ جامعي	٥	٤,١٥٥٥٥	٠,٢٣٢	-٣,٢٤٨٧-	١٣,٢٤٨٧
		خريج	*١٣,٧٥٠٠٠	٢,٨١٧٠٨	٠	٨,١٥٨١	١٩,٣٤١٩
	أخصائي اجتماعي	طالب جامعي	-٨,٠٠٠٠٠	٢,٢٩٥٥٣	٠,٧٢٨	-٥,٣٥٦٦-	٣,٧٥٦٦
		استاذ جامعي	٤,٢	٤,٤٧١٩٨	٠,٣٥	-٤,٦٧٦٨-	١٣,٠٧٦٨
		خريج	*١٢,٩٥٠٠٠	٣,٢٦٥٨٧	٠	٦,٤٦٧٣	١٩,٤٣٢٧
	استاذ جامعي	طالب جامعي	-٥,٠٠٠٠٠	٤,١٥٥٥٥	٠,٢٣٢	-١٣,٢٤٨٧-	٣,٢٤٨٧
		أخصائي اجتماعي	-٤,٢٠٠٠٠	٤,٤٧١٩٨	٠,٣٥	-١٣,٠٧٦٨-	٤,٦٧٦٨
		خريج	٨,٧٥	٤,٧٦٠٧٨	٠,٠٦٩	-٧,٠٠١-	١٨,٢٠٠١
	خريج	طالب جامعي	*-١٣,٧٥٠٠٠	٢,٨١٧٠٨	٠	-١٩,٣٤١٩-	-٨,١٥٨١-
		أخصائي اجتماعي	*-١٢,٩٥٠٠٠	٣,٢٦٥٨٧	٠	-١٩,٤٣٢٧-	-٦,٤٦٧٣-
		استاذ جامعي	-٨,٧٥٠٠٠	٤,٧٦٠٧٨	٠,٠٦٩	-١٨,٢٠٠١-	٠,٧٠٠١
B	طالب جامعي	أخصائي اجتماعي	*-٨,٤١٢٧٠-	٣,٣٦٤٢٢	٠,٠١٤	-١٥,٠٩٠٦-	-١,٧٣٤٨-
		استاذ جامعي	-٨,٤١٢٧٠-	٦,٠٩٠١٨	٠,١٧	-٢٠,٥٠١٦-	٣,٦٧٦٢
		خريج	-٥,٩١٢٧٠-	٤,١٢٨٥٨	٠,١٥٥	-١٤,١٠٧٩-	٢,٢٨٢٥
	أخصائي اجتماعي	طالب جامعي	*٨,٤١٢٧٠	٣,٣٦٤٢٢	٠,٠١٤	١,٧٣٤٨	١٥,٠٩٠٦
		استاذ جامعي	٠	٦,٥٥٣٩٢	١	-١٣,٠٠٩٤-	١٣,٠٠٩٤
		خريج	٢,٥	٤,٧٨٦٣	٠,٦٠٣	-٧,٠٠٠٧-	١٢,٠٠٠٧
	استاذ جامعي	طالب جامعي	٨,٤١٢٧	٦,٠٩٠١٨	٠,١٧	-٣,٦٧٦٢-	٢٠,٥٠١٦
		أخصائي اجتماعي	٠	٦,٥٥٣٩٢	١	-١٣,٠٠٩٤-	١٣,٠٠٩٤

C	خريج	خريج	٢,٥	٦,٩٧٧١٨	٠,٧٢١	-١١,٣٤٩٦-	١٦,٣٤٩٦
		طالب جامعي	٥,٩١٢٧	٤,١٢٨٥٨	٠,١٥٥	-٢,٢٨٢٥-	١٤,١٠٧٩
		أخصائي اجتماعي	-٢,٥٠٠٠٠-	٤,٧٨٦٣	٠,٦٠٣	-١٢,٠٠٠٧-	٧,٠٠٠٧
		استاذ جامعي	-٢,٥٠٠٠٠-	٦,٩٧٧١٨	٠,٧٢١	-١٦,٣٤٩٦-	١١,٣٤٩٦
	طالب جامعي	أخصائي اجتماعي	*-١,٦٩٥٢٤-	٠,٤٠٩٩٣	٠	-٢,٥٠٨٩-	-٨٨١٥-
		استاذ جامعي	*-٤,٠٩٥٢٤-	٠,٧٤٢٠٩	٠	-٥,٥٦٨٣-	-٢,٦٢٢٢-
	أخصائي اجتماعي	خريج	*-٢,٧٦١٩٠-	٠,٥٠٣٠٧	٠	-٣,٧٦٠٥-	-١,٧٦٣٣-
		طالب جامعي	*١,٦٩٥٢٤	٠,٤٠٩٩٣	٠	٠,٨٨١٥	٢,٥٠٨٩
	استاذ جامعي	أخصائي اجتماعي	*-٢,٤٠٠٠٠-	٠,٧٩٨٥٩	٠,٠٠٣	-٣,٩٨٥٢-	-٨١٤٨-
		خريج	-١,٠٦٦٦٧-	٠,٥٨٣٢١	٠,٠٧١	-٢,٢٢٤٣-	٠,٠٩١
	خريج	طالب جامعي	*٤,٠٩٥٢٤	٠,٧٤٢٠٩	٠	٢,٦٢٢٢	٥,٥٦٨٣
		أخصائي اجتماعي	*٢,٤٠٠٠٠	٠,٧٩٨٥٩	٠,٠٠٣	٠,٨١٤٨	٣,٩٨٥٢
خريج	خريج	١,٣٣٣٣٣	٠,٨٥٠١٧	٠,١٢	-٣٥٤٢-	٣,٠٢٠٩	
	طالب جامعي	*٢,٧٦١٩٠	٠,٥٠٣٠٧	٠	١,٧٦٣٣	٣,٧٦٠٥	
خريج	أخصائي اجتماعي	١,٠٦٦٦٧	٠,٥٨٣٢١	٠,٠٧١	-٠٩١٠-	٢,٢٢٤٣	
	استاذ جامعي	-١,٣٣٣٣٣-	٠,٨٥٠١٧	٠,١٢	-٣,٠٢٠٩-	٠,٣٥٤٢	
D	طالب جامعي	أخصائي اجتماعي	*-٢,٣٠٩٥٢-	٠,٩٢٩٠٦	٠,٠١٥	-٤,١٥٣٧-	-٤٦٥٤-
		استاذ جامعي	-٣,٢٠٩٥٢-	١,٦٨١٨٦	٠,٠٥٩	-٦,٥٤٨٠-	٠,١٢٨٩
		خريج	*-٢,٨٠٩٥٢-	١,١٤٠١٤	٠,٠١٦	-٥,٠٧٢٧-	-٥٤٦٤-
	أخصائي اجتماعي	طالب جامعي	*٢,٣٠٩٥٢	٠,٩٢٩٠٦	٠,٠١٥	٠,٤٦٥٤	٤,١٥٣٧
		استاذ جامعي	-٩٠٠٠٠-	١,٨٠٩٩٢	٠,٦٢	-٤,٤٩٢٧-	٢,٦٢٢٧
		خريج	-٥٠٠٠٠-	١,٣٢١٧٨	٠,٧٠٦	-٣,١٢٣٧-	٢,١٢٣٧
	استاذ جامعي	طالب جامعي	٣,٢٠٩٥٢	١,٦٨١٨٦	٠,٠٥٩	-١٢٨٩-	٦,٥٤٨
		أخصائي اجتماعي	٠,٩	١,٨٠٩٩٢	٠,٦٢	-٢,٦٩٢٧-	٤,٤٩٢٧
		خريج	٠,٤	١,٩٢٦٨١	٠,٨٣٦	-٣,٤٢٤٧-	٤,٢٢٤٧
	خريج	طالب جامعي	*٢,٨٠٩٥٢	١,١٤٠١٤	٠,٠١٦	٠,٥٤٦٤	٥,٠٧٢٧
		أخصائي اجتماعي	٠,٥	١,٣٢١٧٨	٠,٧٠٦	-٢,١٢٣٧-	٣,١٢٣٧
		استاذ جامعي	-٤٠٠٠٠-	١,٩٢٦٨١	٠,٨٣٦	-٤,٢٢٤٧-	٣,٤٢٤٧

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

جدول (١١) يوضح الفرق بين أبعاد الدراسة من حيث العمل

Multiple Comparisons							
Dependent Variable	العمل (I)	العمل (J)	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
A	خدمة اجتماعية	اعلام	٤,٤٣٢٤٣	٢,٧٠٠١٣	٠,١٠٤	-٩٢٧٣-	٩,٧٩٢١
		ادارة اعمال	*١٤,٢٦٥٧٧	٢,٤٩٤٠٤	٠	٩,٣١٥١	١٩,٢١٦٤

B	شباب وررياضه	شباب وررياضه	*٢٠,٩٣٢٤٣	٤,١١٣٩٧	٠	١٢,٧٦٦٣	٢٩,٠٩٨٦	
		اعلام	خدمة اجتماعيه	-٤,٤٣٢٤٣-	٢,٧٠٠١٣	٠,١٠٤	-٩,٧٩٢١-	٠,٩٢٧٣
			إدارة الأعمال	*٩,٨٣٣٣٣	٣,٤٣١٤٧	٠,٠٠٥	٣,٠٢١٩	١٦,٦٤٤٨
			شباب وررياضه	*١٦,٥٠٠٠٠	٤,٧٤١٢٦	٠,٠٠١	٧,٠٨٨٧	٢٥,٩١١٣
	ادارة اعمال	خدمة اجتماعيه	*-١٤,٢٦٥٧٧-	٢,٤٩٤٠٤	٠	-١٩,٢١٦٤-	-٩,٣١٥١-	
		اعلام	*-٩,٨٣٣٣٣-	٣,٤٣١٤٧	٠,٠٠٥	-١٦,٦٤٤٨-	-٣,٠٢١٩-	
		شباب وررياضه	٦,٦٦٦٦٧	٤,٦٢٧	٠,١٥٣	-٢,٥١٧٩-	١٥,٨٥١٢	
	شباب وررياضه	خدمة اجتماعيه	*-٢٠,٩٣٢٤٣-	٤,١١٣٩٧	٠	-٢٩,٠٩٨٦-	-١٢,٧٦٦٣-	
		اعلام	*-١٦,٥٠٠٠٠-	٤,٧٤١٢٦	٠,٠٠١	-٢٥,٩١١٣-	-٧,٠٨٨٧-	
		إدارة الأعمال	-٦,٦٦٦٦٧-	٤,٦٢٧	٠,١٥٣	-١٥,٨٥١٢-	٢,٥١٧٩	
	C	خدمة اجتماعيه	اعلام	١,٤٩٤٥٩	١,٦٠٥٥٢	٠,٣٥٤	-١,٦٩٢٣-	٤,٦٨١٥
			إدارة الأعمال	*٢٤,٣٤٤٥٩	١,٤٨٢٩٨	٠	٢١,٤٠٠٩	٢٧,٢٨٨٣
شباب وررياضه			*٥٣,٠٩٤٥٩	٢,٤٤٦٢١	٠	٤٨,٢٣٨٩	٥٧,٩٥٠٣	
اعلام		خدمة اجتماعيه	-١,٤٩٤٥٩-	١,٦٠٥٥٢	٠,٣٥٤	-٤,٦٨١٥-	١,٦٩٢٣	
		إدارة الأعمال	*٢٢,٨٥٠٠٠	٢,٠٤٠٣٩	٠	١٨,٧٩٩٩	٢٦,٩٠٠١	
		شباب وررياضه	*٥١,٦٠٠٠٠	٢,٨١٩٢	٠	٤٦,٠٠٣٩	٥٧,١٩٦١	
إدارة الأعمال		خدمة اجتماعيه	*-٢٤,٣٤٤٥٩-	١,٤٨٢٩٨	٠	-٢٧,٢٨٨٣-	-٢١,٤٠٠٩-	
		اعلام	*-٢٢,٨٥٠٠٠-	٢,٠٤٠٣٩	٠	-٢٦,٩٠٠١-	-١٨,٧٩٩٩-	
		شباب وررياضه	*٢٨,٧٥٠٠٠	٢,٧٥١٢٥	٠	٢٣,٢٨٨٨	٣٤,٢١١٢	
شباب وررياضه		خدمة اجتماعيه	*-٥٣,٠٩٤٥٩-	٢,٤٤٦٢١	٠	-٥٧,٩٥٠٣-	-٤٨,٢٣٨٩-	
		اعلام	*-٥١,٦٠٠٠٠-	٢,٨١٩٢	٠	-٥٧,١٩٦١-	-٤٦,٠٠٣٩-	
		إدارة الأعمال	*-٢٨,٧٥٠٠٠-	٢,٧٥١٢٥	٠	-٣٤,٢١١٢-	-٢٣,٢٨٨٨-	
خدمة اجتماعيه	خدمة اجتماعيه	اعلام	٠,٧٤٥٩٥	٠,٦٨١١٥	٠,٢٧٦	-٦٠,٦١٠-	٢,٠٩٨	
		إدارة الأعمال	٠,٤٤٥٩٥	٠,٦٢٩١٦	٠,٤٨	-٨٠,٢٩٠-	١,٦٩٤٨	
	شباب وررياضه	شباب وررياضه	٠,٩٤٥٩٥	١,٠٣٧٨٢	٠,٣٦٤	-١,١١٤١-	٣,٠٠٦	
		خدمة اجتماعيه	-٧٤٥٩٥٠-	٠,٦٨١١٥	٠,٢٧٦	-٢,٠٩٨٠-	٠,٦٠٦١	

D	إدارة الأعمال	إدارة الأعمال	-٣٠٠٠٠٠-	٠,٨٦٥٦٥	٠,٧٣	-٢,٠١٨٣-	١,٤١٨٣	
		شباب ورياضه	٠,٢	١,١٩٦٠٦	٠,٨٦٨	-٢,١٧٤٢-	٢,٥٧٤٢	
	إدارة الأعمال	خدمة اجتماعيه	-٤٤٥٩٥٠-	٠,٦٢٩١٦	٠,٤٨	-١,٦٩٤٨-	٠,٨٠٢٩	
		اعلام	٠,٣	٠,٨٦٥٦٥	٠,٧٣	-١,٤١٨٣-	٢,٠١٨٣	
		شباب ورياضه	٠,٥	١,١٦٧٢٤	٠,٦٦٩	-١,٨١٦٩-	٢,٨١٦٩	
	شباب ورياضه	خدمة اجتماعيه	-٩٤٥٩٥٠-	١,٠٣٧٨٢	٠,٣٦٤	-٣,٠٠٦٠-	١,١١٤١	
		اعلام	-٢٠٠٠٠٠-	١,١٩٦٠٦	٠,٨٦٨	-٢,٥٧٤٢-	٢,١٧٤٢	
		إدارة الأعمال	-٥٠٠٠٠٠-	١,١٦٧٢٤	٠,٦٦٩	-٢,٨١٦٩-	١,٨١٦٩	
	D	خدمة اجتماعيه	اعلام	٠,٥٧٨٣٨	١,٠٥٩٢٦	٠,٥٨٦	-١,٥٢٤٢-	٢,٦٨١
			إدارة الأعمال	*١,٩٦١٧١	٠,٩٧٨٤١	٠,٠٤٨	٠,٠١٩٦	٣,٩٠٣٨
			شباب ورياضه	*١٠,٨٧٨٣٨	١,٦١٣٩٢	٠	٧,٦٧٤٨	١٤,٠٨٢
		اعلام	خدمة اجتماعيه	-٥٧٨٣٨٠-	١,٠٥٩٢٦	٠,٥٨٦	-٢,٦٨١٠-	١,٥٢٤٢
إدارة الأعمال			١,٣٨٣٣٣	١,٣٤٦١٧	٠,٣٠٧	-١,٢٨٨٨-	٤,٠٥٥٥	
شباب ورياضه			*١٠,٣٠٠٠٠	١,٨٦	٠	٦,٦٠٧٩	١٣,٩٩٢١	
إدارة الأعمال		خدمة اجتماعيه	*-١,٩٦١٧١-	٠,٩٧٨٤١	٠,٠٤٨	-٣,٩٠٣٨-	-٠,١٩٦٠-	
		اعلام	-١,٣٨٣٣٣-	١,٣٤٦١٧	٠,٣٠٧	-٤,٠٥٥٥-	١,٢٨٨٨	
		شباب ورياضه	*٨,٩١٦٦٧	١,٨١٥١٨	٠	٥,٣١٣٦	١٢,٥١٩٨	
شباب ورياضه		خدمة اجتماعيه	*-١٠,٨٧٨٣٨-	١,٦١٣٩٢	٠	-١٤,٠٨٢٠-	-٧,٦٧٤٨-	
		اعلام	*-١٠,٣٠٠٠٠-	١,٨٦	٠	-١٣,٩٩٢١-	-٦,٦٠٧٩-	
		إدارة الأعمال	*-٨,٩١٦٦٧-	١,٨١٥١٨	٠	-١٢,٥١٩٨-	-٥,٣١٣٦-	

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

أهم النتائج:

التصور المقترح لتفعيل العائد الإجتماعى من البرنامج القومى تصدوا معنا لمواجهة الشائعات، فى ضوء نتائج الدراسه الميدانيه التى اجرتها الباحثة والإطار النظرى للدراسه إلى جانب الرجوع للدراسات السابقة ونتائجها اعتمد على ثلاث محاور رئيسية:

المحور الأول: مخاطر الشائعات على الأمن القومي وانعكاساته على المجتمع إقتصاديا وإجتماعيا وأمنيا وسياسيا وأظهرت الدراسة تأثير المواطن والمؤسسات والدولة ككل من خلال نموذج تنشيط المعايير فهو نموذج يؤكد على وجود ثلاثة عوامل سابقة للتنبؤ بالسلوك الإجماعي وتمثل هذه المعايير في (الوعي بالعواقب السلبية- المسئولية المحددة- المعايير الشخصية).

وهذا ما يفسر النتائج التي تبدأ خطوره بإثارة الفتنة بين الناس والتفرقة بينهم مروراً بالفوضى والارتباك وبلبله الرأي العام و الذعر والخوف في المجتمع.

المحور الثاني: العائد الاجتماعي لبرنامج تصدوا معنا لمواجهة الشائعات يتطلب مواجهه بالحد من المخاطر الناتجة عن الشائعات والتخفيف من حدتها وصولاً لمنع انتشارها وهذا ما أبرزته نتائج الدراسة ابتداءً من عدم نشر الأخبار التي لم تتأكد منها بالكامل و خلق اتجاه ايجابي نحو التاكيد من مصادر الاخبار عن طريق تحقيق منافع العائد الاجتماعي من خلال:

- **الفهم:** يساعد على فهم برنامج تصدوا معنا لمواجهة الشائعات و المقارنه المنطقية بين التكاليف والمنافع التي تعود من رفع وعى المواطن.
- **اسلوب التفكير:** بالتدريب على تحليل المخاطر التي تسببها الشائعات على المواطن والوطن.
- **تقييم البرنامج :** تعتمد منهجيه القياس على تحليل المخرجات والنتائج وصولاً للأثر، وتقرير فيما اذا كان البرنامج خاسراً أم رابحاً من المنظور الاجتماعي.
- **الشفافية:** يتم تقييم البرنامج وإظهار نتائجه السلبية والايجابية، تحقيقاً للمصداقية و الشفافية.
- **المقارنه:** يعتبر قياس العائد الاجتماعي نسبه مائليه سهله القراءة والفهم،توضح المكسب والخساره.



- خطوات حساب العائد الاجتماعى فى ضوء الوعى بالعواقب السلبية - المسئولية المحددة - المعايير الشخصية حيث يستهدف حشد جهود الشباب والمجتمع للحفاظ على الدولة المصرية، والاصطفاة حول السياسات والمواقف التى تتخذها داخليا وخارجيا.

ياتباع منهجيه العائد الإجماعى فى الحد من مخاطر الشائعات على الامن القومى من خلال: تنوع البيانات

- قياس الجوانب الايجابية والسلبية - المباشره وغير المباشره - ضروره مشاركته كل أطراف المجتمع لحد من مخاطر الشائعات و الوضع فى الحسبان العوامل الداخليه والخارجيه بوضع ضوابط لمواقع التواصل

المحور الثالث:الصعوبات التى تواجه برنامج تصدوا معنا لمواجهة الشائعات:بالإضافة للصعوبات التى عرضتها نتائج الدراسه من إنقناد القدوه وأرتفاع معدلات البطاله وغيرها مما يثمن مخاطر الشائعات وصولا لعدم الثقه فى القادة والزعماء لذا فنحن فى أمس الحاجة للتنسيق والتشبيك بين كل الأطراف المجتمعيه لدعم الدوله سواء فى مرحله الدراسه أوالتخطيط أو فى مراحل التنفيذ والنقويم،وتعميق سياسات بناء الإنسان المصرى عبر مجموعه أنشطة يجرى تنفيذها فى الجامعات والمدارس والنوادي وكل المؤسسات الشبابيه .

التوصيات:

١. مقرر دراسى فى كافه المراحل التعليمية يوضح خطوره الشائعات على الامن القومى.

٢. دورات تدريبية فى كل المراحل التعليميه سواء تعليم جامعى أو قبل الجامعى على الذكاء الاصطناعى وكيفية تزييف الحقائق.
 ٣. برامج لزيارات ميدانيه لكل المراحل العمريه للمشروعات القوميه والانجازات لتأكيد مصداقيه وشفافيه ما تقوم به القيادة السياسية من أجل دفع عجله التنمية.
 ٣. تدريس منهج يسمى مصر الماضى والحاضر بخلاف مقررات التاريخ وهدفة غرس وتأكيد فكر الانتماء والمواطنة فى كل المراحل العمريه.
 ٤. الرقابه على وسائل الإعلام المختلفة والإهتمام بأعلام الطفل "برامج الأطفال بكل صورها (جذب الشباب لبرامج وأنشطه ترتقى بمستوى الوعى بقضايا العصر.
- المراجع:**

- ١- ابراهيم،صفاء عباس عبد العزيز (٢٠١٩) الاشاعه واثرها على الفرد والمجتمع،وحدده النشر العلمى كلية البنات للأداب والعلوم والتربية، ج٢، ع٢٠٤، spu@fw4ASE
- ٢- أحمد،عباس بله محمد.(٢٠١١م).الشائعات:نظرة تأصيليه تربويه،مجلة المنير، ع٢٠٤، ١٥-٤١مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/609212>
- ٣- التجى، معن (٢٠١٧م): العائد الاجتماعى"المفهوم والاستخدام"،سبر للاستشارات www.sabr-sp.com
- ٤- الحذيفى،حفصة هزاع والجمال،رياب رأفت محمد (٢٠١٩م) اتجاهات الراى العام نحو دور مواقع التواصل الاجتماعى فى نشر الشائعات،المجله العربيه للعلوم ونشرالابحاث، مج ٥، ع٢٧، ٢٠١-٥١مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1037026>
- ٥- الرواس،محمد أنور والحاييس،عبد الوهاب جودة. (٢٠١٦) وسائل التواصل الاجتماعى وعلاقتها بإنتشار الشائعات فى المجتمع العمانى:دراسه إستطلاعية للأنماط وعوامل الإنتشار،حوليات أداب عين شمس، مج ٤٤، (يناير- مارس)، ص ص٣٨٣-٤٢٥

٦- الشريف، رانيا عبد الله (٢٠١٥) دور وسائل التواصل الاجتماعي في انتشار الشائعات،
مجلة العلاقات العامة والإعلان، ٨٨٤، ٣-٩٩ مسترجع من

740832/Record/com.mandomah.search//;http

٧- المهيدب، عبد الرحمن بن مهيدب عبد الرحمن. (٢٠١٧) تجريم نشر الشائعات في الشريعة
الاسلامية والأنظمة السعودية المعاصرة ١٤٣٨هـ-٢٠١٦م. المجلة العربية للفقهاء والقضاء، ع
١٣، ٥٠-٦٤. مسترجع من

<http://search.mandumah.com/Record/1317925>

٨- النجار، خالد بن سعد. (٢٠١٤) الشائعات: إرباك للمجتمعات، الوعي الإسلامي، س ٥٢، ع
٨٢، ٥٩٣-٨٣. مسترجع من

672676/Record/com.mandumah.Search//;http

٩- حداد، رامى باسم يوسف، ومراد، كامل خورشيد (٢٠٢٠م) دور الاردني في مواجهه الشائعات
من وجهه نظر القائمين على الاتصال في الاردن (رسالة ماجستير غير منشورة) جامعه الشرق
الاطوسط، عمان، مسترجع <http://1130634/Rcord/Com.mandumah/Search;http>

١٠- خليفة، محمود. (٢٠١٩م) الشائعات نماذج من تاريخنا الحديث، الوعي الاسلامي، وزاره
الاقواف والشئون الاسلامية، س ٥٧، ع ٦٥٥، مسترجع من

1298944/Record/com.mandumah/search//;http

١١- سلمان، أحمد حسن وياسين، صباح (٢٠١٧م). شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في
نشر الشائعات من وجهه نظر أعضاء هيئه التدريس في جامعه ديالى (رساله ماجستير غير
منشوره). جامعه الشرق الأوسط، عمان، مسترجع

857309/Record/com.mandumah.search//;http

١٢- عابدين، سامى أحمد (٢٠٠٤م) الشائعات بين التحليل والمواجهه، الفكر الشرطي، مج
١٣، ع ١٤، ص ٥٤. مسترجع من <http://Search.mandumah.com/Record/602814>

- ١٣- عبد الرحمن، احمد عاطف. (٢٠١٨م)، الشائعات ودمار الامه،مجلة المال والتجارة، ع ٥٩٣،٢-٣مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/929401>
- ١٤- عبد العال، أسامه حسين محي الدين.(٢٠٢١م) تجريم الشائعات عبر وسائل التواصل الاجتماعي فى التشريع الجنائى المصرى:دراسه تحليليه مجلة العلوم القانونية والاقتصادية،مج ٦٣، ع ١٠١، ١٢١-١٢٠مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1294257>
- ١٥- غنام، أحمد (٢٠١٢م) الشائعات: مفهومها وطرق إنتشارها ومقاومتها المعرفة س ٥٠، ع ٥٨٠، مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/497560>
- ١٦- فيريتي تيميز: دليل العائد على الإستثمار الإجماعى، The SROI Network .Accounting for Value
- ١٧- كحيل، عبد الوهاب.(١٩٨٦)، الحرب النفسية ضد الاسلام، القاهرة، مكتبة القدس.
- ١٨- مبروك، احمد عبد التواب أحمد (٢٠١٨)، المواجهه الجنائيه لجرائم نشر الشائعات التى تضر بالأمن القومى ورقعة عمل، كليه الحقوق، جامعته طنطا <http://law.tanta.edu.eg.facuty-conference.files>
- ١٩- محمد،محمد عبد الرؤف، (٢٠١٩م) دور الاعلام فى مكافحة الشائعات،المؤتمر العلمى السادس، القانون والشائعات، كليه الحقوق، جامعته طنطا، فى الفتره من ٢٢-٢٣ابريل.
- ٢٠- مصطفى، ماجد على (٢٠١٨م):العائد الاجتماعى للاستثمار فى رأس المال البشرى (دراسه وصفية) حوليات آداب عين شمس مج ٤٦، ع يناير - مارس.
- ٢١- معيزر،ريم عبد الله (٢٠١٩م) اثرشبيكات التواصل الاجتماعى على الأمن الفكرى لدى طالبات المستوى الجامعى،كلية التربية، جامعته الأزهر،مسترجع من <http://repository.ekb./Handle/ekb/59444>

٢٢- منير، سارة (٢٠١٨). فن صناعه الشائعات، مجله الديمقراطية، ع٢٢، ٧٥-٧٩
مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1016995>

٢٣- مومنى، رزيقة، بوساحة، بشير. (٢٠١٧): الشائعات وسبل مكافحتها فى عالما المعاصر
من خلال منهج النبى صلى الله عليه وسلم فى التعامل معها - دراسه وصفيه (رساله
ماجستير غير منشورة)

24-Perloff, R.M., (2008).The Dynamics of Persuasion; Communication &Attitudes in the 21st Century (3nded.).New York; Taylor&Prances Group.

25-Ajzen, I (2015); Consumer Attitudes &Behavior ; the Theory of Planned Behavior Applied to Food Consumption Decisions, RI vista Di Economic Agrarian, No, 2.

26-Steg, L, & De Groot.J.(2010) Explaining Prosocial intention; testing causal relationship in the norm activation model. British Journal of Social Psychology Vol, 49no4.

27- Han, H, (2014), the norm activation model &theory- broadening; Individuals decision-making on environmentally -responsible convention attendance, Journal of Environmental Psychology, Vol, 40.