

مجلة

# بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط



دورية علمية محكمة تصدر عن الجمعية المصرية للعلاقات العامة - العدد التاسع - أكتوبر/ ديسمبر ٢٠١٥

- النوموفوبيا في عصر وسائل الإعلام الرقمية  
أ.د/ انشراح الشال (جامعة القاهرة) ... ص ٩
- معالجة الصحف المصرية لثورة ٣٠ يونيو - دراسة تحليلية لصحف: (الأهرام، الوفد، المصري اليوم)  
د/ خالد أحمد مسعد (جامعة سيناء) ... ص ٣٣
- استخدامات طلاب الجامعة لوسائل الإعلام الجديد (تويتر) والإشباع المتحققة في زيادة الوعي البيئي  
دراسة ميدانية على طلاب بعض الكليات بجامعة الحدود الشمالية - المملكة العربية السعودية  
د/ عبد الله عبد الله محمد الوزان (جامعة الحدود الشمالية) ... ص ٦٣
- أنماط استخدام الشباب الجامعي للمواقع الإخبارية ودوره في تعزيز الاتجاه نحو قبول الآخر- بحث ميداني  
د/ فرج خيرى درويش (جامعة سيناء) ... ص ١٠٣
- العلاقة بين ملكية وسائل الإعلام وصنع القرار السياسي في مصر  
د/ السيد عبد الرحمن علي (جامعة سيناء) ... ص ١٢٥
- توظيف التقنيات الحديثة في مجال العلاقات العامة دراسة وصفية  
آرام إبراهيم أبو عبادة (جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية) ... ص ١٨٩

(ISSN 2314-8721)

الشبكة القومية للمعلومات العلمية والتكنولوجية  
(ENSTINET)

جميع الحقوق محفوظة ٢٠١٥ @ EPRA

[www.epra.org.eg](http://www.epra.org.eg)



## هيئة التحكيم العلمية للبحوث

### أ.د/ علي السيد عجوة

أستاذ العلاقات العامة المتفرغ والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة

### Prof. Dr. Thomas A. Bauer

Professor of Mass Communication at the University of Vienna

### أ.د/ منى سعيد الحديدي

أستاذ الإذاعة والتلفزيون المتفرغ بكلية الإعلام - جامعة القاهرة

### أ.د/ ياس خضير البياتي

أستاذ الإعلام بجامعة بغداد ووكيل عميد كلية المعلومات والإعلام والعلوم الإنسانية  
جامعة عجمان للعلوم والتكنولوجيا

### أ.د/ انشراح الشال

أستاذ الإعلام المتفرغ بكلية الإعلام جامعة القاهرة (دكتوراه الدولة فى الآداب والعلوم الإنسانية من فرنسا )

### أ.د/ حسن عماد مكاي

أستاذ الإذاعة والتلفزيون - العميد السابق لكلية الإعلام - جامعة القاهرة

### أ.د/ نسمة يونس

أستاذ الإذاعة والتلفزيون - كلية الإعلام جامعة القاهرة

### أ.د/ محمد معوض إبراهيم

أستاذ الإعلام المتفرغ بجامعة عين شمس والعميد الأسبق لكلية الإعلام بجامعة سيناء

### أ.د/ سامي السيد عبد العزيز

أستاذ العلاقات العامة والاتصالات التسويقية - العميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة

### أ.د/ عبد الرحمن بن حمود العناد

أستاذ العلاقات العامة والإعلام بقسم الإعلام كلية الآداب - جامعة الملك سعود

### أ.د/ محمود يوسف مصطفى عبده

أستاذ العلاقات العامة والوكيل السابق لكلية الإعلام لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة - جامعة القاهرة

### أ.د/ سامي عبد الرؤوف محمد طابع

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام - جامعة القاهرة

### أ.د/ بسيوني إبراهيم حمادة

أستاذ الإعلام السياسى والرأى العام بكلية الإعلام - جامعة القاهرة

### أ.د/ شريف درويش مصطفى اللبان

أستاذ الصحافة - ووكيل كلية الإعلام لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة - جامعة القاهرة

### أ.د/ حسن علي محمد علي

أستاذ الإذاعة والتلفزيون ورئيس قسم الإعلام بكلية الآداب - جامعة المنيا

### أ.د/ عابدين الدردير الشريف

أستاذ الإعلام وعميد كلية الآداب والعلوم الإنسانية بجامعة الزيتونة - ليبيا

### أ.د/ محمود حسن إسماعيل

أستاذ الإعلام وثقافة الأطفال - معهد الدراسات العليا للطفولة - جامعة عين شمس

### أ.د/ حمدي حسن أبو العينين

أستاذ الإعلام وعميد كلية الإعلام والألسن نائب رئيس جامعة مصر الدولية

### أ.د/ عثمان بن محمد العربي

أستاذ العلاقات العامة والرئيس السابق لقسم الإعلام بكلية الآداب - جامعة الملك سعود

### أ.د/ وليد فتح الله مصطفى بركات

أستاذ الإذاعة والتلفزيون ووكيل كلية الإعلام لشئون الطلاب - جامعة القاهرة

### أ.د/ تحسين منصور رشيد منصور

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام بجامعة اليرموك - الأردن

### أ.د/ محمد عبد الستار البخاري

بروفيسور متفرغ بقسم العلاقات العامة والدعاية، كلية الصحافة، جامعة ميرزة أولوغ بيك القومية الأوزبكية

### أ.د/ علي قسايسية

أستاذ دراسات الجمهور والتشريعات الإعلامية بكلية علوم الإعلام والاتصال - جامعة الجزائر ٣

### أ.د/ رضوان بو جمعة

أستاذ الإعلام بقسم علوم الإعلام والاتصال - جامعة الجزائر



مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط

(JPRR.ME)

دورية علمية محكمة

العدد التاسع - أكتوبر / ديسمبر ٢٠١٥

مؤسسها

ورئيس مجلس الإدارة

د/ حاتم محمد عاطف

رئيس EPRA

رئيس التحرير

أ.د/ علي السيد عجوة

أستاذ العلاقات العامة والعميد  
الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة  
رئيس اللجنة العلمية بـ EPRA

مدير التحرير

أ.د / محمد معوض إبراهيم

أستاذ الإعلام بجامعة عين شمس  
والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة سيناء  
رئيس اللجنة الاستشارية بـ EPRA

مساعدو التحرير

أ.د / رزق سعد عبد المعطي

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام والألسن  
جامعة مصر الدولية

د/ السيد عبد الرحمن علي

مدرس العلاقات العامة بكلية تكنولوجيا الإعلام  
جامعة سيناء

صبري محمد سليمان

مدقق اللغة العربية

المراسلات

الجمعية المصرية للعلاقات العامة

جمهورية مصر العربية

الجيزة - الدقي

بين السرايات - ٢ شارع أحمد الزيات

Mobile: +201141514157

Tel : +2237620818

Www.epra.org.eg

Jprr@epra.org.eg

جميع حقوق الطبع والنشر محفوظة  
للجمعية المصرية للعلاقات العامة

لا يجوز، دون الحصول على إذن خطي من الناشر، استخدام أي من المواد التي تتضمنها هذه المجلة، أو استنساخها أو نقلها، كلياً أو جزئياً، في أي شكل وبأي وسيلة، سواءً بطريقة إلكترونية أو آلية، بما في ذلك الاستنساخ الفوتوغرافي، أو التسجيل أو استخدام أي نظام من نظم تخزين المعلومات واسترجاعها، وتطبق جميع الشروط والأحكام والقوانين الدولية فيما يتعلق بانتهاك حقوق النشر والطبع للنسخة المطبوعة أو الإلكترونية.

الترقيم الدولي للنسخة المطبوعة  
(ISSN 2314-8721)

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية  
(ISSN 2314-8723X)

ولتقديم طلب الحصول على هذا الإذن والمزيد من الاستفسارات، يرجى الاتصال برئيس مجلس إدارة الجمعية المصرية للعلاقات العامة على العنوان التالي:

**EPRA Publications**

Egyptian Public Relations Association, Giza, Egypt  
Dokki, Ben Elsarayat -2 Ahmed Elzayat St.

بريد إلكتروني: [jpr@epra.org.eg](mailto:jpr@epra.org.eg) - [chairman@epra.org.eg](mailto:chairman@epra.org.eg)

موقع ويب: [www.epra.org.eg](http://www.epra.org.eg)

الهاتف : 818 - 02-376-20 (+2) - 151 - 14 - 15 - 0114 (+2) - 157 - 14 - 15 - 0114 (+2)

## مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط

Journal of Public Relations Research Middle East

### التعريف بالمجلة:

مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط دورية علمية تنشر أبحاثاً متخصصة في العلاقات العامة وعلوم الإعلام والاتصال، بعد أن تقوم بتحكيم هذه الأبحاث من قبل عدد من الأساتذة المتخصصين في نفس المجال، وهي تابعة للجمعية المصرية للعلاقات العامة أول جمعية علمية مصرية متخصصة في العلاقات العامة.

- المجلة معتمدة ولها ترقيم دولي ومصنفة دولياً لنسختها المطبوعة والإلكترونية من أكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة، ومصنفة من لجنة الترتيبات العلمية تخصص الإعلام بالمجلس الأعلى للجامعات في مصر.
- المجلة فصلية تصدر كل ثلاثة أشهر خلال العام.
- تقبل المجلة نشر عروض الكتب والمؤتمرات وورش العمل والأحداث العلمية العربية والدولية.
- تقبل المجلة نشر إعلانات عن محركات بحث علمية أو دور نشر عربية أو أجنبية وفقاً لشروط خاصة يلتزم بها المعلن.
- يقبل نشر البحوث الخاصة بالترقيات العلمية - وللباحثين المتقدمين لمناقشة رسائل الماجستير والدكتوراة.
- يقبل نشر ملخصات الرسائل العلمية التي نوقشت، ويقبل نشر عروض الكتب العلمية المتخصصة في العلاقات العامة والإعلام كذلك المقالات العلمية المتخصصة من أساتذة التخصص من أعضاء هيئة التدريس.

### قواعد النشر:

- أن يكون البحث أصيلاً ولم يسبق نشره.
- تقبل البحوث باللغات: ( العربية - الإنجليزية - الفرنسية ) على أن يكتب ملخص باللغة الإنجليزية للبحث في حدود صفحة واحدة إذا كان مكتوب باللغة العربية.
- أن يكون البحث في إطار الموضوعات التي تهتم بها المجلة في العلاقات العامة والإعلام والاتصالات التسويقية المتكاملة.
- تخضع البحوث العلمية المقدمة للمجلة للتحكيم ما لم تكون البحوث قد تم تقييمها من قبل اللجان والمجالس العلمية بالجهات الأكاديمية المعترف بها أو كانت جزءاً من رسالة أكاديمية نوقشت وتم منح صاحبها الدرجة العلمية.
- يراعى اتباع الأسس العلمية الصحيحة في كتابة البحث العلمي ومراجعته ويراعى الكتابة ببنت (١٤) Simplified Arabic والعناوين الرئيسية والفرعية Bold.
- يتم رصد المراجع في نهاية البحث وفقاً للمنهجية العلمية بأسلوب متسلسل وفقاً للإشارة إلى المراجع في متن البحث وفقاً لطريقة APA الأمريكية.
- يقدم الباحث عدد (٢) نسخ مطبوعة من البحث ونسخة إلكترونية على CD مكتوبة بصيغة Word مصحوبة بسيرة ذاتية مختصره عنه.
- في حالة قبول البحث للنشر بالمجلة يتم إخطار الباحث بخطاب رسمي بقبول البحث للنشر. أما في حالة عدم قبول البحث للنشر فيتم إخطار الباحث بخطاب رسمي وإرسال جزء من رسوم نشر البحث له في أسرع وقت.

- إذا تطلب البحث إجراء تعديلاً بسيطاً فيلتزم الباحث بإعادة إرسال البحث معدلاً خلال أسبوع من استلام ملاحظات التعديل وإذا حدث تأخير منه فسيتم تأجيل نشر البحث للعدد التالي أما إذا كان التعديل جذرياً فيرسله الباحث بعد ١٥ يوم من إرسال الملاحظات له.
- قيمة نشر البحث ٨٥٠ جنيه مصري للمصريين من داخل مصر وللمصريين المقيمين بالخارج والأجانب ٤٥٠\$. .
- يتم رد مبلغ ٢٥٠ جنيه للباحثين من داخل مصر ورد مبلغ ١٣٠ \$ للباحثين المصريين المقيمين بالخارج والأجانب في حالة رفض هيئة التحكيم البحث وإقرارهم بعدم صلاحيته للنشر بالمجلة.
- لا يزيد عدد صفحات البحث عن (٣٥) صفحة A4- في حالة الزيادة تحتسب الصفحة بـ ٢٠ جنيه مصري للمصريين داخل مصر وللمقيمين بالخارج والأجانب ٥\$. .
- يتم تقديم خصم خاص من قيمة النشر العلمى لعضوية زمالة الجمعية المصرية للعلاقات العامة من المصريين والجنسيات الأخرى بنسبة ١٠% ولأى عدد من المرات خلال العام.
- يُرسل للباحث عدد (٣) نسخة من المجلة بعد نشر بحثه، وعدد (٣) مستلة من البحث الخاص به.
- ملخص رسالة علمية (ماجستير) ٢٥٠ للمصريين ولغير المصريين ١٥٠\$. .
- ملخص رسالة علمية (الدكتوراه) ٣٥٠ جنيه للمصريين ولغير المصريين ١٨٠\$. .
- على أن لا يزيد ملخص الرسالة عن ٨ صفحات. ويتم تقديم خصم ١٠% لمن يشترك في عضوية الجمعية المصرية للعلاقات العامة . ويتم إرسال عدد (٣) نسخ من المجلة بعد النشر للباحث على عنوانه بالبريد الدولى.
- نشر عرض كتاب للمصريين ٧٠٠ جنيه ولغير المصريين ٣٠٠\$
- يتم إرسال عدد (٣) نسخ من المجلة بعد النشر لصاحب الكتاب على عنوانه بالبريد الدولى السريع. ويتم تقديم خصم ١٠% لمن يشترك في عضوية زمالة الجمعية المصرية للعلاقات العامة .
- بالنسبة لنشر عروض تنظيم ورش العمل والندوات من داخل مصر ٦٠٠ جنيه ومن خارج مصر ٣٥٠\$. بدون حد أقصى لعدد الصفحات.
- بالنسبة لنشر عروض المؤتمرات الدولية من داخل مصر ٨٥٠ جنيه ومن خارج مصر ٤٥٠\$ بدون حد أقصى لعدد الصفحات.
- جميع الآراء والنتائج البحثية تعبر عن أصحاب البحوث المقدمة وليس للجمعية المصرية للعلاقات العامة أى دخل بها.
- ترسل المشاركات باسم رئيس مجلس إدارة المجلة على عنوان الجمعية المصرية للعلاقات العامة- جمهورية مصر العربية - الجيزة - الدقى - بين السرايات - ٢ شارع أحمد الزيات، والإميل المعتمد من الجمعية jpr@epra.org.eg ، epra\_cairo@yahoo.com أو إميل رئيس مجلس إدارة المجلة dr\_hatematef2000@yahoo.com بعد تسديد قيمة النشر وإرسال صورة الإيصال التى تفيد ذلك.

## الافتتاحية

في العام الثالث تتواصل صدور أعداد المجلة بانتظام منذ بداية إصدارها في أكتوبر/ ديسمبر من العام ٢٠١٣ - ليصدر منها ثمانية أعداد متتابعة تضم أبحاثاً ورؤى علمية متعددة لأساتذة ومتخصصين وباحثين من مختلف دول العالم.

وها نحن نقدم للباحثين في الدراسات الإعلامية والمهتمين بهذا المجال " العدد التاسع " من المجلة حيث يضم بين دفتيه بحثاً ورؤى علمية للأساتذة والأساتذة المساعدين والمدرسين وملخصات لرسائل علمية نُوقشت في أقسام وكليات الإعلام بالجامعات العربية المختلفة.

ولا ريب أن المجلة هي أول دورية علمية محكمة في بحوث العلاقات العامة بالوطن العربي والشرق الأوسط. وقد وجد الأساتذة الراغبون في تقديم إنتاجهم للمجتمع العلمي ضالتهم التي ينشدهونها في النشر على مستوى العالم العربي وبعض الدول الأجنبية التي تصل إليها المجلة من خلال مندوبيها، وأيضاً من خلال موقعها الإلكتروني.

تم تقييم المجلة بنفس درجة المجالات العلمية لأقسام الإعلام في الجامعات المصرية؛ وذلك باعتراف اللجنة العلمية (تخصص إعلام) لترقية أعضاء هيئة التدريس بعد اطلاعهم على عددها الأول.

تعد مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط نافذة جديدة لنشر بحوث أعضاء هيئة التدريس الراغبين في التقدم للترقي لدرجتي أستاذ مساعد وأستاذ وكذا طلبة وطالبات مرحلة الدكتوراة. تطالعنا المجلة في البداية بمشاركة جد رائعة لأحد أساتذة الإعلام بالعالم العربي أ.د/ انشراح الشال من (مصر) عن: "النوموفوبيا في عصر وسائل الإعلام الرقمية".

كما نطالع في هذا العدد بحثاً مقدماً للنشر العلمي بهدف تكوين رصيد للباحثين من أعضاء هيئة التدريس للتقدم للترقية لدرجة أستاذ منهم: د/ خالد أحمد مسعد من (مصر) والذي قدم دراسة بعنوان: " معالجة الصحف المصرية لثورة ٣٠ يونيو - دراسة تحليلية لصحف الأهرام، الوفد، المصري اليوم"، وقدم د/ عبد الله عبد الله محمد الوزان من (مصر) دراسة بعنوان: " استخدامات طلاب الجامعة لوسائل الإعلام الجديد (تويتر) والإشباع المتحققة في زيادة الوعي البيئي - دراسة ميدانية من طلاب بعض الكليات بجامعة الحدود الشمالية بالمملكة العربية السعودية"، وكذلك قدم د/ فرج خيرى درويش من (مصر) دراسة بعنوان: " أنماط استخدام الشباب الجامعي للمواقع الإخبارية ودوره في تعزيز الاتجاه نحو قبول الآخر - بحث ميداني، كما قدم د/ السيد عبد الرحمن علي من (مصر) دراسة بعنوان: " العلاقة بين ملكية وسائل الإعلام وصنع القرار السياسي في مصر ". وكذا قدمت الباحثة/آرام إبراهيم أبو عباة

من جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية من (السعودية) بحثاً بعنوان: "توظيف التقنيات الحديثة في مجال العلاقات العامة دراسة وصفية".

وهكذا فإن المجلة ترحب بالنشر فيها لمختلف الأجيال العلمية من جميع الدول. ومن المعلوم للجميع أن بحوث الأساتذة لا تخضع للتحكيم وذلك طبقاً للقواعد المتبعة للنشر العلمي في المجالات العلمية. أما البحوث المنشورة لأعضاء هيئة التدريس الراغبين في الترقى للدرجة الأعلى والطلاب المسجلين لدرجة الدكتوراة فتخضع جميعها للتحكيم من قبل الأساتذة المتخصصين.

وجميع هذه البحوث والأوراق العلمية تعبر عن أصحابها دون تدخل من هيئة تحرير المجلة التي تحدد المحكمين وتقدم ملاحظاتهم إلى أصحاب البحوث الخاضعة للتحكيم لمراجعة التعديلات العلمية قبل النشر.

وأخيراً وليس آخراً ندعو الله أن يوفقنا لإثراء النشر العلمي في تخصص العلاقات العامة بشكل خاص والدراسات الإعلامية بشكل عام.

**رئيس تحرير المجلة**

أ.د/ علي عجوة

# استخدام الشباب الجامعي للمواقع الإخبارية ودوره في تعزيز الاتجاه نحو قبول الآخر - بحث ميداني

إعداد

د/ فرج خيرى درويش (\*)

---

(\*) أستاذ الصحافة والإعلام - كلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال - جامعة سيناء



## استخدام الشباب الجامعي للمواقع الإخبارية ودوره في تعزيز الاتجاه نحو قبول الآخر - بحث ميداني

د/ فرج خيرى درويش  
كلية تكنولوجيا الإعلام - جامعة سيناء

### مقدمة:

يثير استخدام الشباب للمواقع الإخبارية قضية مهمة تتمثل في ناحيتين: فالشباب من ناحية هم عماد الأمة الذي لا يزال في طور التكوين عقدياً وفكرياً وخلقياً، والحديث عن الشباب يعني الحديث عن مستقبل الأمة، والاطلاع على الأخبار وجمع المعلومات عامل مهم من عوامل تكوين عقول الشباب، وبناء قيمه ومواقفه، ومن ناحية أخرى تمثل مواقع الأخبار وسيلة تشكيل مهمة في المجالات الثلاثة السابقة، لكونها مصدراً غزيراً للأخبار والمعلومات والصور، وكونها عالماً مفتوحاً على كل الاتجاهات العقدية والفكرية والخلقية

عند الحديث عن التنوع والتعددية في الحياة الاجتماعية والإنسانية، دائماً ما يتم تداول مفهوم قبول الآخر، وهو مفهوم يمتد ليتناول طبيعة العلاقة بين المختلفين والمغايرين دينياً أو قبلياً أو عرقياً أو مناطقياً أو حتى نوعياً.

وهو مصطلح يقصد به أن لكل ذات إنسانية ذات إنسانية أخرى، ومن خلال تحديد معنى الذات، يتحدد بطبيعة الحال نوعية الآخر، والاعتراف به في صورته الأولية يعني الاعتراف بوجوده وكيونته الإنسانية وبحقوقه الآدمية بصرف النظر عن الاقتناع بأفكاره أو قناعاته.

فلا يمكن لأي إنسان أن يدعي الاعتراف بالآخر وهو يهدده في وجوده وكيونته الإنسانية، فالذي يعترف بالآخر لا بد أن يحترم وجوده، وكل متطلبات حياته الإنسانية، لهذا فإن مفهوم قبول الآخر، يتناقض بشكل تام، مع استخدام وسائل الفرض لإقناع الآخر أو دفعه إلى تغيير قناعاته، حيث ينبغي القبول به كما هو، بعيداً عن الخلفيات الأيدلوجية أو القومية أو الدينية. فلا يمكن أن ينسجم هذا المفهوم مع أساليب الفرض والدفع بوسائل مادية لتغيير المواقف الأيدلوجية أو الفكرية وتبديلها، فالقبول بالآخر في صورته الأولية، يعني احترام حياته الإنسانية وكيونته الذاتية ومتطلباتهما.

ومن هنا تظهر أهمية دراسة استخدامات شباب الجامعات للمواقع الإخبارية باعتبارهم جزءاً هاماً من المجتمع. فربما كانت تلك الاستخدامات من بين اللبانات التي تسهم في بناء عقول هؤلاء الشباب، وتحديد مواقفهم أو تعزيز اتجاهاتهم نحو قبول الآخر.

**مشكلة البحث :**

تتلخص مشكلة البحث الحالي في الإجابة على التساؤل التالي:  
هل لاستخدام الشباب الجامعي للمواقع الإخبارية دور في تعزيز اتجاهاتهم نحو قبول الآخر من حيث (الديانة - الجماعة التي ينتمى إليها - النوع - الطائفة) ؟  
ويتفرع من هذا التساؤل مجموعة من التساؤلات الفرعية على النحو التالي:  
- ما حجم المعرفة بالآخر الناتجة عن متابعة المواقع الإخبارية ؟  
- ما مدى اعتراف الشباب الجامعي عينة البحث ب (وجود الآخر - كينونته الإنسانية - حقوقه الأدمية) ؟  
- ما حجم رغبة الشباب الجامعي عينة البحث في عدم تهديد الآخر والتعايش معه.

**أهمية البحث:**

ترجع أهمية هذا البحث إلى أهمية الفئة التي تدرسها حيث أن شباب الجامعة هم أكثر الفئات استخداماً للإنترنت بما في ذلك المواقع الإخبارية.  
كما أن هذا البحث من شأنه أن يوفر رؤية علمية موضوعية، للوقوف على دور المواقع الإخبارية في تعزيز الاتجاه نحو قبول الآخر وذلك من خلال النتائج العلمية التي يصل إليها.  
يمكن لمحرري المواقع الإخبارية الاستفادة من نتائج هذا البحث في انتقاء ما يوجه الشباب نحو قبول الآخر وبالتالي المساعدة في التعايش السلمي بين طوائف المجتمع.

**أهداف البحث:**

- ١- التعرف على ماهية الآخر بالنسبة لعينة البحث.
- ٢- التعرف على طبيعة وحجم متابعة الشباب الجامعي للمواقع الإخبارية وعلاقتها بالعوامل الديموجرافية.
- ٣- الكشف عن الفروق بين كثيفي ومتوسطي وقليلي التعرض للمواقع الإخبارية في الاتجاه نحو الآخر.
- ٤- الكشف عن الفروق بين الذكور والإناث في متابعة المواقع الإخبارية.
- ٥- لكشف عن الفروق بين الذكور والإناث في قوة الاتجاه نحو الآخر.
- ٦- التعرف على اتجاهات الشباب الجامعي نحو الآخر.

## مصطلحات البحث :

**الاتجاه Attitude:** يتفق العديد من الباحثين على تعريفه بأنه ميل نفسي يعبر عنه بتقييم لموضوع معين، بدرجة أو بأخرى من التفضيل أو عدم التفضيل. ويشير التقييم إلى الاستجابات التفضيلية المعرفية والوجدانية والسلوكية، سواء كانت صريحة أو ضمنية<sup>(١)</sup> (Eagley&Chaiken, 1993, p.1).

**قبول الآخر:** يقصد بها الباحث قبول السماع منه ومحاورته و قبول التعامل معه و قبول التعايش بسلام معه، والتزواج والمساكنة وقبول التأخي والتحاب وقبول التساوي.

**مناطق النزاع المسلح:** ويقصد بها في هذا البحث منطقة شمال سيناء.

## الدراسات السابقة:

يعتمد هذا البحث في بنائه الأساسي علي دراسة استخدام الشباب الجامعي للمواقع الإخبارية ودوره في تعزيز الاتجاه نحو قبول الآخر، وتأسيسا علي ذلك يمكن عرض الدراسات السابقة على النحو التالي:

١- دراسة أمل الحجاز (٢٠٠٥)

حول اتجاهات الصحفيين في قطاع غزة نحو المواقع الإخبارية الإلكترونية، وذلك بالتطبيق علي عينة من الصحفيين، وأشارت إلى أن أهم الأسباب التي تدفع الصحفيين إلى متابعة المواقع الإخبارية الإلكترونية هي الرغبة في متابعة الأخبار والأحداث الطارئة في فلسطين، وعنصر الفورية في الحصول علي المعلومات حيث تعد المصدر الأول للحصول على آخر الأخبار والتطورات نظرا لسرعتها في نقل الأحداث<sup>(٢)</sup>

٢- دراسة زهير مصطفى دولة، عماد محمد اشتيوي (٢٠٠٦)

حول القائم بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية، وذلك بالتطبيق علي عدد من المواقع الإخبارية الفلسطينية، وتوصلت الدراسة إلي وجود تحيزا في عرض الأخبار بهذه المواقع، وطغيان الصبغة الحزبية على أداء العمل<sup>(٣)</sup>.

٣- دراسة مها عبد المجيد صلاح (٢٠٠٧)

حول المتغيرات المؤثرة على التفاعلية في النشر الصحفي على شبكة الإنترنت

أجرت الباحث دراسة تحليلية للمواقع الإلكترونية للصحف الحزبية (الوفد، الشعب) والموقع الإعلامي لجماعة الإخوان المسلمين، والموقع الإعلامي لحزب العمل، والموقع الإعلامي لصحف المصري اليوم والأسبوع وصحيفة العالمية والفجر، مواقع تجارية مثل مصراوى ومزيكا وأم الدنيا وموقع الشبكة العربية لمعلومات حقوق الإنسان وموقع بوابة معلومات مصر وموقع بوابة المنظمات غير الحكومية.

وأخرى ميدانية على عينة قوامها ١٠١ مبحوث من طلبة وطالبات جامعة عين شمس

وقد توصلت الباحثة إلى عدد من النتائج من أهمها:

١- تعتبر متابعة الأخبار وتطورات الأحداث أولاً بأول في مقدمة أسباب استخدام المبحوثين للصحف الإلكترونية اليومية.

٢ - يهتم ٥٤% من المبحوثين بمتابعة أخبار العالم بدرجة عالية في مقابل ٤٠% يهتمون بمتابعة أخبار المنطقة العربية والشرق الأوسط و ٢٥% يهتمون بمتابعة الأخبار المحلية في الصحف الإلكترونية اليومية المصرية.<sup>(٤)</sup>

٤- زينب محمد حامد حسن (٢٠٠٧).

حول صورة الإسلام كما تعرضها المواقع العربية على شبكة الإنترنت أجرت الباحثة دراسته تحليلية على مواقع إسلام أون لاين وإخوان أون لاين وموقع دليل الشيعة وميدانيه على عينه عمديه ممن يستخدمون المواقع العربية الإسلامية على شبكة الإنترنت في مصر وعلى مستوى العالم وبلغ قوامها ٤٠٠ مفردة وتوصلت إلى :-

- ظهرت صورة الإسلام والمسلمين بشكل مباشر من خلال القضايا الثقافية والفكرية التي عالجتها تلك المواقع وكانت فكرة الإسلام والمسلمين هي الفكرة المحورية التي سيطرت على جميع القضايا الإسلامية التي عالجتها تلك المواقع.

- سيطر الإطار الأخلاقي على معالجة غالبية القضايا التي تتناول صورة الإسلام والمسلمين وتعتبر نتيجة منطقية لأن المواقع الإسلامية الثلاث ذات اتجاه ديني.

- هناك فروق ذات دلالة احصائية في حالة انتماء المبحوثين لجماعة إسلامية وتبنيهم لأطر العراق من موقع دليل الشيعة بينما لم يثبت صحته في موقعي إسلام أون لاين وإخوان أون لاين ولم يثبت هذا الغرض في حالة انتماء المبحوثين لجماعة إسلامية وتبنيهم لأطر المرآه من المواقع الإسلامية الثلاث.

- توجهت المواقع الإسلامية الثلاث في المقام الأول إلى المسلمين العرب ثم المسلمين غير العرب وأخيراً غير المسلمين العرب.<sup>(٥)</sup>

٥- دراسة حلمي محمود محسب (٢٠٠٨)

حول تفاعلية المواقع الإخبارية التلفزيونية على الإنترنت وذلك تطبيقاً على موقعي الجزيرة و CNN ، واستخدمت الأسلوب المقارن لتحديد أبعاد العملية التفاعلية في الموقعين ، وانتهت الدراسة لتفوق موقع

قناة CNN على موقع الجزيرة فى الخدمات التفاعلية بصفة عامة من حيث سرعة الحصول على المعلومات وسهولة الاتصال الشخصي، وقد قدم موقع قناة الجزيرة أخباره للمشاركين عن طريق خدمة SMS ويحتوى هذا التقديم على أربعة أنواع من الخدمات هي: الأخبار العاجلة والأخبار السياسية والأخبار الرياضية والأخبار الاقتصادية بينما استخدم موقع CNN هذه الخدمة لتقديم أحدث العناوين إلى المستخدم عبر الهاتف والترويج لمنتجات شركة Time Warner التابعة لها.<sup>(٦)</sup>

٦- دراسة وسام نصر (٢٠٠٨)،

والتي تناولت أجندة اهتمامات المواقع الإلكترونية للجهات المعنية بشئون المرأة المصرية ، وسعت الدراسة للتعرف على أجندة اهتمامات عينة من المواقع الإلكترونية وذلك تطبيقاً على ٣ مواقع إلكترونية وهي المجلس القومي للمرأة، والمركز المصري لحقوق المرأة ، وإيجي ليدي من خلال التعرف على نوعية الموضوعات والقضايا التي تتصدر قائمة اهتمامات هذه المواقع، وكيفية تناولها ، وأشارت النتائج إلى وجود علاقة ارتباطية بين نمط الملكية للموقع (تابع للدولة / تابع لجمعيات أهلية / ملكية خاصة) وبين أجندة اهتماماته ، واتسم تحديث المواقع الثلاثة بصفة عدم الانتظام، وانحصرت نوعية التحديث في التحديث الموضوعي دون الشكلي.<sup>(٧)</sup>

٧- دراسة سيد بخيت (٢٠٠٨) والتي تناولت أدوار مستخدمي المواقع الإلكترونية في صناعة المضامين الإعلامية ، وقد أشارت إلى قلة مساهمة المستخدمين العرب في تزويد المواقع بالمضامين الإعلامية التي يمكن أن تثيرها وتطور من طبيعتها الإعلامية للأحداث ومناقشتها للقضايا المختلفة، وانحصرت هذه الإسهامات غالباً في التعليق على بعض الأخبار والمقالات والصور، دون مشاركة حقيقية في إنتاج مضامين تنشر في شكل أخبار ومقالات وفيديوهات وصور.<sup>(٨)</sup>

٨- دراسة جلييلة عبد الله (٢٠٠٩)

والتي تناولت الوظيفة الإخبارية للبوابات الإلكترونية (نسيج - محيط - البوابة)، واعتمدت الدراسة على تحليل مضمون هذه المواقع. وقد توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها أن البوابات الإلكترونية العربية تعتمد على أسلوب التحديث وتجديد نفسها لمسايرة تطورات الأحداث، وذلك من خلال إتاحة إمكانية المشاركة في إبداء الرأي والتعليق على المضمون المقدم بها.<sup>(٩)</sup>

٩- دراسة هبة ربيع (٢٠٠٩)

والتي تناولت استخدام الشباب للمواقع الإخبارية والإشباع المتحقق ، هدفت الدراسة إلى رصد وتحليل أنماط تعرض الشباب المصري للمواقع الإخبارية العربية، استخداماته لها، والإشباع الذي يتحقق من خلال تعرضهم لها، بالإضافة إلى رصد تأثير العوامل الديمغرافية على أنماط التعرض، استخدمت منهج المسح ، وطبقت على عينة قوامها ٥٠٠ مفردة سن ١٨-٣٥ سنة وتوصلت إلى تتفوق نسبة الذكور الذين يستخدمون المواقع الإخبارية في أوقات الأزمات الطارئة فقط عن نسبة الإناث، هناك مزايا تدفع الشباب لاستخدام المواقع الإخبارية وهي إتاحة مصادر معلومات إضافية يرجع إليها حول الأخبار، يليها

تقديم الأخبار بأشكال متنوعة (صوت وفيديو ونص)، ثم توفير خدمات جديدة غير متاحة في وسائل الإعلام التقليدية، وإعداد ملفات عن الأحداث المهمة. (١٠)

٩- دراسة مركز الصحفي العربي (٢٠١٠)

والتي تناولت استخدام الشباب للمواقع الإخبارية العربية والإشباع المتحقق منها ، وهدفت الدراسة إلى رصد وتحليل أنماط تعرض الجمهور المصري من الشباب للمواقع الإخبارية العربية، استخداماتها لها، والإشباع الذي يتحقق من خلال تعرضهم لها، وكذلك رصد أنواع المضامين الإخبارية والخدمات التفاعلية المستحدثة المقدمة من خلالها ، وانتهت الدراسة إلى اعتماد الشباب بنسبة كبيرة ( ٥١%) علي المواقع الإخبارية العربية كمصدر للمعلومات ، وثبتت تفوق نسبة الذكور الذين يستخدمون المواقع الإخبارية في أوقات الأزمات الطارئة عن نسبة الإناث. (١١)

١٠- دراسة نشوى يوسف امين اللواتي (٢٠١١)

بعنوان تأثير التعرض للمواقع الإخبارية الإلكترونية في تشكيل اتجاهات الجمهور المصري نحو القضايا السياسية ، وتهدف الدراسة إلى قياس المتغيرات المؤثرة في عملية تشكيل الاتجاه وتهدف إلى بحث تأثير التعرض للمواقع الإلكترونية في تشكيل اتجاهات الجمهور المصري المعرفية والوجدانية والسلوكية نحو الثورة الشعبية المصرية والليبية. واستخدمت الدراسة المنهج التجريبي واعتمدت الباحثة في اختيار الفروض على الاستبانة بالمقابلة المقننة والمواقع التجريبية ومقاييس الدراسة واعتمدت في الدراسة الميدانية على الاستبيان الإلكتروني.

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها:

- وجود علاقة دالة إحصائية بين التعرض للمواقع الإخبارية الإلكترونية وبين كل من مستوى النشاط والكفاءة والخبرة في الاستخدام والمشاركة السياسية والخلفية المعرفية.
  - هناك علاقة دالة إحصائية بين التعرض للمواقع الإخبارية الإلكترونية وبين تشكيل الاتجاه.
- وكانت نتائج الدراسة الميدانية هي أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية بين الباحثين في ضوء المستوى التعليمي لصالح كثافة التعرض الأعلى تعليمياً. (١٢)

## الإطار النظري للدراسة :

تعتمد الدراسة في بنائها النظري وصياغة فروضها على:

أولاً : نظرية الاستخدامات والإشباع والتي تفترض أن:

- الجمهور بكافة أفراداه يعتبر عنصراً فعالاً ومشاركاً في عملية الاتصال الجماهيري، يستخدم وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة.

- يعبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور وفق عوامل الفروق الفردية.
- أعضاء الجمهور هم الذين يختارون المضامين الإعلامية التي تشبع حاجاتهم، وأن وسائل الاتصال تتنافس مع مصادر أخرى في تلبية هذه الحاجات.
- أفراد الجمهور لهم القدرة على تحديد دوافع تعرضهم وحاجاتهم التي يسعون لتلبيتها لذا فهم يختارون الوسائل المناسبة لإشباع هذه الحاجات.
- للمعايير الثقافية الاجتماعية تأثير على استخدام والتعرض للوسائل الاتصالية.

#### ثانيا : نموذج التلقي

يقوم الفرض الرئيس لنموذج التلقي على أن الفرد المتلقي للمعلومات في أي موقف يعتمد بشكل أساسي على وسائل الإعلام في استقبال المعلومات ، ويتأثر في ذلك بالعديد من العوامل مثل نمط استخدام الوسيلة ، نوع المضمون ، واهتمامات المتلقي واتفق المضمون مع اتجاهاته الراهنة وترتبط عملية التلقي مباشرة بفكرة تكوين المعنى عند الجمهور المتلقي ، من خلال التعامل مع النصوص المقروءة والمرئية (١٣)

#### ثالثا : نظرية المجال العام :

صاغ الفيلسوف الألماني (جورجن هابرماس) نظرية المجال العام عام (١٩٦٢)، وعرف المناخ أو المجال العام بأنه مجتمع افتراضي أو خيالي ليس من الضروري التواجد في مكان معروف أو مميز (في أي فضاء)، فهو مكون من مجموعة من الأفراد لهم سمات مشتركة مجتمعين مع بعضهم كجمهور، ويقومون بوضع وتحديد احتياجات المجتمع مع الدولة، فهو يبرز الآراء والاتجاهات من خلال السلوكيات والحوار، والتي تسعى للتأكيد على الشؤون العامة للدولة وهو شكل مثالي. (١٤).

وأشار هابرماس إلى أن نجاح المجال العام يعتمد على (١٥)

- مدى الوصول والإنتشار.
- رفض الاستراتيجية (كل فرد يشارك على قدم ومساواة).
- الفهم والثقة والوضوح في المضمون الإعلامي.
- وجود سياق اجتماعي ملائم.
- الثقة والوضوح والصدق في المضمون الإعلامي.
- وقد ساهمت التكنولوجيا الجديدة لوسائل الإعلام الإلكترونية وعلى رأسها المواقع الإخبارية في ظهور فضاء عام اجتماعي جديد يخضع لمثالية "هابرماس".

ومن أهم السمات التي حددها هايرماس للمجال العام ما يلي<sup>(١٦)</sup>:

١- المجال العام حيز من حياتنا الاجتماعية يمكن من خلاله أن يتم تشكيل ما يقترب من الرأي العام.  
٢- المجال العام ينشأ من أناس خصوصيين، يجتمعون معاً كجمهور ليتناولوا احتياجات المجتمع من الدولة.

٣- المجال العام هو مجموعة أشخاص يستفيدون من عقلانيتهم وتفكيرهم في مناقشة المسائل العامة. فالمجال العام - بشكل عام - هو تلك المساحات التي فيها يقوم الأعضاء بتناول ما يفضلونه، ويصلون لقرار في "كيف سيعيشون معاً ويعملون معاً بشكل جماعي خلال المستقبل"، كما أن هناك ثلاثة مظاهر تميز المجال العام أولها أن المشاركة فيه مفتوحة، وثانيها أنه يساوي بين مواقع وأدوار الأطراف المشاركة فيه بصرف النظر عن أوضاعهم الاجتماعية والاقتصادية، وثالثها أن أية قضية فيه تكون قابلة للنقاش<sup>(١٧)</sup>.

وتستفيد الدراسة الحالية من نظرية المجال العام في التعرف على دور المواقع الإخبارية كمجال للحوار حول الآخر، في تعزيز قبول الآخر كما يمكن الاستفادة من هذه النظرية في تفسير النتائج.

### فروض الدراسة :

في ضوء تحديد مشكلة البحث وأهدافها وإطارها النظري تتحدد فروض الدراسة فيما يلي :

**الفرض الرئيس:** توجد علاقة دالة إحصائية بين استخدام الشباب الجامعي للمواقع الإخبارية والاتجاه نحو الآخر .

وينبثق عن هذا الفرض مجموعة من الفروض الفرعية وهي :

### الفرض الأول :

توجد علاقة دالة إحصائية بين كثافة استخدام الشباب للمواقع الإخبارية والمتغيرات التالية ( مستوى المعرفة بالآخر - الحالة الوجدانية نحو الآخر - السلوك مع الآخر ) .

### الفرض الثاني:

توجد علاقة دالة إحصائية بين استخدام الشباب الجامعي المسلم للمواقع الإخبارية والاتجاه نحو قبول غير المسلمين .

### الفرض الثالث:

توجد علاقة دالة إحصائية بين استخدام الشباب الجامعي المسيحي للمواقع الإخبارية والاتجاه نحو المسلمين .

### الفرض الرابع:

توجد فروق دالة إحصائية بين الشباب الجامعي في مناطق النزاع المسلح ونظرائهم من مناطق عدم النزاع في استخدام المواقع الإخبارية .

### الفرض الخامس:

توجد فروق دالة إحصائياً بين الشباب الجامعي في مناطق النزاع المسلح ونظرائهم من مناطق عدم النزاع في الاتجاه نحو قبول الآخر .

#### الفرض السادس:

توجد فروق دالة إحصائياً بين الشباب الجامعي في الاتجاه نحو قبول الجماعات الإرهابية والتكفيرية يرجع إلى كثافة استخدام المواقع الإخبارية .

#### الفرض السابع:

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين معدل الثقة في محتوى المواقع الإخبارية عن الآخر والاتجاه نحو الآخر.

#### حدود الدراسة:

يمكن تحديد الأطر الخاصة بالبحث الراهن علي النحو التالي:-

- ١- الحدود البشرية : يقتصر تطبيق هذا البحث على الشباب الجامعي سن ١٨ - ٢٢ سنة
- ٢- الحدود الجغرافية : يقتصر تطبيق هذا البحث على جامعات (سيناء - المنوفية - الأزهر ) .
- ٣- الحدود الوثائقية : يقتصر تطبيق هذا البحث على مواقع (اليوم السابع ومصراوى والدستور وبوابة الأهرام وموقع إسلام أون لاين وبوابة المصرى اليوم وبوابة الوفد وموقع محيط وموقع أخبار مصر).

#### نوع البحث ومنهجه :

يعد هذا البحث من الدراسات الوصفية، التي تقوم على رصد ومتابعة دقيقة لظاهرة أو حدث بطريقة كمية أو نوعية في فترة زمنية .<sup>(١٨)</sup>

ومن ثم تحليلها وتفسيرها وصولاً إلى حقائق دقيقة، كما يستخدم هذا البحث المنهج المسحي، الذي يعد من أهم المناهج التي تعنى بدراسة جمهور وسائل الإعلام في إطاره الوصفي والتحليلي، من خلال جمع المعلومات والبيانات وتفسيرها، للدلالة على ما يحدث فعلاً، من أجل التوصل إلى استنتاجات وتعميمات.<sup>(١٩)</sup>

#### مجتمع وعينة الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة في فئة الشباب الجامعي من المستوى الأول إلى الرابع وتم اختيار عينة عمدية من الشباب مستخدمى المواقع الإخبارية، قوامها ٣٠٠ مفردة من ٣ جامعات مصرية (جامعة سيناء - جامعة المنوفية - جامعة الأزهر).

ويمثل الجدول التالى خصائص العينة:

جدول (١)  
خصائص عينة الدراسة

الترتيب	إجمالي العينة		الفئات	المتغيرات
	النسبة	التكرار		
١	٦٧%	٢٠١	ذكر	النوع
٢	٣٣%	٩٩	أنثى	
٣	٢٩%	٨٧	جامعة الأزهر	الجامعة
١	٤٠.٧%	١٢٢	جامعة سيناء	
٢	٣٠.٣%	٩١	جامعة المنوفية	
١	٨١%	٢٤٣	مسلم	الديانة
٢	١٩%	٥٧	مسيحي	

### أدوات جمع البيانات:

أعد الباحث استبياناً يتكون من (٤٠) عبارة تقريرية للتعرف على مدى متابعة العينة للمواقع الإخبارية وقياس اتجاهاتهم نحو قبول الآخر وقد صيغت بدائل الإجابة بطريقة "ليكرت"، ويتدرج خماسي (موافق بشدة؛ موافق؛ محايد؛ أرفض؛ أرفض بشدة). وقد حسبت الدرجة الكلية للمتغير الأول (متابعة المواقع الإخبارية) وكذلك الدرجة الكلية للمتغير الثاني (الاتجاه نحو قبول الآخر) لكل استمارة، كما تم حساب الجوانب الثلاث للاتجاه (المعرفي و الوجداني والسلوكي).

### صدق الأداة وثباتها:

حرص الباحث للتأكد من صدق الأداة وذلك من خلال عرضها على (١١) أستاذاً من أساتذة الصحافة والإعلام وعلم النفس، الذين أبدوا عدداً من الآراء والملاحظات، التي أخذ الباحث بها كما تم استبعاد الأسئلة التي لم تحصل على موافقة ٨٥% من المحكمين لتصبح بعد ذلك صالحة للتطبيق الميداني على العينة.

### التحليل الإحصائي:

استخدم الباحث البرنامج الإحصائي SPSS، لتفريغ البيانات ومعالجتها إحصائياً لإستخراج النتائج، وذلك من خلال المعالجات الإحصائية التي تضمنت التكرارات البسيطة والنسب المئوية، والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري، واختبار T للكشف عن الفروق بين كثيفي ومتوسطي وقليلي الاستخدام في درجة قبول الآخر وتحليل التباين.

### متغيرات الدراسة:

يتمثل المتغير المستقل لهذا البحث في " تعرض الشباب للمواقع الإخبارية " بينما يتمثل المتغير التابع في "الاتجاه نحو الآخر " أما المتغيرات الوسيطة فتتمثل في " النوع - الإقامة - التعليم - الديانة ".

**نتائج البحث:****أولاً :- ماهية الآخر بالنسبة لعينة البحث**

أظهرت اجابات المبحوثين تنوع الآخر حسب المعيار على النحوالموضح بالجدول التالى :-

جدول رقم ( ٢ )

يوضح من هو الآخر بالنسبة لعينة البحث

الترتيب	الآخر			العينة
	النسبة	التكرار		
١	%١٠٠	٢٤٣	الجماعات الإرهابية والتكفيرية	الشباب المسلم ن = ٢٤٣
٢	%٨٦.٤	٢١٠	المسيحيين	
٣	%٦٤.٢	١٥٦	جماعة الإخوان المسلمين	
١	%١٠٠	٥٧	الجماعات الإرهابية والتكفيرية	الشباب المسيحي ن = ٥٧
٢	%٨٩.٥	٥١	جماعة الإخوان المسلمين	
٣	%٨٢.٤	٤٧	المسلمين	
١	%٩١	٩٠	الجماعات الإرهابية والتكفيرية	سكنى مناطق النزاع المسلح ن = ٩٨
٢	%٩٤	٨٢	جماعة الإخوان المسلمين	
٣	%١٦	١٥	القوات المسلحة	

يتضح من الجدول السابق أن الجماعات الإرهابية والتكفيرية جاءت فى الترتيب الأول كآخر بالنسبة للعينة بنسبة ١٠٠% للشباب المسلم و ١٠٠% للشباب المسيحي، تليها فى الترتيب الثانى جماعة الإخوان المسلمين وأخيرا المسيحيين أو المسلمين حسب ديانة المبحوث.

وتعتبر القوات المسلحة هى الآخر بالنسبة ل ١٦% من سكنى مناطق النزاع المسلح والذين يبلغ عددهم ٩٨ مفردة بنسبة ٣٢.٧% من العينة الكلية للبحث.

**ثانيا: نتائج الفرض الفرعي الأول والذي ينص على:**

توجد علاقة دالة إحصائياً بين كثافة استخدام الشباب للمواقع الإخبارية والمتغيرات التالية: ( مستوى المعرفة بالآخر - الحالة الوجدانية نحو الآخر - السلوك مع الآخر ).

ولاختبار صحة هذا الفرض تم قياس كثافة استخدام الشباب للمواقع الإخبارية وكذلك حساب درجة كل متغير من المتغيرات السابقة على حدة وذلك على النحوالموضح بالجدول التالية :

جدول (٣)

توزيع العينة وفقا لعدد أيام استخدام المواقع الإخبارية أسبوعيا

الترتيب	الإجابة		الفترة الزمنية
	النسبة	التكرار	
١	%٤٨	١٤٤	يومية
٢	%١٨.٧	٥٦	من ٤ - ٦ أيام
٤	%١٥.٣	٤٦	من ٣ أيام - يومين
٣	%١٨	٥٤	أقل من يومين
	%١٠٠	٣٠٠	المجموع

يتضح من الجدول السابق أن نسبة ٤٨% من إجمالي العينة أنهم يستخدمون المواقع الإخبارية يوميا، ونسبة ٦٦.٧% من العينة يستخدمونها ٤ أيام أو أكثر أسبوعيا، في حين أن نسبة من يستخدمون تلك المواقع أقل من يومين تمثل ١٨% من العينة.

جدول (٤)

توزيع العينة وفقا لمتوسط الوقت الذي تقضيه في تصفح المواقع الإخبارية

م	الفترة الزمنية	الاجابة	
		ك	%
١	أقل من نصف ساعة	٣٠	١٠%
٢	من نصف ساعة إلى أقل من ساعة	٣٥	١١.٦٦%
٣	من ساعة إلى أقل من ساعتين	٣٣	١١%
٤	من ساعتين إلى أقل من ٣ ساعات	٧٠	٢٣.٣%
٥	أكثر من ٣ ساعات	١٣٢	٤٤%
	المجموع	٣٠٠	١٠٠

واستكمالا لقياس متغير كثافة الاستخدام ، تكشف بيانات الجدول السابق عن كثافة استخدام العينة للمواقع الإخبارية ( في الاستخدام الواحد ) فقد احتلت الفئة ( أكثر من ٣ ساعات يوميا ) المركز الأول ونسبة ٤٤%.

جدول رقم (٥)

يوضح تعرض العينة ( حسب الجامعة ) للمواقع الإخبارية

العينة التعرض للمواقع الإخبارية	جامعة الأزهر		جامعة سيناء		جامعة المنوفية		الجملة
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	
دائما	٣٦	٤١.٤%	٥٩	٤٨.٣%	٤٩	٥٣.٨%	١٤٤
أحيانا	٣٢	٣٦.٨%	٤٥	٣٦.٩%	٢٥	٢٧.٥%	١٠٢
نادرا	١٩	٢١.٨%	١٨	١٤.٨%	١٧	١٨.٧%	٥٤
الجملة	٨٧	١٠٠%	١٢٢	١٠٠%	٩١	١٠٠%	٣٠٠

يتضح من الجدول السابق أن نسبة ٧٨.٢% من إجمالي عينة جامعة الأزهر يتعرضون للمواقع الإخبارية بصفة دائمة أو أحيانا مقابل ٢١.٢% نادرا ما يتعرضون لتلك المواقع. أما بالنسبة لعينة الشباب من جامعة سيناء فكان عدد الذين يتعرضون للمواقع الإخبارية بصفة دائمة أو مؤقتة ١٠٤ مفردة بنسبة ٨٥.٢% مقابل ١٨ مفردة بنسبة ١٤.٨% نادرا ما يتعرضون. وبالنسبة لعينة الشباب من جامعة المنوفية فكان عدد الذين يتعرضون للمواقع الإخبارية بصفة دائمة أو مؤقتة ٧٤ مفردة بنسبة ٨١.٣% مقابل ١٧ مفردة بنسبة ١٨.٧% نادرا ما يتعرضون. أما عن المواقع الإخبارية التي يستخدمها الشباب عينة البحث في معرفة الأخبار فكانت كالآتي:

جدول (٦)  
توزيع العينة وفقا للمواقع الإخبارية التي تستخدمها في معرفة الأخبار

المواقع الإخبارية	بدرجة كبيرة		بدرجة متوسطة		لم استخدم		المجموع
	ك	%	ك	%	ك	%	
- اليوم السابع	١٥٨	٥٢.٧	٩٦	٣٢	٤٦	١٥.٣	300
- مصراوى	١٤١	٤٧	١٠٥	٣٥	٥٤	١٨	300
- الدستور	١٢٢	٤٠.٧	١١٥	٣٨.٣	٦٣	٢١	300
- بوابة الأهرام	٩٨	٣٢.٧	١٣٠	٤٣.٣	٧٣	٢٤.٣	300
- بوابة المصرى اليوم	٧٨	٢٦	١٣٤	٤٤.٧	٨٨	٢٩.٣	300
موقع إسلام أون لاين	٨٧	٢٩	١١٩	٣٩.٧	٩٤	٣١.٣	300
بوابة الوفد	٦٩	٢٣	١٢٣	٤١	١٠٨	٣٦	300
شبكة الإعلام العربية ( محيط )	٥٧	١٩	١٢١	٤٠.٣	١٢٢	٤٠.٧	300
أخبار مصر	٤٨	١٦	١١٥	٣٨.٣	١٣٧	٤٥.٧	300

تشير بيانات الجدول السابق إلى أكثر المواقع الإخبارية التي استخدمتها العينة في معرفة الأخبار هي اليوم السابع ومصراوى والدستور وبوابة الأهرام وموقع إسلام أون لاين وبوابة المصرى اليوم وبوابة الوفد وموقع محيط وموقع أخبار مصر، وقد احتل موقع اليوم السابع المركز الأول في الاستخدام (بدرجة كبيرة) بنسبة ٥٢.٣% بينما احتل موقع أخبار مصر المركز الأخير بالنسبة للمواقع التي تستخدمها العينة في معرفة الأخبار.

جدول رقم (٧)  
يوضح العلاقة بين كثافة استخدام العينة للمواقع الإخبارية ومستوى المعرفة بالآخر

مستوي المعرفة بالآخر						المتغيرات
منخفض		متوسط		مرتفع		
مستوى الدلالة	قيمة بيرسون	مستوى الدلالة	قيمة بيرسون	مستوى الدلالة	قيمة بيرسون	
مرتفع	٠.١٥٥	دالة ٠.٠٥	٠.١٦٤	دالة ٠.٠٥	٠.١٥٥	كثافة استخدام المواقع الإخبارية
متوسط	٠.٢٤٠	دالة ٠.٠٥	٠.١٤٨	دالة ٠.٠٥	٠.٢٤٠	
منخفض	٠.١٥١	غير دالة	٠.٢٤٠	غير دالة	٠.١٦٨	

يتضح من الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية دالة عند مستوى ٠.٠٥ بين كثافة استخدام المواقع الإخبارية ومستوي المعرفة بالآخر.

جدول رقم (٨)  
يوضح العلاقة بين كثافة استخدام العينة للمواقع الإخبارية والحالة الوجدانية نحو الآخر

مستوي قبول الآخر						المتغيرات
منخفض		متوسط		مرتفع		
مستوى المعنوية	قيمة بيرسون	مستوى المعنوية	قيمة بيرسون	مستوى المعنوية	قيمة بيرسون	
غير دالة	٠.٢٠٨	دالة ٠.٠٥	٠.١٨٤	دالة ٠.٠٥	٠.١٧٥	مرتفع
غير دالة	٠.٠٩٢	دالة ٠.٠٥	٠.١٦٨	دالة ٠.٠٥	٠.٢٢٠	متوسط
دالة ٠.٠٥	٠.٢٦٨	غير دالة	٠.٢١٠	غير دالة	٠.١٤١	منخفض

يتضح من الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية دالة عند مستوى ٠.٠٥ بين كثافة استخدام المواقع الإخبارية والحالة الوجدانية نحو الآخر.

جدول رقم (٩)  
يوضح العلاقة بين كثافة استخدام العينة للمواقع الإخبارية ودرجة السلوك الإيجابي مع الآخر

درجة السلوك الإيجابي مع الآخر						المتغيرات
منخفضة		متوسطة		مرتفعة		
مستوى المعنوية	قيمة بيرسون	مستوى المعنوية	قيمة بيرسون	مستوى المعنوية	قيمة بيرسون	
غير دالة	٠.٢٠٦	دالة ٠.٠٥	٠.١٩٣	دالة ٠.٠٥	٠.٢٥٥	مرتفع
غير دالة	٠.٠٧٩	دالة ٠.٠٥	٠.١٥٩	دالة ٠.٠٥	٠.٢٤٤	متوسط
دالة ٠.٠٥	٠.١٨٨	غير دالة	٠.١٥٨	غير دالة	٠.١٥٦	منخفض

يتضح من الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية دالة عند مستوى ٠.٠٥ بين كثافة استخدام المواقع الإخبارية الإلكترونية ودرجة السلوك الإيجابي مع الآخر.  
ومما سبق من نتائج يتضح للباحث ثبوت صحة الفرض الفرعي الأول توجد علاقة دالة إحصائياً بين كثافة استخدام الشباب للمواقع الإخبارية و ( مستوى المعرفة بالآخر - الحالة الوجدانية نحو الآخر - السلوك مع الآخر ) ..

### ثالثاً: نتائج الفرض الفرعي الثاني والذي ينص على :

" توجد علاقة دالة إحصائياً بين استخدام الشباب الجامعي المسلم للمواقع الإخبارية والاتجاه نحو قبول غير المسلمين ".  
ولاختبار صحة هذا الفرض تم قياس كثافة استخدام الشباب الجامعي المسلم للمواقع الإخبارية وكذلك حساب درجات اتجاهاتهم نحو قبول غير المسلمين وذلك على النحو التالي :

جدول رقم (١٠)  
استخدام الشباب الجامعي المسلم للمواقع الإخبارية ونوع الاتجاه نحو قبول غير المسلمين

نوع الاتجاه	الاتجاه الإيجابي		الاتجاه السلبي		الجملة
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	
الشباب الجامعي المسلم كثيفي الاستخدام	١٠١	%٤١.٥	١٥	%٦	١١٦
متوسطي الاستخدام	٧٢	%٢٩.٦	١١	%٤.٥	٨٣
قليلي الاستخدام	٣٩	%١٦.٢	٥	%٢.٢	٤٤
الجملة	٢١٢	%٨٧.٣	٣١	%١٢.٧	٢٤٣

يتضح من الجدول السابق أن نسبة ٨٧% بواقع ٢١٢ مفردة من الشباب الجامعي المسلم مستخدمى المواقع الإخبارية اتجاهاهم إيجابى نحو قبول غير المسلمين، منهم ١٠١ مفردة بنسبة ٤١.٥% كثيفي الاستخدام و٧٢ مفردة بنسبة ٢٩.٦% متوسطي الاستخدام و ٣٩ مفردة بنسبة ١٦.٢% قليلى الاستخدام مقابل ١٣% منهم كان اتجاهاهم نحو قبول غير المسلمين سلبيا. وهذا يعنى أنه كلما زادت كثافة استخدام الشباب الجامعي المسلم للمواقع الإخبارية كلما زاد الاتجاه الإيجابى نحو قبول غير المسلمين. وللتأكد من وجود العلاقة بين كثافة الاستخدام والاتجاه الواردة فى هذا الفرض تم استخدام برنامج SPSS وكانت النتيجة كما هو موضح بالجدول التالى:

جدول رقم (١١)  
يوضح العلاقة بيناستخدام الشباب الجامعي المسلم للمواقع الإخبارية ونوع الاتجاه نحو قبول غير المسلمين

الاتجاه نحو قبول غير المسلمين				المتغيرات
سلبى		إيجابى		
مستوى المعنوية	قيمة بيرسون	مستوى المعنوية	قيمة بيرسون	
٠.٠٢١	٠.١١٤	* ٠.٠٥	٠.٣٥٥	مرتفع
٠.٠٠٩	٠.١٢٨	* ٠.٠٥	٠.٢٤٨	متوسط
* ٠.٠٥	٠.٢٧٠	٠.٠٣٣	٠.٠٩٨	منخفض

يتضح من الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية دالة عند مستوى ٠.٠٥ بين كثافة استخدام المواقع الإخبارية واتجاه الشباب المسلم نحو قبول غير المسلمين، وبذلك يتحقق الفرض الفرعي الثانى. رابعا: نتائج الفرض الفرعي الثالث والذي ينص على : " توجد علاقة دالة إحصائياً بين استخدام الشباب الجامعي المسيحي للمواقع الإخبارية والاتجاه نحو المسلمين ".

ولاختبار صحة هذا الفرض تم قياس كثافة استخدام الشباب الجامعي المسيحي للمواقع الإخبارية وكذلك حساب درجات اتجاهاتهم نحو قبول المسلمين وذلك على النحو التالي:

جدول رقم (١٢)  
استخدام الشباب الجامعي المسيحي للمواقع الإخبارية ونوع الاتجاه نحو قبول المسلمين

الجملة		الاتجاه السلبى		الاتجاه الإيجابى		نوع الاتجاه الشباب الجامعي المسيحي
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
٤٩.٢%	٢٨	٨.٨%	٥	٤٠.٣%	٢٣	كثيفى الاستخدام
٣٣.٣%	١٩	٧%	٤	٢٦.٣%	١٥	متوسطى الاستخدام
١٧.٥%	١٠	١٠.٥%	٦	٧%	٤	قليلى الاستخدام
١٠٠%	٥٧	٢٦.٣%	١٥	٧٣.٧%	٤٢	الجملة

يتضح من الجدول السابق أن نسبة ٧٣% بواقع ٤٢ مفردة من الشباب الجامعي المسيحي مستخدمى المواقع الإخبارية اتجاههم إيجابى نحو قبول المسلمين، منهم ٢٣ مفردة بنسبة ٤٠.٣% كثيفى الاستخدام و١٥ مفردة بنسبة ٢٦.٣% متوسطى الاستخدام و٤ مفردات بنسبة ٧% قليلى الاستخدام مقابل ٢٦% منهم كان اتجاههم نحو قبول غير المسلمين سلبيا.

وهذا يعنى أنه كلما زادت كثافة استخدام الشباب الجامعي المسيحي للمواقع الإخبارية كلما زاد الاتجاه الإيجابى نحو قبول المسلمين.

وللتأكد من وجود العلاقة بين كثافة الاستخدام والاتجاه الواردة فى هذا الفرض تم استخدام برنامج SPSS وكانت النتيجة كما هو موضح بالجدول التالي :

جدول رقم (١٣)  
يوضح العلاقة بيناستخدام الشباب الجامعي المسيحي للمواقع الإخبارية ونوع الاتجاه نحو قبول المسلمين

الاتجاه نحو قبول المسلمين				المتغيرات
سلبى		إيجابى		
مستوى المعنوية	قيمة بيرسون	مستوى المعنوية	قيمة بيرسون	
٠.٢٣ غير دالة	٠.١١٤	٠.٠٥ دالة	٠.٤١	مرتفع
٠.٠٩ غير دالة	٠.١٢٨	٠.٠٥ دالة	٠.٢٣٧	متوسط
٠.٠٥ دالة	٠.٢٧٠	٠.٣٥ غير دالة	٠.٠٨٧	منخفض

يتضح من الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية دالة عند مستوى ٠.٠٥ بين كثافة استخدام المواقع الإخبارية واتجاه الشباب المسيحي نحو قبول المسلمين. وبذلك يتحقق الفرض الفرعي الثالث.

### خامسا: نتائج الفرض الفرعي الرابع والذي ينص على:

توجد فروق دالة إحصائياً بين الشباب الجامعي في مناطق النزاع المسلح ونظرائهم من مناطق عدم النزاع في استخدام المواقع الإخبارية .

ولاختبار صحة هذا الفرض تم تقسيم استجابات المبحوثين إلى مجموعتين إحداهما استجابات الشباب الجامعي في مناطق النزاع المسلح والأخرى باقى العينة ثم تم قياس كثافة استخدامهم للمواقع الإخبارية و حساب اختبار T بين المجموعتين وذلك على النحو التالى :

جدول رقم (١٤)

يوضح قيمة اختبار T بين الشباب الجامعي في مناطق النزاع المسلح ونظرائهم من مناطق عدم النزاع في استخدام المواقع الإخبارية

مستوى الدلالة	T	كثافة الاستخدام		الاستخدام العينة
		الانحراف المعياري	المتوسط	
غير دالة	٠.٩١	٢.١	١٧	شباب مناطق النزاع المسلح
		٢.٤	١٥	شباب مناطق عدم النزاع

ومن الجدول السابق يتضح عدم وجود فروقا دالة إحصائياً في كثافة استخدام المواقع الإخبارية بين قاطنى مناطق النزاع المسلح ونظرائهم في مناطق عدم النزاع من الشباب الجامعي.

وبذلك لم يتحقق الفرض الفرعي الرابع.

### سادسا: نتائج الفرض الفرعي الخامس والذي ينص على:

توجد فروق دالة إحصائياً بين الشباب الجامعي في مناطق النزاع المسلح ونظرائهم من مناطق عدم النزاع في الاتجاه نحو قبول الآخر .

ولاختبار صحة هذا الفرض تم تقسيم استجابات المبحوثين إلى مجموعتين إحداهما استجابات الشباب الجامعي في مناطق النزاع المسلح والأخرى باقى العينة ثم تم قياس كثافة استخدامهم للمواقع الإخبارية و حساب اختبار T بين المجموعتين وذلك على النحو التالى:

جدول رقم (١٥)

يوضح قيمة اختبار T بين الشباب الجامعي في مناطق النزاع المسلح ونظرائهم من مناطق عدم النزاع في استخدام المواقع الإخبارية

مستوى الدلالة	T	الاتجاه نحو قبول الآخر		الاستخدام العينة
		الانحراف المعياري	المتوسط	
دالة عند مستوى ٠.٠٥	١.٤	١.٦	٣٧	شباب مناطق النزاع المسلح
		١.٩	٤٤	شباب مناطق عدم النزاع

ومن الجدول السابق يتضح وجود فروقا دالة إحصائياً عند مستوى ٠.٠٥ في الاتجاه نحو قبول الآخر

بين قاطنى مناطق النزاع المسلح ونظرائهم في مناطق عدم النزاع من الشباب الجامعي.

وبذلك يتحقق الفرض الفرعي الخامس.

ويرجع الباحث هذا الفرق إلى معاناة الشباب قاطنى مناطق النزاع المسلح من الجماعات التكفيرية والإرهابية أو ما يطلق عليه بالخبرة المباشرة التي تفوق التأثير المعرفى الناتج عن استخدام المواقع الإخبارية لدى بعض الشباب منهم.

#### سابعاً : نتائج الفرض الفرعى السادس والذي ينص على:

توجد فروق دالة إحصائياً بين الشباب الجامعى فى الاتجاه نحو قبول الجماعات الإرهابية والتكفيرية يرجع إلى كثافة استخدام المواقع الإخبارية.

ولاختبار صحة هذا الفرض تم اختبار دلالة الفروق بين كثيفى ومتوسطى وقليلى الاستخدام باستخدام برنامج SPSS على النحو الموضح بالجدول التالى:

جدول رقم (١٦)

يوضح الفروق بين الشباب الجامعى فى الاتجاه نحو قبول الجماعات الإرهابية والتكفيرية

مستوى الدلالة	قيمة ف المحسوبة	درجة الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	الاتجاه
					السالب
غير دالة	٠.٨٣	٢	٥.٩٥٧	بين المجموعات	كثيفى الاستخدام
غير دالة	٠.١٧	٢	٣.١٥		متوسطى الاستخدام
غير دالة	٠.٥٨	٢	٢.٨٦		قليلى الاستخدام

ويتضح من الجدول السابق عدم وجود فروق بين المجموعات الثلاث فى الاتجاه نحو قبول الجماعات الإرهابية والتكفيرية. وبالتالي لم تتحقق صحة الفرض الفرعى السادس .

#### ثامناً: نتائج الفرض الفرعى السابع والذي ينص على :-

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين معدل الثقة فى محتوى المواقع الإخبارية عن الآخر والاتجاه نحو الآخر.

جدول رقم (١٧)

يوضح العلاقة بين معدل الثقة فى محتوى المواقع الإخبارية والتأثيرات الناتجة

معدل الثقة فى محتوى المواقع الإخبارية		التأثيرات
مستوى المعنوية	قيمة بيرسون	
٠.٠٥ دالة	٠.٢٢٤	التأثير المعرفى
٠.٠٥ دالة	٠.٣١٩	التأثير الوجدانى
٠.٠٥ دالة	٠.٢٩٩	التأثير السلوكى

يتضح من الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية دالة عند مستوى ٠.٠٥ بين معدل الثقة فى الخطاب الإلكتروني الخاص بالأحداث السياسية فى مصر، وبين حدوث تأثير معرفى وكذلك حدوث تأثير وجدانى وسلوكى وهى المكونات الثلاث للاتجاه مما يتسنى للباحث القول بصحة الفرض الفرعى السابع.

## خاتمة الدراسة:

### أولاً: خاتمة البحث:

توصل الباحث إلى النتائج التالية :-

- ١- ثبوت صحة الفرض الفرعي الأول والذي ينص على أنه "توجد علاقة دالة إحصائية بين كثافة استخدام الشباب للمواقع الإخبارية والمتغيرات التالية ( مستوى المعرفة بالآخر - الحالة الوجدانية نحو الآخر - السلوك مع الآخر ) " .
- ٢- ثبوت صحة الفرض الفرعي الثانوالذي ينص على أنه "توجد علاقة دالة إحصائية بين استخدام الشباب الجامعي المسلم للمواقع الإخبارية والاتجاه نحو قبول غير المسلمين .
- ٣- ثبوت صحة الفرض الفرعي الثالث والذي ينص على أنه " توجد علاقة دالة إحصائية بين استخدام الشباب الجامعي المسيحي للمواقع الإخبارية والاتجاه نحو المسلمين " .
- ٤- لم تثبت صحة الفرض الفرعي الرابع والذي ينص على أنه "توجد فروق دالة إحصائية بين الشباب الجامعي في مناطق النزاع المسلح ونظرائهم من مناطق عدم النزاع في استخدام المواقع الإخبارية".
- ٥- ثبوت صحة الفرض الفرعي الخامس والذي ينص على أنه " توجد فروق دالة إحصائية بين الشباب الجامعي في مناطق النزاع المسلح ونظرائهم من مناطق عدم النزاع في الاتجاه نحو قبول الآخر".
- ٦- لم تثبت صحة الفرض الفرعي السادس والذي ينص على أنه " توجد فروق دالة إحصائية بين الشباب الجامعي في الاتجاه نحو قبول الجماعات الإرهابية والتكفيرية يرجع إلى كثافة استخدام المواقع الإخبارية " .
- ٧- ثبوت صحة الفرض الفرعي السابع والذي ينص على أنه "توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين معدل الثقة في محتوى المواقع الإخبارية عن الآخر والاتجاه نحو الآخر".
- ٨- ثبوت صحة الفرض الرئيس للبحث والذي ينص على أنه " توجد علاقة دالة إحصائية بين استخدام الشباب الجامعي للمواقع الإخبارية والاتجاه نحو الآخر".

### ثانياً: التوصيات:

- ١- حماية حقيقة التنوع الديني والمذهبي والقومي والنوعي يعتبر أحد المداخل الأساسية لصيانة وحفظ الأمن الوطني وتعزيز قوته وسد الثغرات التي قد ينفذ منها الخصوم الحقيقيون للوطن والذين يعملون على تحقيق أغراضهم ومصالحهم الخاصة.
- ٢- على القائم بالاتصال في المواقع الإخبارية إدراك الحقيقة السابقة والعمل على تطبيقها من خلال نشر ما يعزز الاتجاه نحو قبول الآخر.
- ٣- خيارات الحوار والحرية والتسامح والمساواة وصيانة حقوق الإنسان واحترام خصوصيات جميع الأطراف تقضي إلى نسج علاقات إيجابية بين جميع الأطراف والمكونات وبناء استقرار سياسي واجتماعي عميق في المجتمع ويجب أن يكون هذا هو دور الإعلام بما في ذلك المواقع الإخبارية.

٤- مطلب التجانس الوطني بين جميع الأطراف لا يتحقق بالعنف ورفض الآخر، وإنما من خلال ثقافة تحترم التعدد وتدافع عن مقتضياته وخيارات تقوم بعملية الاستيعاب والدمج انطلاقاً من مفهوم المواطنة وبعيدا عن النزعات الضيقة التي تحول دون بناء فضاء وطني مشترك وجامع.

### ثالثاً : بحوث مقترحة:

بحث عن معالجة المواقع الإخبارية لقضية قبول الآخر ( دراسة تحليلية )

### مصادر البحث :

(1) (Eagley&Chaiken, 1993, p.1).

(٢) أمل الحجاز: اتجاهات الصحفيين في قطاع غزة نحو المواقع الإخبارية الإلكترونية: دراسة ميدانية ، رسالة ماجستير غير منشورة ، (غزة : قسم الصحافة والإعلام ، الجامعة الإسلامية

(٣) زهير مصطفى دولة ، عماد محمد اشتوي : القائم بالاتصال في المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية: دراسة ميدانية ، (غزة الجامعة الإسلامية، كلية الآداب ، ٢٠٠٦ . site.iugaza.edu.ps/jdalou/files/2010/02/p-j-100

(٤) مها عبد المجيد صلاح المتغيرات المؤثرة على التفاعلية في النشر الصحفي على شبكة الإنترنت دراسة تحليلية وشبه تجريبية ، رسالة دكتوراه . (القاهرة : قسم الصحافة كلية الإعلام جامعة القاهرة، ٢٠٠٧) ٤٤٣ صفحة.

(٥) زينب محمد حامد حسن. "صورة الإسلام كما تعرضها المواقع العربية على شبكة الإنترنت "رسالة ماجستير. (القاهرة: قسم الاذاعة كلية الاعلام جامعة القاهرة، ٢٠٠٧) ٤١٤ ص

(٦) حلمي محمود محاسب : قياس تفاعلية المواقع التليفزيونية الإخبارية على الإنترنت - المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، كلية الإعلام، جامعة القاهرة - العدد ١ ، ٢٩ - يناير-مارس ٢٠٠٨

(٧) وسام نصر: أجنحة اهتمامات المواقع الإلكترونية للجهات المعنية بشئون المرأة المصرية: دراسة مقارنة ، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد التاسع، ع (٢) كلية الإعلام، جامعة القاهرة، يوليو - ديسمبر ٢٠٠٨ م .

(٨) سيد بخيت: أدوار مستخدمي المواقع الإلكترونية في صناعة المضامين الإعلامية: دراسة في المفاهيم وبيئة العمل، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد التاسع، العدد (٢) كلية الإعلام، جامعة القاهرة، يوليو - ديسمبر ٢٠٠٨، ص ٣٦٦.

(٩) جليلة عبد الله ، الوظيفة الإخبارية للبوابات الإلكترونية دراسة تحليلية للبوابات الإلكترونية العربية (نسيج - محيط - البوابة)، رسالة ماجستير (غير منشورة ) ، جامعة بغداد : كلية الآداب ، ٢٠٠٩ . www.alsahfe.com/News-752.htm

(١٠) هبة ربيع ، استخدام المواقع الإخبارية والإشباع المتحقق ، رسالة ماجستير (غير منشورة ) ، جامعة عين شمس : كلية الآداب ، ٢٠٠٩ .

(١١) مركز الصحفي العربي ، دراسة استخدام المواقع الإخبارية العربية والإشباع المتحقق ، الأربعاء ، ٢١ أبريل ٢٠١٠ .

(١٢) نشوى يوسف امين اللواتي ، تأثير التعرض للمواقع الإخبارية الإلكترونية في تشكيل اتجاهات الجمهور المصري نحو القضايا السياسية، رسالة دكتوراه (غير منشورة ) ، جامعة عين شمس : كلية الآداب ، ٢٠١١ .

- (13) Mc Williams-Heather-doy : Gender equity issues in the depiction of Females – " The instrumentalist " Magazine – August 2000 – July 2002, Women's Studies, Mass Communication Vol 64 – No. 5A, 2003, 1575 .

(١٤) نرمن زكريا (٢٠٠٩)، الآثار النفسية والاجتماعية لإستخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية، المؤتمر العلمي الأول، الأسرة والإعلام وتحديات العصر، الجزء الثاني، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

- (15) James Johnson, (2007) Public sphere, postmeclernism and polimic, the American political Science, Vol.88,No.2.

(١٦) عيبر ابراهيم عزي، وسائل الإعلام التقليدية والجديدة والمجال العام: دراسة تطبيقية على قضايا الحريات، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2009.

(١٧) هشام عبدالمقصود خصائص المجال العام لتقديم التعبيرات السياسية والاجتماعية عن قضايا وأحداث الشؤون العامة في وسائل الإعلام الجديدة، مؤتمر الأسرة والإعلام وتحديات العصر، الجزء الثاني، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠٩.

(١٨) محمد عبد الحميد ، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط٢، عالم الكتب، القاهرة ، ٢٠٠٤ .

(١٩) كامل محمد المغربي ، أساليب البحث العلمي، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠٠٧.

## **Using news sites and its role in reinforcing university student's attitude towards accepting other**

*Dr. Farag Khairy Darweash*  
Assistant Professor of Newspapers  
University of Sinai

### **Abstract**

This study aimed to monitor and analyze the relationship between exposure to news sites and the role of these sites in reinforcing university student's attitude towards accepting others, as well as the study aimed to identify the nature and size of following of university students to news sites and its relationship to demographic factors.

This study is a descriptive and explanatory study. It used a survey approach, and it was conducted on a sample of student -who used news sites - (300) of three universities in Egypt: Sinai, Menoufiya, and Al-Azhar, using a questionnaire.

The study concluded that:

- There is a significant correlation between intensity of using news sites and attitude of young Muslim towards accepting non-Muslims.
- There is a significant correlation between intensity of using news sites and attitude of young Christian towards accepting Muslims.
- There is no a significant correlation between university students who lived in armed conflict areas and their counterparts who lived in non-armed conflict areas in using news sites.
- There is a significant correlation between university students who lived in armed conflict areas and their counterparts who lived in non-armed conflict areas in their attitudes towards accepting others.

All rights reserved.

None of the materials provided on this Journal or the web site may be used, reproduced or transmitted, in whole or in part, in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopying, recording or the use of any information storage and retrieval system, except as provided for in the Terms and Conditions of Use of Egyptian public Relations Association, without permission in writing from the publisher.

And all applicable terms and conditions and international laws with regard to the violation of the copyrights of the electronic or printed copy.

ISSN for the printed copy

(ISSN 2314-8721)

ISSN of the electronic version

(ISSN 2314-8723X)

To request such permission or for further enquires, please contact:

**EPRA Publications**

Egyptian Public Relations Association, Gizza, Egypt  
Dokki, Ben Elsarayat -2 Ahmed Elzayat St.

Email: [chairman@epra.org.eg](mailto:chairman@epra.org.eg) - [jpr@epra.org.eg](mailto:jpr@epra.org.eg)

Web: [www.epra.org.eg](http://www.epra.org.eg)

Phone: (+2) 0114 -15 -14 -157 - (+2) 0114 -15 -14 -151 - (+2) 02-376-20 -818

- The publication fees of the manuscript for the Egyptians are: 850 L.E. and for the Expatriate Egyptians and the Foreigners are: 450 \$.
- If the referring committee refused and approved the disqualification of publishing the manuscript, an amount of 250 L.E. will be reimbursed for the Egyptian authors and 130 \$ for the Expatriate Egyptians and the Foreigners.
- The manuscript does not exceed 35 pages of A4 size. 20 L.E. will be paid for an extra page for the Egyptians and 5 \$ for Expatriate Egyptians and the Foreigners authors.
- A special 10 % discount of the publication fees will be offered to the Egyptians and the Foreign members of the Fellowship of the Egyptian Public Relations Association for any number of times during the year.
- Three copies of the journal and three Extracted pieces from the author's manuscript after the publication.
- The fees of publishing the scientific abstract of (Master's Degree) are: 250 L.E. for the Egyptians and 150 \$ for the Foreigners.
- The fees of publishing the scientific abstract of (Doctorate Degree) are: 350 L.E. for the Egyptians and 180 \$ for the Foreigners. As the abstract do not exceed 8 pages and a 10 % discount is offered to the members of the Egyptian Society of Public Relations. Three copies of the journal will be sent to the author's address.
- Publishing a book offer costs LE 700 for the Egyptians and 300 \$US for foreigners.
- Three copies of the journal are sent to the author of the book after the publication to his/her address. And a 10% discount is offered to the members of the Egyptian Society of Public Relations.
- For publishing offers of workshops organization and seminars, inside Egypt LE 600 and outside Egypt U.S. \$ 350 without a limit to the number of pages.
- The fees of the presentation of the International Conferences inside Egypt: 850 L.E. and outside Egypt: 450 \$ without a limitation of the number of pages.
- All the research results and opinions express the opinions of the authors of the presented research papers not the opinions of the Egyptian Association for Public Relations.
- Submissions will be sent to the chairman of the Journal.

### **Address:**

Egyptian Public Relations Association,  
 Arab Republic of Egypt, Gizza, El-Dokki, Bein El-Saray, 2 Ahmed El-zayat Street.  
 And also to the Association email: [jpr@epra.org.eg](mailto:jpr@epra.org.eg), or [epra\\_cairo@yahoo.com](mailto:epra_cairo@yahoo.com),  
[dr\\_hatematef2000@yahoo.com](mailto:dr_hatematef2000@yahoo.com), after paying the publishing fees and sending a copy of the receipt.

# Journal of Public Relations Research Middle East

**I**t is a scientific journal that publishes specialized research papers in Public Relations, Mass Media and Communication after peer refereeing these papers by a number of specialized Professors.

The journal is affiliated to the Egyptian Public Relations Association, the first Egyptian specialized scientific association in public relations.

- The journal is accredited, Classified internationally for its printed and electronic version from the Academy of Scientific Research and Technology in Cairo And classified by the Committee of Scientific Promotion Specialization media - Supreme Council of Universities.
- This journal is published quarterly.
- The journal accepts publishing books, conferences, workshops and scientific Arab and international events.
- The journal publishes advertisements on scientific search engines, Arabic and foreign publishing houses according to the special conditions adhered to by the advertiser.
- It also publishes special research papers of the scientific promotion and for researchers who are about to defend master and Doctoral theses.
- The publication of academic theses that have been discussed, scientific books specialized in public relations and media and teaching staff members specialized scientific essays.

## **Publishing rules:**

- It should be an original Manuscripts that has never been published.
- Arabic, English, French Manuscripts are accepted however a one page abstract in English should be submitted if the Manuscripts is written in Arabic.
- The submitted Manuscripts should be in the fields of public relations and integrated marketing communications.
- The submitted scientific Manuscripts are subject to refereeing unless they have been evaluated by scientific committees and boards at recognized authorities or they were part of an accepted academic thesis.
- The correct scientific bases of writing scientific research should be considered. It should be typed, in Simplified Arabic, 14 points font for the main text. The main and sub titles, in Bold letters. English Manuscripts should be written in Times New Roman.
- References are mentioned at the end of the Manuscripts in a sequential manner.
- References are monitored at the end of research, according to the methodology of scientific sequential manner and in accordance with the reference signal to the board in a way that APA Search of America.
- The author should present a printed copy and an electronic copy of his manuscript on a CD written in Word format with his/her CV.
- In case of accepting the publication of the manuscript in the journal, the author will be informed officially by a letter. But in case of refusing, the author will be informed officially by a letter and part of the research publication fees will be sent back to him soon.
- If the manuscript required simple modifications, the author should resent the manuscript with the new modifications during one week after the receipt the modification notes, and if the author is late, the manuscript will be delayed to the upcoming issue, but if there are thorough modifications in the manuscript, the author should send them after 15 days.



Journal of Public Relations Research Middle East  
(JPRR.ME)

Scientific Refereed Journal

- Ninth issue - October / December 2015

### Chairman

**Dr. Hatem Saad**

Chair of EPRA

### Editor in Chief

**Prof. Dr. Aly Agwa**

Professor of Public Relations & former Dean of Faculty  
of Mass Communication - Cairo University  
Chair of the Scientific Committee of EPRA

### Editorial Manager

**Prof. Dr. Mohamed Moawad**

Media Professor at Ain Shams University & former Dean of  
Faculty of Mass Communication - Sinai University  
Chair of the Consulting Committee of EPRA

### Editorial Assistants

**Prof. Dr. Rizk Abd Elmoaty**

Professor of Public Relations  
Misr International University

**Dr. El-Sayed Abdel-Rahman**

Assistant Professor of Public Relations  
Mass Communication Faculty – Sinai University

### Address

**Egyptian Public Relations Association**

Arab Republic of Egypt  
Giza - Dokki

Ben Elsarayat - 2 Ahmed Zayat Street

Mobile: +201141514157

Tel : +2237620818

www.epra.org.eg

jpr@epra.org.eg

## Scientific Board \*\*

JPRR.ME

**Prof. Dr. Aly Agwa** (Egypt)

Professor of Public Relations and former Dean of the Faculty of Mass Communication, Cairo University

**Prof. Dr. Thomas A. Bauer** (Austria)

Professor of Mass Communication at the University of Vienna

**Prof. Dr. Mona Al-Hadedy** (Egypt)

Professor of radio and television – Faculty of Mass Communication, Cairo University

**Prof. Dr. Yas Elbaiaty** (Iraq)

Professor of Journalism at the University of Baghdad, Vice Dean of the Faculty of Media and Information and Humanities, Ajman University of Science

**Prof. Dr. Enshirah el SHAL** (Egypt)

Professor of Media at the Faculty of Mass Communication, Cairo University (State Doctorate in Arts and Humanities from France)

**Prof. Dr. Hassan Mekawy** (Egypt)

Professor of radio and television – Faculty of Mass Communication, Cairo University

**Prof. Dr. Nesma Younes** (Egypt)

Professor of Radio & Television at the Faculty of Mass Communication, Cairo University

**Prof. Dr. Mohamed Moawad** (Egypt)

Media professor at Ain Shams University & former Dean of Faculty of Mass Communication - Sinai University

**Prof. Dr. Samy Abd Elaziz** (Egypt)

Professor of public relations and marketing communications for the former Dean of the Faculty of Information, Cairo University

**Prof. Dr. Abd Elrahman El Aned** (KSA)

Professor of Media and Public Relations Department of the Faculty of Media Arts - King Saud University

**Prof. Dr. Mahmoud Yousef** (Egypt)

Professor of Public Relations - Faculty of Mass Communication, Cairo University

**Prof. Dr. Samy Taya** (Egypt)

Professor and Head of Public Relations Faculty of Mass Communication - Cairo University

**Prof. Dr. Basyouni Hamada** (Egypt)

Professor of media and public opinion, political - Faculty of Mass Communication, Cairo University

**Prof. Dr. Sherif Darwesh Allaban** (Egypt)

Professor of printing press & Vice-Dean for Community Service at the Faculty of Mass Communication, Cairo University

**Prof. Dr. Hassan Aly** (Egypt)

Professor of Radio & Television and Head of Mass Communication Department – Faculty of Arts - Mina University

**Prof. Dr. Mahmoud Hassan Ismael** (Egypt)

professor of Culture Media and Children at Ain Shams University

**Prof. Dr. Hamdy Abo Alenen** (Egypt)

Media professor and dean of the Faculty of Al-Asun and Mass Communication, Vice President of the International University of Egypt

**Prof. Dr. Othman Al Arabi** (KSA)

Professor of Public Relations and the former head of the media department at the Faculty of Arts – King Saud University

**Prof. Dr. Abden Alsharif** (Libya)

Media professor and dean of the College of Arts and Humanities at the University of Zaytuna – Libya

**Prof. Dr. Waled Fathalha Barakat** (Egypt)

Professor of Radio & Television and Vice-Dean for Student Affairs at the Faculty of Mass Communication, Cairo University

**Prof. Dr. Tahseen Mansour** (Jordan)

Professor of Public Relations at the Faculty of Mass Communication, Yarmouk University

**Prof. Dr. Mohamed Elbokhary** (Syria)

Professor, Department of Public Relations and Publicity, School of Journalism, University of MF Uzbek national Ulugbek Beck

**Prof. Dr. Ali Kessaissia**, (Algeria)

Professor, Faculty of Media Science & Communication, University of Algiers-3.

**Prof. Dr. Redouane BoudJema**, (Algeria)

Professor, Faculty of Media Science & Communication, University of Algiers-3.

\*\* Names are arranged according to the date of obtaining the degree of a university professor.



# Journal



# of P R e s e a r c h

## Middle East

Journal of Public Relations Research Middle East

Scientific refereed Journal - Published by Egyptian Public Relations Association – Ninth Issue – October / December 2015

### Abstracts Researches in Arabic:

- **Prof. Dr. Enshirah el SHAL** - Cairo University  
La nomophobie à l'ère du numérique 7
- **Associate Prof. Dr. Khaled Ahmed Mosaed** - Sinai University  
Egyptian newspapers processing revolution June 30, analytical Study of the newspapers: AlAhram, Alwafd, Al Masry Al Youm 9
- **Dr. Abdullah Abdallah Mohammad elwazzan** - Northern Border University  
Using New Media (Twitter) Among University Students and its Environmental Realization A field study over some colleges at Northern Border University The Kingdom of Saudi Arabia 10
- **Dr. Farag Khairy Darweash** – Sinai University  
Using news sites and its role in reinforcing university student's attitude towards accepting other 11
- **Dr. El-Sayed Abdel-Rahman Ali** - Sinai University  
The Relationship between Media Ownership and Political Decision Making in Egypt 12
- **Aram Ibrahim Abu-Abat** – Imam Muhammad Bin Saud Islamic University  
Investing new technologies in public relations field – Descriptive study 13

(ISSN 2314-8721)

Egyptian National Scientific & Technical  
Information Network

(ENSTINET)

Copyright ©2015 EPRA

[www.epra.org.eg](http://www.epra.org.eg)