تعرض الشباب الجامعي لقضية الإساءة للرسول (صلى الله عليه وسلم) عبر الشبكات الاجتماعية وعلاقته بالسِلْم المجتمعي في مصر

إعـــــــداد

د. إيمان عاشور سيد حسين

مدرس الإذاعة والتليفزيون– قسم الإعلام التربوي

كلية التربية النوعية– جامعة المنيا

مجلة البحوث في مجالات التربية النوعية

معرف البحث الرقمي DOI: 10.21608/jedu.2020.54814.1166

المجلد السابع العدد 32 . يناير 2021

الترقيم الدولي

P-ISSN: 1687-3424 E- ISSN: 2735-3346

موقع المجلة عبر بنك المعرفة المصري https://jedu.journals.ekb.eg/

موقع المجلة http://jrfse.minia.edu.eg/Hom

العنوان: كلية التربية النوعية . جامعة المنيا . جمهورية مصر العربية

تعرض الشباب الجامعي لقضية الإساءة للرسول (صلى الله عليه وسلم) عبر الشبكات الاجتماعية وعلاقته بالسِلْم المجتمعي في مصر

د. إيمان عاشور سيد حسين

مُلخص الدراسة: هدفت الدراسة الحالية إلى الكشف عن العلاقة بين درجة تعرض الشباب الجامعي (عينة الدراسة) لقضية الإساءة للرسول (صلى الله عليه وسلم) عبر الشبكات الاجتماعية وعلاقته بالسِلْم المجتمعي في مصر، كما رصدت الدراسة أهم دوافع العينة للمشاركة في حملة مقاطعة المنتجات الفرنسية، وتأثير ذلك على أنماط التفاعل على الشبكات الاجتماعية، كما كشفت الدراسة عن أهم الشبكات التي أسهمت في رفع المسؤولية الاجتماعية لدى العينة للمشاركة في هاشتاج إلا رسول الله، واستخدمت الباحثة المنهج الوصفي وذلك عن طريق الإستبانة، وطبقت على عينة قوامها 565 مفردة بجامعتي المنيا والأزهر، وتضمنت الأداة مقياس لقياس محاور السِلْم المجتمعي تكوّن من 30 فقرة، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها:

- أن معدل متابعة الشباب الجامعي (عينة الدراسة) لقضية الإساءة إلى رسول الله (صلى الله عليه وسلم) جاء (دائمًا) في الترتيب الأول بنسبة 67.4%، ثم (أحيانًا) في الترتيب الثاني بنسبة 32.6%، فيما لم تحظ (لا) بأي نسبة.
- أن أسباب متابعة الشباب الجامعي (عينة الدراسة) لقضية الإساءة إلى رسول الله (صلى الله عليه وسلم) عبر مواقع التواصل الاجتماعي تمثلت في (الحصول على تفاصيل دقيقة عن قضية الإساءة) في الترتيب الأول بنسبة 45.5%، ثم (لمعرفة دور المجتمع والأفراد في مواجهة هذه الأزمة) في الترتيب الثاني بنسبة 40.3%، وفي الترتيب الأخير (التعرف على أهم القرارات التي تتخذها الدول للتصدي لهذه القضية) بنسبة 5.8%.
- أن رؤية الشباب الجامعي (عينة الدراسة) حول دور شبكات التواصل الاجتماعي في مقاطعة المنتجات الفرنسية تمثلت في (نعم) بنسبة 90.8% في الترتيب الأول، ثم (لا) في الترتيب الثاني بنسبة 9.2%.

University youth have been exposed to the issue of insulting the Messenger, may God bless him and grant him peace, through social networks and his relationship with community peace in Egypt

Abstract:

The aimed to reveal the relationship between the degree of e pr study esent xposure of university youth to the issue of abuse of the Messenger, may God's prayers and peace be upon him through social networks, and his relationship with community peace in Egypt. The study also monitored the most important motives of the sample to participate in the campaign to boycott French products, and the effect of this on patterns of interaction on Social networks, as the study revealed the most important networks that contributed to raising the social responsibility of the sample to participate in the hashtag except for the Messenger of God. Paragraph, and the study reached a set of results, **the most important of which are:**

- That the study sample's rate of follow-up on the issue of insulting the Messenger of God, may God's prayers and peace be upon him, percentages were (always) in the first place at a rate of 67.4%, then (sometimes) in the second order by 32.6%, while (no) received any percentages.
- The reasons for the sample's follow-up to the issue of insulting the Messenger of God, may God's prayers and peace be upon him, through social media were represented in (to obtain accurate details about the abuse issue) in the first order by 45.5%, then (to know the role of society and individuals in facing this crisis) in the second order By 40.3%, and in the last ranking (to identify the most important decisions taken by countries to address this issue) by 5.8%.
- The vision of the research sample on the role of social networks in boycotting French products was (yes) by 90.8% in the first order, then (no) in the second place with a rate of 9.2%.

مقدمة الدراسة:

تعد منصات التواصل الاجتماعي الأكثر استخدامًا وقت الأزمات، إذا تتيح للفرد حُرية كاملة للتعبير عن رأيه والتنفيس بوك عما بداخله من مشاعر، ومن ثم فهي سلاح ذو حدين، فقد تتسبب بعض الكلمات أو العبارات التي يصرح بها بعض الأفراد المستخدمين لشبكات التواصل الاجتماعي إثارة لمشاعر الآخرين؛ مما قد ينشب عنه العديد من مظاهر الحراك الاجتماعي، وهذا عادة يحدث وقت الأزمات أو القضايا ذات المساس بالعقيدة والثوابت الدينية.

وقد أدت مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي دورًا كبيرًا وقت الأزمات والثورات، وأكدت العديد من الدراسات أن الأفراد يعتمدون على هذه المنصات للحصول على المعلومات الخاصة بموضوع معين أو قضية أيًا كان نوع وطبيعة هذه القضية، لذا قد ينشب عن ذلك العديد من السلوكيات والمشاعر التي قد ينتج عنها ثورات وفتنة طائفية تهدد استقرار وأمن البلاد.

فيمكن القول بإن "الشبكات الاجتماعية بما تتيحه وتتمتلكه من خصائص تتسم بالحالية والشعبية والجماهيرية فإن لها القدرة على تشكيل الاتجاهات فيما هو متعلق بالعاطفة والوجدان، وأيضًا القدرة على تنظيم بعض السلوكيات والأفعال، وبذلك يمكنها التأثير على حالة الوفاق والوئام الموجودة في المجتمع خاصةً إذا ارتبطت القضية الإساءة لخير البرية سيدنا محمد (صلى الله عليه وسلم)، فقد سادت حالة من الغضب بجميع الدول الإسلامية؛ مما تسبب عليه العديد من القرارات الشعبية والحكومية، وفي حقيقة الأمر يمكن اعتبار أن الحراك الشعبي والقرارات التي تتخذها الشعوب لها دور كبير في إصدار القرارات الرسمية الخاصة بالدول، فالشبكات الاجتماعية والمنصات لها دور مؤثر في الاستجابات الرسمية لمطالب الشعب، ومن ثم لها دور كبير في تعبئة الرأي العام تجاه موضوع معين.

بالإضافة إلى ذلك يعد المجتمع المصري من المجتمعات التي تتمتع بخصوصية في الأديان والعلاقات الاجتماعية، إذ تمتاز مصر بالعلاقات المتماسكة بين قطبي المجتمع (مسلمين ومسيحيين)، إذ تعد العلاقة بينهم علاقة أخوة وشركاء وطن واحد، تربطهم علاقات اجتماعية قوية تعد أساس النجاح الاجتماعي والاقتصادي

والسياسي، وبذلك يمكن القول بإن "الأزمات تجمع بينهم وتجعلهم على رأي واحد"، حيث يقول الله سبحانه وتعالي في محكم تنزيله" **لَتَجِدَنَّ أَشَدَّ النَّاسِ عَدَاوَةً لِّلَّذِينَ آمَنُوا الْيَهُودَ وَالَّذِينَ أَشْرَكُوا ۖ وَلَتَجِدَنَّ أَقْرَبَهُم مَّوَدَّةً لِّلَّذِينَ آمَنُوا الَّذِينَ قَالُوا إِنَّا نَصَارَىٰ ۚ ذَٰلِكَ بِأَنَّ مِنْهُمْ قِسِّيسِينَ وَرُهْبَانًا وَأَنَّهُمْ لَا يَسْتَكْبِرُونَ**"([1]) ، فهم نسيج المجتمع وفي الأزمة الأخيرة أعلن العديد من المسيحيين تأييدهم للمسلمين في قراراتهم ورفضهم للإساءة لأي دين أو أي رمز ديني سواء إسلامي أو مسيحي، ولكن هناك قلة من هؤلاء الأفراد قاموا بفعل نفس ما فعلته فرنسا وهو كتابة بوستات ومنشورات للإساءة للرسول (صلى الله عليه وسلم) مما أزعج المسلمين، وجعلهم يطلقون العديد من الشعارات لقتل هؤلاء الأفراد وسجنهم، وذلك نتج عنه العديد من عناصر الشغب وإثارة الفتنة بين قطبي المجتمع؛ وهذا بدوره يؤثر على السِلْم المجتمعي وانتشار العصبية والفتنة الطائفية.

ومن خلال رصد الباحثة لبعض الدراسات وجدت بعضاً من الدراسات التي حللت الصورة السلبية للمسلم من خلال دراسة شعيب الغباشي([2]) أثبتت أن هناك نظرة متباينة للعلاقة بين الإسلام والغرب وهناك مبالغة في رسم الصورة السلبية للمسلم والإسلام بشكل عام، كما توصلت دراسة شعيب عبد المنعم غباشي([3]) أن الإساءة للإسلام جزء من السياسة الدولية،وأثبتت دراسة صادق رابح([4]) في تحليله لمفهوم الإسلام في خطابات الفرنسية على الإنترنت أن الرؤية الفرنسية والغربية عمومًا، في مجملها للإسلام تسيطر عليها عقلية الإقصاء وتتسم بالماوية والاختزالية واختصار الإسلام في مجموعة السلبيات المضخمة ومن هنا يمكن القول إن الإساءة للإسلام والمسلمين لم تكن بجديدة على الحكومة الفرنسية ولكن عندما تمتد هذه الإساءة إلي خير البرية فهنا يتغير الموقف ورد الفعل، ومن خلال الشبكات الاجتماعية أستطاع الجمهور أن يعبر عن رأيه كما أتخذها الشباب سلاح للدفاع عن الرسول صلي الله عليه وسلم؛ ومن هنا بلورت الباحثة مشكلة الدراسة الحالية.

الدراسات السابقة:

بعد اطلاع الباحثة على العديد من الدراسات والأدبيات العلمية قامت الباحثة بسرد أهم الدراسات التي ترتبط بموضوع الدراسة الحالية:

- **هدفت دراسة (صلاح الدين رمضان، 2020)**[5] إلى معرفة الدور الذي تؤديه مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز ثقافة السِلْم المجتمعي من خلال تشكيل اتجاهات الرأي العام نحو تعزيز السِلْم المجتمعي في المجتمع الليبي، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي، وطبقت على عينة قوامها 400 مفردة، وتوصلت الدراسة في نتائجها إلى أن أكثر الإشباعات المتحققة هي الشعور بالارتياح عند قراءة الموضوعات التي تدعم السِلْم المجتمعي بمتوسط قيمته (4.2)، يليه في الترتيب تغيير نمط التفكير نحو تعزيز الوحدة الوطنية والسِلْم المجتمعي بقيمة (4.05)، وجاء في الترتيب الثالث إعادة نشر الموضوعات التي تدعم السِلْم المجتمعي ونشر السلام بقيمة (3.87)، بينت الدراسة أن التشتت السياسي والأمني وتأجيج الصراع الداخلي من أكثر الآثار السلبية التي يتركها الخطاب الإعلامي في مواقع التواصل الاجتماعي على السِلْم المجتمعي.
- **وبينت دراسة (نبراس صلاح، 2020)**[6] أهمية الإعلام الرقمي في تحقيق أهمية السِلْم المجتمعي من خلال تحقيق مبادئ المواطنة الرقمية، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي، وطبقت على عينة قوامها (200) مفردة من سكان بغداد، وتوصلت الدراسة في نتائجها إلى مجئ الفيس بوك في المرتبة الأولى بنسبة (83.51%)، وجاء اليوتيوب في المرتبة بنسبة (50%)، كما تساعد مواقع التواصل الاجتماعي في التعبير عن الرأي بُحُرية حول الموضوعات الاجتماعية في المرتبة الأولى بنسبة 55.31%، بينما حلت عبارة وفرت شكلًا جديدًا من العلاقات الاجتماعية بنسبة 54.78%، وثقة المبحوثين في طرق عرض مواقع التواصل الاجتماعي للموضوعات التي تتعلق بالسِلْم المجتمعي.
- **وتعرفت دراسة (عزيز دعيم، 2020)**[7] على توجهات الإدارة المدرسية لنشر ثقافة السِلْم المجتمعي في مدارس الجليل من وجهة نظر مديري المدارس، وتكونت الشباب الجامعي (عينة الدراسة) من 188 مفردة، واستخدمت الدراسة المقابلة المقننة للتعرف على نتائج الدراسة، وتوصلت الدراسة في نتائجها إلى أن مستوى توجهات الإدارة المدرسية نحو ثقافة السِلْم المجتمعي في مدارس الجليل جاء بدرجة تقدير مرتفعة، وتبين أنّ هناك فروقًا دالة إحصائيًا لتوجهات الإدارة المدرسيّة نحو

ثقافة السِلْم المجتمعي يعزى لمتغير (مستوى المدرسة)، وجاء لمصلحة إدارات المدارس الأساسية مقارنة بإدارة المدارس الثانوية.

- **وهدفت دراسة (Megersa Tolera,2020)**[8] تعرف دور السلام في فض النزاعات الداخلية في أثيوبيا والصراعات الداخلية. كما هدفت الدراسة إلى معرفة الأساليب والبرامج التعليمية في نشر السلام والتعايش والتصالح بين جميع الأطراف في أثيوبيا، واستخدمت الدراسة المنهج التحليلي، وتوصلت الدراسة في نتائجها إلى أن التعليم والإعلام أدوات رئيسة في نشر السلام والتصالح بين أطراف المجتمع الأثيوبي، كما نجحت وسائل الإعلام في التصدي للتطرف والإرهاب.
- **وأكدت أيضًا دراسة (Myria Christophini ,2020)**[9] على أهمية ودور الرسوم المتحركة في نشر السلام بين أفراد المجتمع، كما أكدت الدراسة على صحة المعلومات التي تنشرها الرسوم المتحركة، واستخدمت الدراسة المنهج التحليلي، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها: أن الرسوم المتحركة فعالة في إنهاء النزاعات والصراعات بين أطراف المجتمع الواحد، وقدرة الرسوم المتحركة على نشر الحوار والتفاهم بين أطراف المجتمع الواحد.
- **كما أوضحت دراسة (عزيز سمعان، 2019)**[10] العقبات أمام ثقافة السِلْم المجتمعي، والتعرف على عوامل معززة لثقافة السِلْم المجتمعي لدى الشباب الجامعي (عينة الدراسة)، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي وطبقت على عينة عمدية قوامها 27 مفردة، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها: أن أهم العقبات التي تعيق عملية نشر السِلْم المجتمعي، وغياب السِلْم المجتمعي عن الوعي المجتمعي بدرجة كبيرة، وانتشار التعصب بأنواعه بدرجة متوسطة، وندرة الدورات والورش التي تدعو إلى السِلْم المجتمعي بدرجة كبيرة.
- **وهدفت دراسة (خالد ممدوح العزي، 2019)**[11] التعرف على مفهوم السِلْم المجتمعي وخصائصه ودور وسائل الإعلام في توضيح مقومات تحقيق السِلْم المجتمع وإرساء قواعده في المجتمع، كما عرضت الدراسة دور الإعلام ومواقع التواصل الاجتماعي في نشر التنمية وتعزيز مقومات السِلْم المجتمع، واستخدمت الدراسة المنهج التحليلي، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها:

توفير إعلام أمني مضاد للإعلام المُغرِض والذي يهدف الى زعزعة استقرار المُجتمع، واستخدام التكنولوجيا لتعزيز قيم التسامح والحوار وثقافة قبول الآخر واحترام الثقافات الفرعية والتعايش السِلْمي.

- **كما بينت دراسة (محي الدين فايد، 2018)** [12] اتجاهات العاملين في الهيئة العليا لشئون العشائر للمحافظات الجنوبية ودورهم في تعزيز السِلْم الاجتماعي بقطاع غزة، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي لتحقيق أهداف الدراسة، واستخدمت الاستبانة أداة لجمع المعلومات من الشباب الجامعي (عينة الدراسة)، وتمثل الشباب الجامعي (عينة الدراسة) في 60 مفردة من العاملين بالهيئة، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن السِلْم الاجتماعي يشكل عاملًا أساسيا في تحقيق الأمن النفسي، وأن المعوقات التي تواجه الهيئة في عملها لتحقيق السِلْم الاجتماعي مرتفعة جدًا، وأكثر هذه المعوقات هي التعصب الحزبي والأوضاع الاقتصادية الصعبة، وعدم وجود دخل ثابت لبعض أعضاء الهيئة.
- **وأوضحت دراسة (رضا عبد الواجد،2013)** [13] توصيف حالات الإساءة للرسول (صلى الله عليه وسلم) سِلْم في مواقع التواصل الاجتماعي، ومحاولة التعرف على ماهية هذه الإساءات، اعتمدت الدراسة على منهج المسح باعتباره أحد المناهج العلمية المستخدمة، توصلت الدراسة إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي مجال تنشر فيه الإساءة للرسول (صلى الله عليه وسلم)، وتمثل وسيلة سهلة وفعالة في القيام بحملات إلكترونية لنصرة الرسول الكريم والتعريف بصفاته، تسببت حملات الإساءة التي انتشرت عبر الشبكات في إقبال العديد من الأفراد على التعريف بالرسول والمسلمين ونصرة المسلمين وتوحدهم وتأثير ذلك على الاقتصاد العالمي.
- **كما أكدت دراسة (Demir, 2011)** [14]على الجوانب المختلفة للسِلْم المجتمعي والمقترحات والحلول التي يمكن توفرها في الإدارة المدرسية من أجل تحقيق مباديء السِلْم المجتمعي، واستخدمت الدراسة أسلوب المقابلة لجمع المعلومات والبيانات المطلوبة، وطبقت على عينة قوامها 13 معلمة ومعلمًا بشكلٍ تطوعي، وتوصلت الدراسة في نتائجها إلى وجود مستويات منخفضة لدى الشباب الجامعي (عينة الدراسة) بثقافة السِلْم المجتمعي وآليات تطبيقه.

- **بالإضافة إلى ذلك رصدت دراسة (وائل صلاح، 2010)**[15] أسباب مشاهدة الشباب الجامعي (عينة الدراسة) للقنوات الفضائية الدينية، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي، كما تم سحب عينة قوامها 600 مفردة، بواقع 300 مفردة من القاهرة و150 مفردة من دمياط، 150 مفردة من المنيا، وتم سحب عينة تحليلية لبرامج من قناتي اقرأ والناس، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة نتائج من أهمها: اهتمت قناة اقرأ إلى درجة كبيرة بقضية الإساءة للإسلام حيث جاءت بنسبة (60.6%) حيث جاءت في المركز الأول

التعقيب على الدراسات السابقة:

- اجتمعت الدراسات السابقة على استخدام المنهج الوصفي التحليلي، وتتفق الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في استخدام المنهج الوصفي كمنهج للتحقق من نتائج الدراسة الحالية.
- اختلفت نوعية العينة التي اعتمدت عليها الدراسات السابقة فيما بينها حيث طبقت بعضها على المعلمين والمعلمات، وبعضها طبقت على الطلاب، ولكن طبقت الدراسة الحالية على عينة من طلاب جامعتي المنيا والأزهر.
- تباينت الأهداف التي رصدتها الدراسات السابقة فيما بينها، حيث هدفت إلى التعرف على عقبات نشر السِلْم المجتمعي، وإحداها هدفت إلى معرفة دور الرسوم المتحركة في نشر السِلْم المجتمعي، في حين هدفت الدراسة الحالية إلى معرفة درجة تعرض طلاب الجامعة لقضية الإساءة للرسول (صلى الله عليه وسلم)، وعلاقته بالسِلْم المجتمعي في مصر، وهذا ما لم تتناوله أيًا من الدراسات السابقة.

مشكلة الدراسة:

على خلفية ما قامت به فرنسا من إساءة للرسول (صلى الله عليه وسلم)، وبناءً على تصريحات الرئيس الفرنسي (ماكرون)، وإصراره على أن ما حدث في فرنسا وعرض المعلم الفرنسي الرسوم المسيئة للرسول (صلى الله عليه وسلم) هو حُرية شخصية، وعلى خلفية هذه الأحداث وانتشار الرسوم الدينية المسيئة عبر منصات التواصل الاجتماعي؛ تسبب ذلك في وجود حالة من الغضب في جميع الدول الإسلامية، وانتشرت العديد من المبادرات لنصرة الرسول (صلى الله عليه وسلم) ومنها

المقاطعة. تداول المغردون عبر المنصات الاجتماعية العديد من الهاشتاجات، وكان أشهرها "إلا رسول الله"، وبناءً على هذه التصريحات تزعزعت العلاقات بين جميع الدول الإسلامية ودولة فرنسا؛ مما يؤثر على السلام الاجتماعي، ولكن توسعت دائرة التأثيرات لتنتقل داخل مصر؛ عندما انتشر عبر المنصات الاجتماعية إساءة مدرس بالإسماعيلية للرسول (صلى الله عليه وسلم)، وانتشر الموضوع عبر المنصات وأثار غضب المسلمين جميعًا في مصر؛ وقام بعض رواد مواقع التواصل الاجتماعي بإطلاق العديد من النداءات والمنشورات لمحاكمة (جو)، واشتعلت الفتنة في بعض الأماكن منها الإسماعيلية، وفي قرية البرشا التابعة لمحافظة المنيا، وأثر ذلك على الأمن العام، كما أثر على السِلْم وحالة الوئام بين قطبي المجتمع المصري (المسلمين والمسيحيين)، وتدخل الأمن من أجل السيطرة على الموقف، وبهذا يمكن القول بإن "شبكات التواصل الاجتماعي تؤدي دورًا مؤثرًا في تعزيز السِلْم المجتمعي، وبعد رصد الباحثة للعديد من المنشورات وردود أفعال المسلمين والمسيحيين، وامتد التأثير خارجيًا؛ فنتج عن الهاشتاجات التي اتخذتها وتبنتها مواقع التواصل الاجتماعي على الاقتصاد الخاص بدولة فرنسا، وكذلك علاقتها الخارجية بالدول العربية الإسلامية، مما نتج عنه تغيير نمط الخطاب للرئيس الفرنسي (ماكرون)، فجعله يغرد بالعربية قائلًا "لا أتبنى الرسوم المسيئة للرسول (صلى الله عليه وسلم)، وهذه الأشياء أثرت على طبيعة الأمن والنظام السياسي واشعلت الفتنة بين المسلمين والمسيحيين مع إصرار المسلمين على النصرة للرسول (صلى الله عليه وسلم) حتى لا تتكرر هذه الإساءة مرة أخرى سواء داخليًا أو خارجيًا، وهذا كله نتج عنه تغير في لغة الخطاب عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وأسلوب الحوار، ونَجِمَ عنه ظهور العديد من الأطراف المتعصبة لرأيها، وأخرى ترى أن الموضوع حُرية. وكل هذا أثر على شكل العلاقات الحوارية والنقاشية بين جميع الأطراف، ونتج عنها قيام بعض الأفراد بأعمال عنف ضد الأخوة المسيحيين المتمثلة في شخصين قاما بالإساءة عبر صفحاتهم الخاصة، ولكن أثرت على ردود أفعال المسلمين المقيمين معهم في نفس المكان الجغرافي وبينهم وبين جميع المسلمين المنددين بهذه الإساءة، هذا بدوره يؤثر على شكل العلاقة بين الطرفين، وينتج عنه مظاهر عديدة تدعو للعنف والتعصب وقد تصل للفتنة الطائفية.

Offline.
Geo Hany
Search
Geo Hany
Add Friend
Suez Canal University
موجة غضب

انا مسيحي ضد الإساءة للدين الإسلامي
I'm Christian against ISLAM abuse
Je suis chrétien contre les insultes à l'islam

Remon Salama Nazmy
Like
Comment
Share
Write a comment..

ومن خلال رصد الباحثة لهذه الأزمة تمكنت من صياغة مشكلة الدراسة بناءً على ما تم عرضه، فيمكن بلورة مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيس الآتي:

ما درجة تعرض الشباب الجامعى لقضية الإساءة للرسول (صلى الله عليه وسلم) عبر الشبكات الاجتماعية وعلاقته بالسِلْم المجتمعى فى مصر؟

أهمية الدراسة: تكمن أهمية هذه الدراسة في تحديد النقاط الآتية:

1. رصد الدور الذي تقوم به مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز ونشر ثقافة السِلْم المجتمعي خاصة في الأزمات المختلفة.
2. كونها دراسة تتناول السِلْم المجتمعي في ظل وجود قضية دينية تحمل العديد من وجهات النظر بين أطراف وأطياف المجتمع، بين مَنْ ينظر إليها على اعتبار أنها حُرية شخصية، وآخرين ينظرون إلى الموضوع بأنه قضية خطيرة تهدد كيان المجتمع المصري في ظل وجود انقسام الآراء بخصوص قضية واحدة.
3. قدرة مواقع التواصل الاجتماعي على تشكيل اتجاهات الرأي العام بخصوص قضية الإساءة للرسول (صلى الله عليه وسلم) باعتبارها منصة للتعبير عن الرأي دون قيود. ومن هنا تكمن الخطورة في إساءة البعض لاستخدام هذه الحُرية.
4. فاعلية بعد الاحتجاجات والمقاطعات التي تزعمتها بعض الدول العربية؛ مما أثر في تشكيل الرأي العام واتجاهات الجمهور، وانعكس ذلك على زيادة متابعة الجمهور لقضية الإساءة للرسول (صلى الله عليه وسلم) بالتحديد.
5. أهمية موضوع السِلْم المجتمعي في ظل انتشار العنف الرياضي والتطرف الديني وانتشار العديد من أشكال التعصب وصوره.
6. يمكن أن تسهم هذه الدراسة في ثراء الدراسات الأدبية التي تتناول السِلْم المجتمعي.

أهداف الدراسة:

تسعى الدراسة الحالية إلى تحقيق مجموعة من الأهداف من أهمها:

1- الكشف عن أهم التأثيرات الإيجابية والسلبية التي تحدثها مواقع التواصل الاجتماعي في زعزعة السِلْم المجتمعي، خاصةً بعد قيام فرنسا بالإساءة للرسول (صلى الله عليه وسلم).
2- التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في الحملات الخاصة بمقاطعة المنتجات الفرنسية من وجهة نظر الشباب الجامعي (عينة الدراسة).
3- التعرف على أهم أسباب اشتراك الشباب الجامعي (عينة الدراسة) في حملات المقاطعة للمنتجات الفرنسية على مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي.
4- رصد أكثر الأساليب والقوالب المستخدمة في التصدي لقضية الإساءة للرسول (صلى الله عليه وسلم) عبر مواقع التواصل الاجتماعي
5- التعرف على تقييم الشباب الجامعي (عينة الدراسة) لعرض ومعالجة مواقع التواصل الاجتماعي لقضية الإساءة للرسول (صلى الله عليه وسلم).
6- التعرف على درجة اعتماد الشباب الجامعي (عينة الدراسة) على مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات الخاصة بقضية الإساءة للرسول (صلى الله عليه وسلم).
7- التعرف على درجة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي بالنسبة للمتغيرات الخاصة بالسِلْم المجتمعي لدى الشباب الجامعي (عينة الدراسة) "المسؤولية الاجتماعية، التسامح والأخوة، احترام آراء الآخرين، الحوار والسلوك المجتمعي".
8- كما تسعى الدراسة إلى معرفة درجة ثقة الشباب الجامعي (عينة الدراسة) في المعلومات التي تقوم بعرضها مواقع التواصل الاجتماعي في قضية الإساءة للرسول (صلى الله عليه وسلم).

- تساؤلات الدراسة:

1. ما درجة تعرض الشباب الجامعي (عينة الدراسة) لمواقع وشبكات التواصل الاجتماعي؟
2. هل يتابع الشباب الجامعي (عينة الدراسة) قضية الإساءة إلى رسول الله (صلى الله عليه وسلم) عبر شبكات التواصل الاجتماعي؟

3. ما أسباب متابعة الشباب الجامعي (عينة الدراسة) لقضية الإساءة إلى رسول الله صلى الله عليه وسِلْم عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟
4. هل كانت لشبكات التواصل الاجتماعي دور في مقاطعة الشباب الجامعي (عينة الدراسة) للمنتجات الفرنسية؟
5. ما أنماط المشاركة في الحملات الإعلامية لقضية الإساء للرسول (صلى الله عليه وسلم) عبر مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الشباب الجامعي (عينة الدراسة)؟
6. ما أكثر الأساليب والقوالب المستخدمة في التصدي لقضية الإساءة للرسول (صلى الله عليه وسلم) عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟
7. ما تقييم الشباب الجامعي (عينة الدراسة) لعرض مواقع التواصل الاجتماعي لقضية الإساءة للرسول (صلى الله عليه وسلم)؟

فروض الدراسة:

1. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة تعرض الشباب الجامعي (عينة الدراسة) لقضية الإساءة للرسول (صلى الله عليه وسلم) عبر الشبكات الاجتماعية، وشعورهم بالسِلْم المجتمعي في مصر.
2. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة تعرض الشباب الجامعي (عينة الدراسة) لقضية الإساءة للرسول (صلى الله عليه وسلم) عبر الشبكات الاجتماعية، ومعدل تفاعلهم معها.
3. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الشباب الجامعي (عينة الدراسة) في معدل تعرضهم لقضية الإساءة للرسول (صلى الله عليه وسلم) عبر الشبكات الاجتماعية وفق متغيرات (النوع، ومحل الإقامة، والجامعة).
4. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الشباب الجامعي (عينة الدراسة) في رؤيتهم للسِلْم المجتمعي في مصر في ضوء تناول قضية الإساءة للرسول (صلى الله عليه وسلم) عبر الشبكات الاجتماعية وفق متغيرات (النوع، ومحل الإقامة، والجامعة).

5. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين أنماط المشاركة في الحملات الإعلامية لقضية الإساءة للرسول (صلى الله عليه وسلم) عبر مواقع التواصل الاجتماعي والسِلْم المجتمعي في مصر.
6. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تقييم الشباب الجامعي (عينة الدراسة) لمعالجة مواقع التواصل الاجتماعي لقضية الإساءة للرسول (صلى الله عليه وسلم) وشعورهم بالسِلْم المجتمعي في مصر.

- **نوع الدراسة:**

تعد هذه الدراسة من الدراسات الميدانية التي تهتم برصد ووصف مشكلة أو قضية معينة، وتحليل ورصد دور مواقع التواصل الاجتماعي في عرض المعلومات التي تتصل بقضية الإساءة للرسول (صلى الله عليه وسلم)، ودور ذلك في نشر السِلْم المجتمعي في المجتمع المصري، حيث لاحظت الباحثة ردود أفعال الجمهور تجاه هذه القضية على عكس المرات السابقة عندما تكررت نفس الإساءة؛ لذا تقوم هذه الدراسة بوصف المشكلة وتحليلها ورصدها رصدًا دقيقًا شاملًا وتحليلها وتفسيرها بطريقة دقيقة.

- **منهج الدراسة:**

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي؛ لوصف الدراسة وتحليلها وتفسيرها؛ وذلك من خلال معرفة درجة تعرض الشباب الجامعي (عينة الدراسة) لمواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تعزيز السِلْم المجتمعي، والذي يعد من أنسب المناهج العلمية لوصف وتحليل الظاهرة، وذلك من خلال جمع البيانات وتبويبها وتفسيرها، وقد تم في هذه الدراسة مسح الآراء الخاصة بمستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي لمعرفة دورها في تعزيز السِلْم المجتمعي.

- **الشباب الجامعي (عينة الدراسة):**

قامت الباحثة بتطبيق أدوات الدراسة على عينة من طلاب الجامعة من خلال منصات التواصل الاجتماعي، وتمثل الشباب الجامعي (عينة الدراسة) في طلاب

جامعتي المنيا والأزهر من جميع الكليات (نظرية، وعملية)، والجنسين (ذكور، وإناث)، ومن جميع الفرق الدراسية.

جدول (1)

يوضح الخصائص الديموجرافية للشباب الجامعي (عينة الدراسة)

توصيف الشباب الجامعي (عينة الدراسة)	الفئة	التكرارات	النسبة المئوية
النوع	ذكر	229	%40.5
	أنثى	336	%59.5
	الإجمالي	**565**	**%100**
محل الإقامة	ريف	319	%56.5
	حضر	246	%43.5
	الإجمالي	**565**	**%100**
الجامعة	المنيا	286	%50.6
	الأزهر	279	%49.4
	الإجمالي	**565**	**%100**

قامت الباحثة باختيار العينة من محافظة المنيا وبالتحديد جامعة المنيا باعتبارها المجتمع المحلي لمشكلة قرية البرشا التي أثيرت مؤخرًا عبر الشبكات الاجتماعية، وتسببت في مشكلة استدعت تدخل الأمن لفض الإشتباكات بين الطرفين؛ نتيجة انتشار منشورات منسوبة لبعضٍ من الأشخاص المقيمين بالقرية، كما تم اختيار جامعة الأزهر؛ باعتبارها منارة الوسطية، واهتمامها بدراسة المواد الشرعية، كما أنها تؤدي دورًا كبيرًا في حل الخلافات والنزاعات بين الأفراد، وتعد المنارة الرسمية للعلاقات الدينية، وبالتالي يكون هناك تمثيل لجميع الأطراف ويمكن من خلاله تعميم النتائج.

متغيرات الدراسة: تمثلت متغيرات الدراسة في:

- **المتغير المستقل:** وتمثل في تعرض الشباب الجامعي (عينة الدراسة) لقضية الإساءة للرسول (صلى الله عليه وسلم).
- **المتغير التابع:** يتمثل في السِلْم المجتمعي في مصر.

- **المتغيرات الوسيطة:** تمثلت في (الجامعة- النوع- محل الإقامة)

مصطلحات الدراسة:

قضية الإساءة للرسول (صلى الله عليه وسلم): تقصد بها الباحثة جميع الرسوم المسيئة للرسول (صلى الله عليه وسلم)، وجميع البوستات التي تسببت في ظهور أزمة قد أوشكت على فتنة طائفية بين المسلمين والمسيحيين.

السِلْم المجتمعي في مصر: تقصد به الباحثة حالة الوئام والتوافق والتسامح بين قطبي المجتمع المصري (المسلمين والمسيحيين) (مسلمين، ومسيحيين)، وهو ما يعكس الحب والمودة والتفاهم والعيش بسلام في مكان واحد مهما اختلف الفكر والاتجاه.

الإطار المعرفي للدراسة:

تمهيد:

السِلْم المجتمعي في أبسط معانيه هو "توافر الاستقرار والأمن والعدل الكافل لحقوق الفرد في مجتمعه، أو في مجتمعات أخري[16]

السِلْم الاجتماعي هو "تحقيق الوئام والسلام داخل المجتمع الواحد من خلال تحقيق السلام بين شرائح المجتمع نفسه وطوائفه على اختلاف فئاته" فمن أهم المقاييس الأساسية لتقويم أي مجتمع، هو تشخيص حالة العلاقات الداخلية فيه، فسلامتها علامة على نهضة المجتمع وازدهاره؛ لذا يمكن القول بإن السلام المجتمعي دليل قوي على ثبات المجتمع، خاصةً في وجود نزاعات وصراعات داخلية في المجتمع نفسه.[17]

بالإضافة إلى ذلك فالسِلْم كلمة واضحة المعنى، تعبر عن ميل فطري في أعماق كل إنسان. وعليه يمكن اعتبار السِلْم دافع وحاجة إنسانية لا يمكن الاستغناء عنها في أي مجتمع من المجتمعات، خاصةً وقت الأزمات النفسية والفكرية، وتحكي رغبة جامحة في أوساط كل مجتمع سوي، وتشكل غاية وهدفًا نبيلًا لجميع الأمم والشعوب. والسِلْم من السلام وأصله السلامة أي البراءة والعافية والنجاة من العيوب والآفات والأخطار. [18]

والسِلْم على مستوى الوضع الداخلي للمجتمع والعلاقات القائمة بين أجزائه وفئاته، فقد يكون هناك مجتمع يعيش حالة احتدام وصراع داخلي، ومجتمع تسوده

أجواء الوئام والانسجام والوفاق، [19] وتعد قضية الإساءة للرموز الدينية من أبرز القضايا التي ينشب عنها خلاف وجدال بالمجتمع، وهذا بدوره يؤثر على حالة السلام والوئام داخل المجتمع الواحد، حيث تتشكل فئات الجمتع بناءً على معتقدات فكرية وأمنية، ويعد الحوار والاختلاف في الرأي ركيزة من ركائز استقرار المجتمع المصري. [20]

وبناءً على ما تقدم ترى الباحثة أن للسِلْم المجتمعي مجموعة من الخصائص منها:

- مفهوم السِلْم المجتمعي غير ثابت وغير محدد، ويتضح ذلك من خلال الأحداث المختلفة في المجتمع وآلية التعامل مع هذه المشكلات، فتؤدي مواقع التواصل الاجتماعي دورًا مهمًا في إبراز بعض المشكلات وتعبئة الرأي العام من خلال تضخيم المعالجة، وأساليب العرض من خلال تكثيف المتابعة والتريندات، وهذا ما حدث بالفعل في قضية الإساءة للرسول (صلى الله عليه وسلم)، فقد تكررت مثل هذه الإساءة في الأعوام السابقة كما فعلت الدنمارك، ولكن أسهمت مواقع التواصل الاجتماعي في الوقت الحالي في جعل هذه القضية قضية محورية جدلية؛ وذلك من خلال إطلاق العديد من حملات المقاطعة عبر المنصات الاجتماعية المختلفة.
- يمتاز السِلْم المجتمعي بالعديد من القواعد والأسس، وتختلف هذه القواعد بناءً على حجم المشكلات والاختلافات في الرأي، كما تتأثر هذه القواعد بضغط وحجم معالجة وسائل الإعلام للقضايا المختلفة الاجتماعية والسياسية والاقتصادية، كما أن حجم التغطية يؤثر في اتجاهات الجمهور، وذلك من خلال تبني بعض الاتجاهات والرؤى؛ وكل ذلك يسهم بدرجة كبيرة في تحقيق معايير السِلْم المجتمعي.

أهمية السِلْم المجتمعي في ظل تعددية الشبكات الاجتماعية:

تؤدي وسائل الإعلام بنمطيها التقليدي والجديد دورًا مهمًا في تشكيل الرأي العام وبالتالي التأثير على النسيج الاجتماعي والاستقرار في أي بلد من البلدان.

وفي عصر الثورة التكنولوجية والفضائيات صارت محطات التليفزيون تدخل كل بيت وتتعدى الحدود الجغرافية والحواجز القانونية والتعديلية.

وقد أثبتت العديد من الدراسات أن وسائل الإعلام قد تؤدي إلى تأثيرات سلبية على سلوكيات الشباب والأطفال من قبيل الجنوح إلى العنف والوحدة، بالإضافة إلى التأثيرات الصحية مثل السمنة وضعف البصر. (21)

تتيح مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي معبرًا كبيرًا للتعبير وحُرية الرأي، كما تساعد مواقع التواصل الاجتماعي على تفعيل منصة التعبير وتعدد الآراء ووجهات النظر، ولكن في بعد الأحيان تعد الآراء ووجهات النظر قضية تعصبية، حيث يخلق الجدل نوعًا التعصب ومن ثم تظهر بعض السلوكيات السلبية ومنها التنمر. وهذا ما حدث في الآونة الأخيرة نتيجة بعض الأحداث سواء على المستوى الديني أو على المستوى الرياضي، كما حدث في خلاف جماهير الأهلي والزمالك والتنمر على لاعب الزمالك شيكابلا على منصات التواصل الاجتماعي، وهذا يستدعي النظر في أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في تحقيق السِلْم المجتمعي؛ وقد ثبت من خلال العديد من الدراسات والأدبيات أن من آليات تفعيل السِلْم المجتمعي الحوار، ولا يقصد به هنا الحوار بين الأديان المختلفة فقط، ولكن لابد أن يسود الحوار بين أتباع الدين الواحد أيضًا، وبين كافة أطياف المجتمع وشرائحه. (22)

ولا يقصد بالحوار هنا مجرد تبادل الحديث بين طرفين، ولكن يقصد الحوار الإيجابي الذي ينتج عنه المصلحة العامة وتحقيق النفع للجميع، وإطلاق العديد من المبادرات الإيجابية لصناعة قرار صحيح، وفي حقيقة الأمر فإن شبكات التواصل الاجتماعي تتيح هذا بالفعل وذلك من خلال استمرار النشر في موضوع واحد وتوجيه الإعلام الحكومي ومؤسسات الدولة نحو نفس الموضوع. وهذا ما حدث في القضايا الأخيرة، خاصةً تلك المتعلقة بموضوع الدراسة الحالية وهو (الإساءة للرسول (صلى الله عليه وسلم) من خلال السلطة الفرنسية)، فكانت نقطة لإنطلاق الحوار عبر المنصات الاجتماعية بين أطياف المجتمع، وهم المسِلْمون والمسيحيون والاتحاد على رأي واحد، وهو نبذ أي إساءة لأي رمز ديني. ومن هنا يمكن القول بإن هذا الاتحاد كان عنوان لتحقيق السِلْم المجتمعي.

كما أن مجالات الحوار عديدة ومتنوعة تشمل جميع مجالات الحياة، ولكن العقيدة والدين هناك حساسية في الحوار تجاه هذه القضية بالتحديد. فالحوار في هذه

النقطة قد يكون عقيمًا، وقد ينشب عنه التعصب والتشدد، وينشب عنه خلاف قد يتسبب في تعكير الصفو العام، ويذبذب الأمن العام؛ لذا ترى الباحثة أن هناك مَنْ يحاول استغلال هذه النقطة وذلك من خلال خلق جدل طائفي بين قطبي المجتمع المصري (المسلمين والمسيحيين)، وذلك من خلال إساءة بعضٍ منهم –وهم فئة قليلة– للرسول (صلى الله عليه وسلم)، وبهذا يمكن القول بإنه قد يساء استخدام منصات التواصل الاجتماعي في خلق نوع من الخلاف والتعصب بين طوائف المجتمع.

كما يشار أيضًا إلى السِلْم المجتمعي بأنه يعني غياب الخلاف والحروب الطائفية بين أفراد المجتمع الواحد، وأن يسود الوئام والهدوء والاستقرار والأمان.[23]

كما أثبتت بعض الدراسات أن العلاقة بين قطبي المجتمع المصري (المسلمين والمسيحيين)، علاقة أمنة تسودها المحبة والسلام وقبول الآخر، وهذا ما يعكسه لغة الحوار بين الطرفين في القضية الواحدة وهو ما شوهد عند الإساءة للرسول (صلى الله عليه وسلم)، حيث أعلنت الكنائس والرموز المسيحية التضامن مع المسلمين ورفض سياسية الرئيس الفرنسي (ماكرون) في الإساءة، بل قامت بعض الرموز بإعلان تنظيم مسيرة من المقاطعات للمنتجات الفرنسية؛ مما أثر على الاقتصاد الفرنسي وأسهم في تغيير اللهجة الخطابية للحكومة الفرنسية.[24]

كما يعد التسامح من أهم مقومات تحقيق السِلْم المجتمعي، ويعد مؤشرًا للاستقرار والأمن النفسي على المستويين الداخلي والخارجي، ويعد وجوده دليل على تحقيق التوازن بين أفراد المجتمع وتقوية الأواصر المشتركة بينهم؛ لذا يعد التسامح بين أطراف المجتمع الواحد دليل على تحقيق السِلْم المجتمعي. [25]

من جهة أخرى، يبدو أن مفهوم السِلْم منبثّ بين جنبة الوحدة ممثلة في الفرد، وجنبة التعدد ممثلة في المجتمع، مع فرصة كبيرة ومهمة لتبادل الأدوار، بمعنى أن عدم استشعار الفرد لأهمية التعدد المبنى على قبول الآخر ومسايرته واحترامه والامتداد إليه والاندفاع نحوه وقبوله يعني انتفاء قدرته على أن يكون حاملًا لقيمة السِلْم، ما يعني أن وجوده في المجتمع وجود سالب إن لم يكن مدمار، في أحيان كثيرة وإن كانت الصفة للمجتمع هي صفة المسالمة. [26]

كما تتأثر الصورة الذهنية للسِلْم المجتمعي بنمط المعالجة وطريقة المعالجة الإعلامية فيؤدي الإعلام دورًا كبيرًا في التأثير على الصورة الذهنية للسِلْم من خلال تكثيف أساليب عرض الموضوعات، واستخدام التأثيرات النفسية والاجتماعية والاقتصادية؛ وكل ذلك يؤدي دورًا في تشكيل الاتجاهات لدى أفراد المجتمع، ومن ثم تحقيق الوئام والتوافق بين جميع أطيافه وفئاته. (27)

وبناءً على ما سبق ترى الباحثة أن السِلْم المجتمعي يعني إيجاد حالة من الاطمئنان والارتياح والثقة والأمن والتعاون والتكافل داخل المجتمع، وتأمين الحاجات الضرورية للإنسان سواء الحاجات النفسية أو الجسمية، وغياب السِلْم الاجتماعي يعني الخوف وغياب الأمن وانتشار الحقد وإشاعة جو من عدم الارتياح بين أفراد المجتمع؛ بحيث لا يأمن الجار جاره، والعلاقة بين الناس قائمة على المناكفة والتخاصم لا المحبة والتوائم، بالإضافة لوجود حالة من عدم إشباع الحاجات النفسية والجسمية للإنسان.

بالإضافة إلى ذلك فإن إيجاد حالة من السِلْم والأمن المجتمعي ضرورة ومقصد شرعي يجب العمل على إيجاده في المجتمع المُسِلْم، وفي ذلك تقول جيهان عبد الحليم :إنَّ أهمية الأمن والاستقرار الاجتماعي قد تجاوزت الحق الاجتماعي لتجعله ضرورة من ضرورات استقامة المجتمع الإنساني، وإن إقامته يعد شرعًا فريضة إلهية، وواجبًا لإقامة أساس الدين، واعتبرته ضرورة ملحة لأي مجتمع بكل شرائحه مسلمين وغير مسلمين.(28)

دور الإعلام والشبكات الاجتماعية في تعزيز السِلْم المجتمعي:

الإعلام كمؤسسة تعليمية تثقيفية ترفيهية يؤدي دورًا لا يقل أهمية عن دور المؤسسة التربوية في التنشئة الاجتماعية للفرد، إلى جانب المؤسسة العائلية، كما أن الوقت الذي يقضيه الطفل أو الشاب في تعامله مع وسائل الإعلام لا يقل أهمية عن الوقت الذي يقضيه في المدرسة.

بما يجعل الإعلام مؤثرًا أساسيا يقوم بالعبء الأكبر في تكوين قيم وثقافة المجتمع. ويصبح الدور الإعلامي الآن في نشر ثقافة التسامح والسلام أهم وأكبر من أي وقت مضى، ويقابل بتحديات عديدة تتعلق بتعدد المصالح المادية والاقتصادية والانتماءات

الإعلامية، بما لا يجعلها جميعًا خاضعة لسياسة واحدة، أو يمكن ترويضها أو تحميلها بمعايير والتزامات محددة تحددها السياسية الإعلامية أو السياسة العامة للدولة. [29]

ومن خلال ملاحظة الباحثة يمكن القول بإن "وسائل الإعلام تسهم في ضمان ديمقراطية المعرفة".

كما أن الوسائل الإعلامية السمعية والبصرية تؤديان وظيفة ثقافية وتربوية، حتى بالنسبة إلى مَنْ يجهل الكتابة والقراءة ،ولمن لم يتعلم في المدرسة، كما أن التعلم عبر وسائل الإعلام يقوم في جوهره على ترابط عضوي بين التعلم والترويح عن النفس، وتعد من المصادر الأساسية للمعلومة والتي يبنى عليها، وتعد ذات تأثير كبير في حياة الناس، وتقوم عليها اتجاهات الجماعات حيال الأحداث الجارية سواء بالقبول أو الرفض،[30] حيث تتولى وسائل الإعلام الدور الملموس في تشكيل موقف الجمهور المتلقي من القضايا المطروحة على الساحة المحلية والدولية، ولا يتوقف تغيير الاتجاه والموقف على القضايا العامة أو الأحداث المثارة، بل يمتد إلى القيم وأنماط السلوك، فقد يحدث أن يتقبل ما كان مرفوضًا من قبل، وذلك من خلال نسب الاعتماد على وسائل الإعلام، خاصةً في ظل وجود قضايا فكرية شائكة، منها ما يحتمل الجدل، ومنها ما لا يقبل النقاش مثل القضايا العقائدية. فالجدل فيها ينتج عنه الخلاف والتعصب، ومن ثم تقوم مواقع التواصل الاجتماعي بدور كبير في إخماد نيران الخلاف أو نشوبها؛ لذا تقترح الباحثة أن يكون هناك سياسة إعلامية تقوم على مباديء وأسس التربية الإعلامية؛ لأن وسائل الإعلام قادرة على نشر الثقافات والقيم التي تدعو إلى السلام والحوار والتعاطف مع بعض الطوائف والدفاع عن المعتقدات.[31]

وعليه يمكن اعتبار أن مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي تربة خصبة لنشر الثقافات والقيم السياسية والاجتماعية والأخلاقية والدينية من خلال إتاحة حُرية الرأي وتبادل وجهات النظر المختلفة بين جميع الأطراف.

كما تسهم خصائص وسمات مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي في نشر العديد من الأفكار والثقافات، منها ما هو سلبي، ومنها ما هو إيجابي. فقد تستخدم تلك الشبكات في التوعية الدينية ونشر الثقافة الدينية المرتبطة بالعقائد الدينية سواء عن طريق الفيديوهات المتنوعة أو المنشورات وغيرها من الوسائل والوسائط التي تسهم في

نشر الثقافة الدينية، وبالتالي توعية الجمهور والقضاء على الشائعات والأفكار المتطرفة والشائعات المرتبطة بالتعاليم الدينية، وهذا بدوره يسهم في تحقيق المصالحة الوطنية والتخلص من الفتنة الطائفية والقضاء على العصبية والأفكار المتطرفة.[32]

أهم آليات تحقيق السِلْم المجتمعي:

تتعدد الآليات التي يمكن من خلالها تحقيق السِلْم المجتمعي؛ فالصلح هو الحل الأمضى، والمهيع الأرشد لحل القضايا الممكنة الوقوع، فهو في الأصل قطع النزاع بوسيلة التراضي.

وقد تأخر النبي (صلى الله عليه وسلم) عن الصلاة التي هي عمود الدين لأجل الصلح بين فئتين؛ فقد ذهب (صلى الله عليه وسلم) إلى بني عمرو بن عوف يصلح بينهم فرجع والصحابة يصلون. [33]

من الطبيعي حدوث ما يؤثر على السِلْم المجتمعي، وفي الغالب فإن ذلك يؤثر على حالة الجماعة الاجتماعية، فالتصادم الخارجي (يؤدي بها إلى المغالاة وإلى التكتل لدفع الأذى المقبل).[34]

وعليه فلابد أن تتدخل الدولة من أجل تحقيق معايير الصلح بين طوائف المجتمع. إذًا فالتعددية مطلوبة، ولكن مع توافر الوفاق والتصالح بين جميع أطراف المجتمع؛ وذلك من خلال الاتفاق على معايير عامة من شأنها أن تحقق السِلْم المجتمعي والاستقرار والأمن النفسي بين جميع طوائف المجتمع.

كما أن السِلْم المجتمعي يعني خلق توازن فعلي بين الخصوصية (الثقافية، الدينية، اللغوية، العرقية)، وضرورة بناء منطق الاندماج القومي للمواطنين في بناء مجتمع تعددي وعادل.[35]

بالإضافة إلى ذلك تعد حُرية التعبير من مستلزمات عملية بناء السِلْم المجتمعي في أي مجتمع، فمن الثابت أن المجتمعات تقوم علي التعددية الثقافية والدينية والسياسية والاقتصادية، ولا يتحقق السِلْم المجتمعي دون أن تتمتع كل مكونات المجتمع من مساحات متساوية في التعبير عن آرائها، وهمومها، وطموحاتها، في مناخ عقلاني يسوده الانفتاح يمكن الاستماع إلى كل الأطراف، وتفهم كل الآراء، دون استبعاد لأحد، بهدف الوصول إلى الأرضية المشتركة التي يلتقي عندها الجميع.[36]

أهم القضايا التي تثيرها شبكات التواصل الاجتماعي وتؤثر على السِلْم المجتمعي:

- **الاستهزاء بالدين ورموزه:**

انتشرت في الفترات الأخيرة السخرية من بعض الرموز الدينية منها واقعة الإمام الشعراوي، مما تسبب في إزعاج العديد من المسلمين، وانطلاق العديد من الحملات الهجومية على من أساء للشعراوي، كما كثفت المنشورات على منصات التواصل الاجتماعي للتعريف بشخصيته لمن يجهله وعرض مؤلفاته ولقاءاته التليفزيونية، كما أنّ الاستهزاء والسخرية بالدين من أبشع وأخطر أنواع السخرية؛ لأن الاستهزاء بالدين يناقض الإيمان، فالإيمان تصديق بالله عز وجل وانقياد وخضوع له ولدينه، فمن استهزأ بدين الله فليس بمنقاد لله ولا لدينه ولا لأمره، فالاستهزاء إهانة لدين الله.

وهناك العديد من صور السخرية من أشهرها: في مواقع التواصل الاجتماعي نشر صور فيها سخرية من الملائكة أو شعائر الدين، أو الأنبياء، أو كتابة عبارات تستهز بالأديان، فهذا كله لا يجوز.

ومثل هذه الأفعال تؤثر على السِلْم المجتمعي، فهي تثير مشاعر كل المؤمنين لدرجة أنها قد توصل إلى الانتقام من المُستهزئ، ولذلك يجب الابتعاد عن الاستهزاء بكل الأديان.

- **إثارة العنصرية والطائفية:**

قد تمتد السخرية والإساءة من الأديان إلى نشر الفتنة الطائفية والعنصرية بين شرائح المجتمع الواحد من مسلمين ومسحيين، وهذا ما سببه بعض تعليقات الأخوة الأقباط على منشور ماكرون واعتبار ذلك حُرية شخصية، قد نتج عنه العديد من الحروب النفسية بين الطرفين، ومن أهم هذه الخلافات ما نجم عن منشور معلم الإسماعيلية، وانطلاق العديد من المبادرات التي تطالب بالحكم عليه والانتقام منه، كما وجدت حالة أخرى في صعيد مصر في قرية برشا بملوي، حيث قام أحد الأقباط بنشر منشور عن الرسول (صلى الله عليه وسلم)، فقام أهل القرية بمداهمة المنزل وإشعال النيران به وحشد العديد من الأشخاص للتعدي على هذا الشخص وقتله وهذا بدوره يزعزع الأمن، وذلك عن طريق نشر صور أو فيديوهات تثير العنصرية والطائفية والأحقاد بين الأفراد والجماعات والعائلات والدول.

ومما يثير الجدل أن العنصرية هي ممارسة تُبرز التفاوت الاجتماعي بين الناس وتقسّم الأجناس بطريقة تعسفية إلى أجناس عليا وأجناس دنيا، وتؤدي إلى عمليات التفرقة العرقية وعملية الإبادة الجماعية، وللعنصرية العديد من العرقية وعملية الإبادة الجماعية.(37)

وقد أكدت الشريعة الإسلامية وحرّم الإسلام هذه الممارسة بكل أشكالها؛ لأن الناس أصلهم واحد، والأفضلية فيه تكون بينهم على أساس التقوى وليس على أساس الأصول والأعراق.(38)

- وعليه فإن انتشار السخرية من الأديان والرموز الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي ينتج عنها العديد من النتائج منها:

- تسهم هذه السلوكيات في تفكك المجتمع ونشر الكراهية والضغينة بينهم وتجعل المجتمع غير مترابط، وهذا بدوره يؤثر على السِلْم المجتمعي.

- تنشر هذه السلوكيات العنصرية والفتنة الطائفية بين فئات وشرائح المجتمع، وهذا بدوره يؤثر على السِلْم المجتمعي.

وبذلك يمكن اعتبار أن السِلْم المجتمعي أحد أهم ركائز الاستقرار في الدولة، وإذا ما اختل فيها أو بجزء منها، فمن الصعب تجاوزه دونما أثار تنعكس مباشرة على المجتمع، لذا تؤدي وسائل الإعلام ومواقع وشبكات التواصل الاجتماعي دورًا كبيرًا في نشر مفاهيم ومبادئ السِلْم المجتمعي.(39)

- أدوات الدراسة:

اعتمدت الباحثة على أداة الإستبانة كأداة لجمع البيانات والمعلومات، وذلك باعتبارها أكثر الوسائل انتشارًا وشيوعًا واستخدامًا في الدراسات الميدانية، وقامت الباحثة بإعداد أداة الإستبانة بعد الاطلاع على العديد من الدراسات، ثم قامت الباحثة بتصميم أداة الإستبانة بناءً على تساؤلات الدراسة، حيث قامت الباحثة بوضع الأسئلة الخاصة بكل تساؤل من تساؤلات الدراسة، وذلك بهدف الحصول على معلومات وبيانات وآراء المبحوثين من خلال الشباب الجامعي (عينة الدراسة).

وقد قامت الباحثة ببناء مقياسين تضمنتهما استمارة الإستبانة: **المقياس الأول:** لقياس مدي فعالية مواقع التواصل الاجتماعي في عرض قضية الإساءة للرسول (صلى الله

عليه وسلم) من وجهة نظر الشباب الجامعي (عينة الدراسة) وتكوّن المقياس من تسع عبارات وكان ثلاثي وكانت طريقة تصحيحه كالآتي:

نوع العبارة	موافق	محايد	معارض
الإيجابية	ثلاث درجات	درجتين	درجة
السلبية	درجة	درجتين	ثلاث درجات

المقياس الثاني: لقياس تأثير التعرض لقضية الإساءة للرسول (صلى الله عليه وسلم) من خلال منصات التواصل الاجتماعي، وتأثير ذلك على أبعاد السِلْم المجتمعي، وتكوّن المقياس من أربعة محاور، واشتمل على 30 عبارة ما بين السلبية والإيجابية، وهو كالآتي:

البعد	المسؤولية الاجتماعية	التسامح والأخوة	احترام آراء ومساعدة الآخرين	الحوار والسلوك المجتمعي
أرقام العبارات	9-1	17-10	25-18	30-26

ثم قامت الباحثة بعرض الأدوات على مجموعة من المحكمين، وبعد إجراء التعديلات قامت الباحثة بتطبيق الأدوات على الشباب الجامعي (عينة الدراسة).

الصدق والثبات:

إجراءات ثبات الإستبانة: قامت الباحثة بحساب ثبات الإستبانة بالتطبيق على عينة استطلاعية قوامها (40) مبحوثًا، و**باستخدام معادلة ألفا كرونباخ** فجاء الثبات مساويًا (.90) وهي درجة تؤكد تمتع الإستبانة بدرجة ثبات عالية.

الصدق الذاتي: تم حساب الصدق الذاتي كمؤشر لصدق الإستبانة؛ وذلك بحساب الجزر التربيعي لمعامل الثبات، وقد جاء مساويًا (.94)، مما يدل على تمتع الإستبانة بدرجة عالية من الصدق.

المعاملات الإحصائية المستخدمة:

باستخدام برنامج "الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية Spss" من خلال اللجوء إلى المعاملات الإحصائية التالية:

- معامل ألفا كرونباخ لحساب الثبات.
- الجزر التربيعي لحساب الصدق.
- التكرارات والنسب المئوية.
- الوزن النسبي.
- معامل ارتباط بيرسون.
- المتوسط الحسابي Average.
- الانحراف المعياري.
- اختبار (ت) لدلالة الفروق T.Test.

-النتائج العامة للدراسة:

جدول (2)

يوضح معدل تعرض الشباب الجامعي (عينة الدراسة) لمواقع وشبكات التواصل الاجتماعي

المواقع	العينة الكلية						
	التكرار لدرجة التعرض				الوزن النسبي	النسبة المئوية	الترتيب
	كبيرة	متوسطة	ضعيفة	لا أتعرض			
فيس بوك	318	179	49	19	1926	85.22	2
تويتر	52	82	151	280	1036	45.84	5
يوتيوب	187	207	123	48	1663	73.58	3
انستجرام	154	129	131	151	1416	62.65	4
الواتس اب	419	101	28	17	2052	90.79	1
لينكد إن	38	45	113	369	882	39.02	6
الإجمالي					8975	%66.18	

يتضح من بيانات الجدول السابق: أن النسب المئوية لمعدل تعرض الشباب الجامعي (عينة الدراسة) لمواقع وشبكات التواصل الاجتماعي تراوحت ما بين

(90.79: 39.02)، حيث جاء (الواتس اب) في الترتيب الأول، في حين جاء في الترتيب الثاني فيس بوك، فيما جاء موقع (لينكد إن) في الترتيب الأخير.

ويتضح للباحثة من خلال النتائج أن تغير المراكز لمواقع وشبكات التواصل الاجتماعي يتوقف على طبيعة الأزمة والقضية، حيث لاحظت الباحثة في الفترة الأخيرة خاصة في ظل جائحة كورونا احتل الواتس اب الترتيب الأول في معظم الأزمات، حيث يعد أداة للتواصل الاجتماعي كبديل للتواصل التقليدي الفعلي خاصة في ظل وجود الإجراءات الاحترازية، لذا ترى الباحثة أنه يتمتع بشيء من الخصوصية عن الفيس بوك، فكل مَنْ يتواجد على الواتس اب أرقامهم معروفة لبعض فلا يتواصلون مع أفراد مجهولين الهوية، كما يقوم الطلاب بإنشاء مجموعات علي الواتس اب لمتابعة الأعمال الدراسية والمحاضرات؛ لذا يعد أداة خدمية وتعليمية تفاعلية أكثر فاعلية من المواقع الأخرى، وهذا ما جعله في الترتيب الأول، وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة (إيمان عاشور سيد، 2020)،[40] والتي أشارت إلى تصدر الواتس اب المواقع والشبكات التي تعرض لها الشباب الجامعي (عينة الدراسة) أثناء كوفيد- 19، حيث حصل على وزن نسبي (90.43)، يليه في الترتيب الفيس بوك بوزن نسبي (83.45)، ثم اليوتيوب بوزن نسبي (73.74).

وتختلف هذه النتيجة مع نتائج دراسة (صايل السرحان وآخرين، 2016)، [41] حيث احتل الفيس بوك المرتبة الأولى بنسبة (90.4%)، يليه الواتس اب بنسبة (84.3%)، وانستجرام في المرتبة الثالثة بنسبة (54.6%)، وهذا ما يؤكد انتشار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بين طلاب جامعة آل البيت وارتفاع نسبة المشتركين فيها.

جدول (3) يوضح أسباب استخدام مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي

الأسباب	العينة الكلية					
	التكرار			الوزن النسبي	النسبة المئوية	الترتيب
	موافق	محايد	معارض			
إعلان موقفي من الأحداث من خلال التعبير عن رأيي وأفكاري	295	221	49	1376	81.17	8
التواصل مع الآخرين.	471	87	7	1594	94.04	1
الترفيه والتسلية وقضاء وقت الفراغ.	401	119	45	1486	87.66	4
تبادل الخبرات والثقافة مع مَنْ هم خارج دولتي	287	201	77	1340	79.05	9
لمعرفة الأحداث والتطورات المحلية والإقليمية والدولية.	416	122	27	1519	89.61	3
تكوين صداقات والتعرف على أصدقاء جدد.	284	190	91	1323	78.05	11
معرفة أراء الناس حول القضايا المهمة.	377	156	32	1475	87.02	5
الحصول على الأخبار والمعلومات الخاصة بقضايا الرأي العام	356	166	43	1443	85.13	7
لمتابعة أهم الأزمات والقضايا حول العالم مثل قضية الإساءة للرسول (صلى الله عليه وسلم)	444	97	24	1550	91.44	2
بناء وتحقيق الذات.	272	225	68	1334	78.70	10
للمشاركة في مقاطعة منتجات البلد المسيئة	373	143	49	1454	85.78	6

يتضح من بيانات الجدول السابق: أن النسب المئوية لأسباب استخدام الشباب الجامعي (عينة الدراسة) لمواقع وشبكات التواصل الاجتماعي تراوحت ما بين (94.04 :78.05)، حيث جاءت عبارة (التواصل مع الآخرين) في الترتيب الأول، فيما جاء موقع (تكوين صداقات والتعرف على أصدقاء جدد) في الترتيب الأخير.

ويمكن تفسير ذلك بأن الشبكات الاجتماعية لا تزال تعد وسيلة رئيسة للتواصل مع الآخرين سواء داخل إطار العملية التعليمية أو خارجها، فقد حل الإنترنت بأدواته وتقنياته المختلفة محل الوسائل التقليدية كالاتصال الهاتفي أو الزيارات الميدانية، فقد أثرت الضغوط اليومية –المشاكل والأعباء اليومية– وجعلت الإنترنت أسرع في التواصل مع الآخرين وتكوين معارف وصداقات وغيرها من أسباب التفاعل الاجتماعي، بينما تعد أيضًا وسيلة أساسية للحصول على المعلومات الخاصة بموضوع معين،

خاصةً إذا كان هذا الموضوع قضية رأي عام مثل: جائحة كورونا وغيرها من الأزمات الصحية والسياسية والاقتصادية، وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة (إيمان عاشور سيد، 2020) حيث أثبتت أن الدوافع والأسباب التي جاءت معبرة عن رأي الجمهور المصري في ظل جائحة كورونا، وجاءت مختلفة عن ذي قبل من غيرها من الأزمات والأمور العادية، حيث جاء في الترتيب الأول (**التواصل مع الآخرين** بوزن نسبي بلغ 95.62) يليها في الترتيب (**الحصول على الأخبار والمعلومات** بوزن نسبي بلغ92.64)، في حين جاء في الترتيب الثالث (**لمتابعة أهم الأزمات والقضايا حول العالم مثل: أزمة فيروس كورونا بوزن نسبي بلغ**91.53)، ومن ثم جاء في الترتيب الأخير (**إعلان من الأحداث من خلال التعبير عن رأيي وأفكاري** بوزن نسبي بلغ78.68)؛ وتختلف هذه النتيجة مع نتائج دراسة (حسين علي نور، 2019، ص: 625)[42]؛ حيث حصلت المشاركة بالآراء والنقاشات والتعليقات على الترتيب الأول بنسبة 16.9%، في حين جاء في الترتيب الأخير للمشاركة بالمعلومات الجديدة التي أحصل عليها لكي أشارك فيها الآخرين بحُرية تامة بنسبة 3%.

جدول (4) يوضح معدل متابعة الشباب الجامعي (عينة الدراسة) قضية الإساءة إلى رسول الله (صلى الله عليه وسلم)

البدائل	التكرار	النسبة المئوية	الترتيب
دائمًا	381	%67.4	**1**
أحيانًا	184	%32.6	**2**
لا	0	%0	**ـــــ**
الإجمالي	**565**	**%100**	

يتضح من بيانات الجدول السابق: أن معدل متابعة الشباب الجامعي (عينة الدراسة) لقضية الإساءة إلى رسول الله (صلى الله عليه وسلم) تمثلت في (دائمًا) في الترتيب الأول بنسبة 67.4%، ثم (أحيانًا) في الترتيب الثاني بنسبة 32.6%، فيما لم تحظ (لا) بأي نسبة مئوية.

ولعل ذلك يرجع إلى أن طبيعة الشبكات الاجتماعية تفرض خصوصية على القضايا التي يتابعها الجمهور بفئاته المختلفة، وخاصة القضايا المثيرة للجدل وقضية

الإساءة للرسول (صلى الله عليه وسلم)، قضية تهم جميع الدول الإسلامية، وكذلك الأمر بالنسبة للمجتمع المصري فيعد نسيجًا واحدًا، لذا انتشرت العديد من المساندات والمبادرات، بغض النظر إن كان هناك بعض العناصر الغريبة أو الطفيفة، فترى الباحثة أن أزمة الإساءة للرسول (صلى الله عليه وسلم) قد جمعت بين طوائف الشعب وفئاته؛ لذا فترى الباحثة أن الأزمات تقرب بين الشعوب وتوحد الصفوف وتزيل الفوارق، وتعد قضية الإساءة للرسول (صلى الله عليه وسلم) من الموضوعات الدينية العقائدية التي استدعت العديد من القرارات والحملات، فأصبح على كل فرد مسؤولية اجتماعية، ورد فعل تجاه هذا الموضوع، بالتحديد خاصةً مع تكراره أكثر من مرة من الدنمارك تارة ومن فرنسا تارة أخري.

وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة (شيماء الهواري،2019) أن درجة متابعة المبحوثين لاعتداءات مسجدي نيوزيلاندا بصفحة قناة BBC" عربي": كانت كالتالي: (أتابع بدرجة كبيرة جدًا) في المركز الأول بنسبة (25.36%) ثم (أتابع بدرجة كبيرة) في المركز الثاني بنسبة (75.33 %).

جدول (5) يوضح أسباب متابعة الشباب الجامعي (عينة الدراسة) لقضية الإساءة إلى رسول الله (صلى الله عليه وسلم) عبر مواقع التواصل الاجتماعي

الأسباب	التكرار	النسبة المئوية	الترتيب
للحصول على تفاصيل دقيقة عن قضية الإساءة	257	45.5	**1**
لمتابعة آخر المستجدات الخاصة بهذه القضية	221	39.1	**4**
للتعرف على الآراء ووجهات النظر المختلفة الخاصة بهذه القضية	73	12.9	**7**
للتعرف على أهم القرارات التي تتخذها الدول للتصدي لهذه القضية	33	5.8	**8**
لإبداء رأيي تجاه هذه القضية	163	28.8	**6**
لمعرفة دور المجتمع والأفراد في مواجهة هذه الأزمة	228	40.3	**2**
لمتابعة الأخبار العالمية والمحلية والخاصة بموضوع الإساءة	200	35.4	**5**
للوقوف على أبرز الإجراءات التي تم اتخاذها لحل هذه الأزمة	223	39.5	**3**

(*) بإمكان المبحوث اختيار أكثر من بديل (ن=565)

يتضح من بيانات الجدول السابق: أن أسباب متابعة الشباب الجامعي (عينة الدراسة) لقضية الإساءة إلى رسول الله (صلى الله عليه وسلم) عبر مواقع التواصل الاجتماعي تمثلت في (الحصول على تفاصيل دقيقة عن قضية الإساءة) في الترتيب الأول بنسبة 45.5%، ثم (لمعرفة دور المجتمع والأفراد في مواجهة هذه الأزمة) في الترتيب الثاني بنسبة 40.3%، وفي الترتيب الأخير (للتعرف على أهم القرارات التي تتخذها الدول للتصدي لهذه القضية) بنسبة 5.8%.

وبناء علي ما سبق ترى الباحثة أن الدوافع المعرفية كانت من أولى دوافع العينة لمتابعة القضية، وهي معرفة جميع التفاصيل الخاصة بالقضية، حيث أشعلت الشبكات والمواقع الاجتماعية دافع التعرف على تفاصيل القضية لحظة بلحظة؛ للوقوف على أهم المستجدات الخاصة بتصريحات ماكرون، أيضًا التعرف على ردود فعل الجمهور وطرق الدفاع عن القضية، وتبني بعض الآليات ومن أمثلتها الهاشتاجات، حيث تداول

ناشطون مسيحيون في مصر صورة مكتوبًا عليها "أنا مسيحي ضد الإساءة للدين الإسلامي" بالعربية والفرنسية تضامنًا مع المسلمين ضد التصريحات المسيئة للإسلام، التي أطلقها الرئيس الفرنسي إيمانويل ماكرون، مما زاد من جماهيرية القضية وجعلها قضية رأي عام، وتسارع الجميع من أجل الدفاع عن رسول البرية (صلى الله عليه وسلم)، وهذا يعكس دور المجتمع في التصدي لهذه القضية وتطورت أليات الدفاع من مجرد شعارات وتريندات إلى حملات مقاطعة للبضاعات والمنتجات الفرنسية، مما يعكس دور المجتمع، لذا جاء معرفة التفاصيل ومعرفة دور المجتمع في مقدمة دوافع متابعة قضية الإساءة للرسول (صلى الله عليه وسلم).

فمثل هذه الصور والمنشورات تعكس دور المجتمع من وجهة نظر الشباب الجامعي (عينة الدراسة)، وبالتالي فالمتابعة من وجهة نظرهم من أجل المعرفة والتعرف على ملامسة الواقع ومعرفة رد فعل الجمهور تجاه هذه القضية.

وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة (2012,Zeynep ufTekci)[43] حيث أكدت الدراسة في نتائجها أن أكثر من نصف أفراد الشباب الجامعي (عينة الدراسة) (52%) كان لديهم صفحة على موقع الفيس بوك، وتم استخدامه كوسيلة للتواصل حول الاحتجاجات، بينما كان نسبة من لديهم حساب على تويتر (16%) فقط .

جدول (6) يوضح رؤية الشباب الجامعي (عينة الدراسة) حول دور شبكات التواصل الاجتماعي في مقاطعة المنتجات الفرنسية

البدائل	التكرار	النسبة المئوية	الترتيب
نعم لها دور	513	%90.8	**1**
لم يكن لها دور	52	%9.2	**2**
الإجمالي	**565**	**%100**	

يتضح من بيانات الجدول السابق: أن رؤية الشباب الجامعي (عينة الدراسة) حول دور شبكات التواصل الاجتماعي في مقاطعة المنتجات الفرنسية تمثلت في (نعم) بنسبة 90.8% في الترتيب الأول، ثم (لا) في الترتيب الثاني بنسبة 9.2%.

ولعل هذه النتائج تعكس تأثير الشبكات الاجتماعية في اتخاذ القرارات حيث أسهمت الصور التي تناقلتها مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي في انتشار حملة المقاطعة على نطاق واسع، كما أسهم ذلك في تبني العديد من الهايبرات والسلاسل التجارية حملة المقاطعة ونشر روح المبادرة من أجل نصرة الرسول (صلى الله عليه وسلم)، حيث تداول الرواد هذه الصور وانتشرت الحملة على نطاق واسع بين الدول الإسلامية، لذا يرى الشباب الجامعي (عينة الدراسة) أن الشباب لديهم قناعة بدور وأهمية مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي في انتشار حملة مقاطعة المنتجات الفرنسية على نطاق جعرافي واسع داخل البلاد وخارجها.

وتتفق نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراسة (**Megersa Tolera,2020**) أثبتت الدراسة في نتائجها أن التعليم والإعلام أدوات رئيسة في نشر السلام والتصالح بين أطراف المجتمع الأثيوبي، كما نجحت وسائل الإعلام في التصدي للتطرف والإرهاب.

وبهذا تتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة (أسامة غازي، 2015) [44] حيث أثبتت أن 41.86% من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي لديهم مستوى مرتفع في تشكيل الرأي العام، وبالتالي يمكن القول بإن شبكات التواصل الاجتماعي تسهم في تشكيل الرأي العام لدى أفراد العينة.

وهذا ما تؤكده دراسة (عبد الكريم الدبيسي، 2013)[45] والتي بينت أن تلك الشبكات أصبحت تشكل مصدرًا من مصادر حصولهم على الأخبار والمعلومات التي من شأنها التأثير في تشكيل الرأي العام، ومنافسة لوسائل الإعلام التقليدية والصحافة الإلكترونية في ذلك، وكان بعض معلوماتها إيجابيًا مثل: تعزيز الروح الوطنية والولاء والانتماء، والبعض الآخر سلبيًا مثل: محاولة ربط الأحداث الجارية في الدول المجاورة بالوضع الداخلي، والتشكيك في مصداقية ما تبثه وسائل الإعلام الوطنية الرسمية وشبه الرسمية، والتحريض على التظاهر أو الاعتصام أو الإضراب، واستخدام العامل الديني لإثارة سلوك أفراد المجتمع، أو الدعوى لمقاطعة الأنشطة والفعاليات التي تدعو إليها الحكومة.

وبهذا تتفق نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراسة (رضا عبد الواجد، 2013) حيث توصلت الدراسة إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي كما أنها مجال تنشر فيها الإساءة

للرسول (صلى الله عليه وسلم)، فإنها تمثل وسيلة سهلة وفعالة في القيام بحملات إلكترونية لنصرة الرسول الكريم والتعريف بصفاته، تسببت حملات الإساءة التي انتشرت عبر الشبكات في إقبال العديد من الأفراد علي التعرف على الرسول والمسلمين ونصرة المسلمين وتوحدهم وتأثير ذلك على الاقتصاد العالمي.

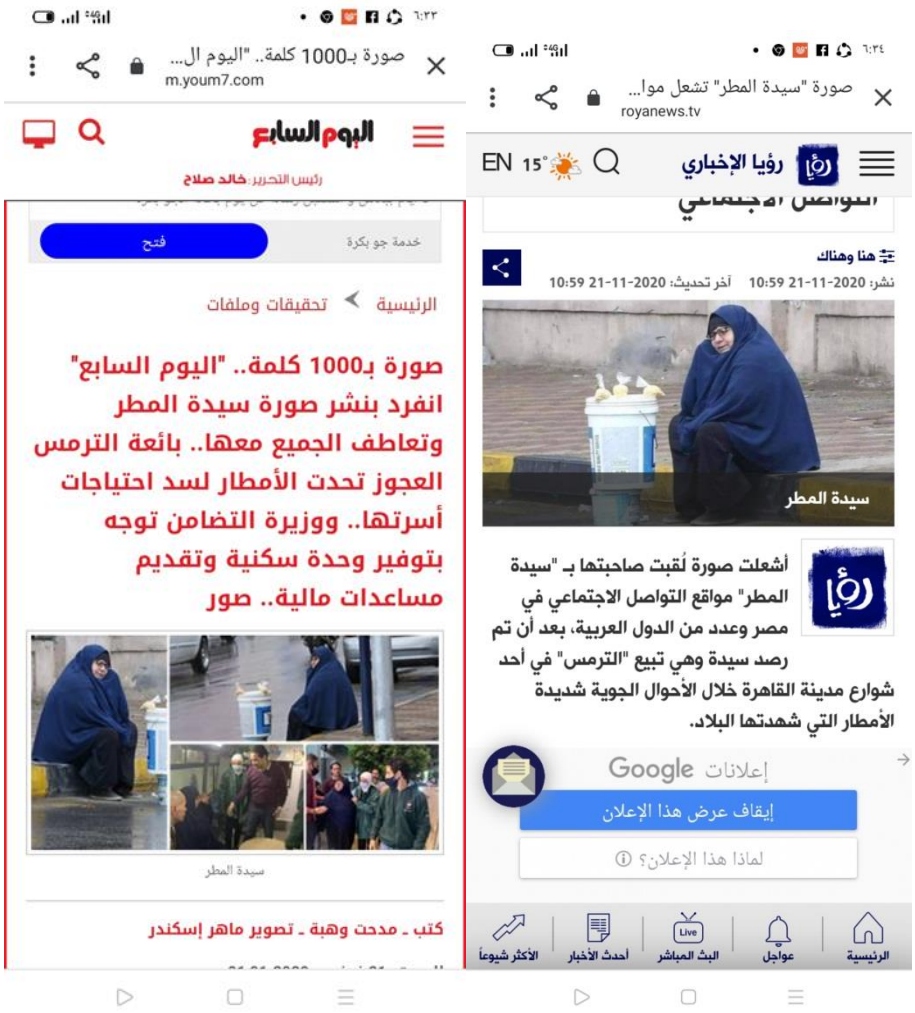
جدول (7) يوضح أكثر المواقع التي كان لها أثر في مقاطعة المنتجات الفرنسية من وجهة نظر الشباب الجامعي (عينة الدراسة)

المواقع	العينة الكلية						
	التكرار لدرجة التأثير				الوزن النسبي	النسبة المئوية	الترتيب
	كبيرة	متوسطة	ضعيفة	لا تؤثر			
فيس بوك	468	63	13	21	2108	93.27	1
تويتر	181	137	104	143	1486	65.75	4
يوتيوب	145	195	127	98	1517	67.12	3
انستجرام	143	126	158	138	1404	62.12	5
واتس اب	219	110	131	105	1573	69.60	2
لينكد إن	67	95	126	277	1082	47.87	6

يتضح من بيانات الجدول السابق: أن النسب المئوية لأكثر المواقع التي كان لها الأثر في مقاطعة المنتجات الفرنسية من وجهة نظر الشباب الجامعي (عينة الدراسة) تراوحت ما بين (93.27: 47.87)، حيث جاء موقع (فيس بوك) في الترتيب الأول، فيما جاء موقع (لينكد إن) في الترتيب الأخير.

وتفسر الباحثة هذه النتائج بأن موقع الفيس بوك من أكثر المواقع التي كان لها دور وتأثير في تبني فكرة المقاطعة للمنتجات الفرنسية، مما أثر على الاقتصاد الفرنسي، كما ترى الباحثة أن الفيس بوك من أسهل المواقع استخدامًا، كما أنه يمتاز بالجمع ما بين أكثر من وسيط وسرعة انتشار الفيديوهات والوسائط المتعددة من خلاله، وذلك جعل انتشار المعلومات عليه أسرع وأكثر شيوعًا؛ لذا تصدر المواقع في التأثير

على الشباب الشباب الجامعي (عينة الدراسة)، كما أسهم في صناعة العديد من القرارات خاصة في الفترة الأخيرة، ومنها أكثر من حالة مثل: تداول رواد مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي لصورة السيدة التي تجلس في المطر لتبيع وبعد أن انتشرت هذه الصورة، نتج عنها العديد من القرارات حيث أصدرت وزارة التضامن الاجتماعي قرار معاش مدى الحياة وتلبية جميع احتياجاتها.



وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة (مصعب حسام الدين، 2012) [46] حيث في نتائجها على دور الفيس بوك في تهيئة الأجواء قبل اندلاع الثورة من خلال نجاح نشطاء الإنترنت بتسليط الضوء على قضايا مهمة، مثل: الفساد والتعذيب في السجون والمعتقلات، وأخيرًا الدور المباشر الذي لعبه الفيس بوك وخاصة "صفحة كلنا خالد

سعيد" في إطلاق الشرارة الأولى، وخلصت الدراسة إلى أن طفرة التكنولوجيا والتطور السريع لشبكات الإنترنت وتقنية المعلومات فرضت نفسها بقوة، وأصبحت للمرة الأولى النواة التي تنطلق منها شرارة الثورة والتغيير.

وتتفق نتائج هذه الدراسة مع (دراسة نبراس صلاح، 2020) حيث جاء الفيس بوك في المرتبة الأولى بنسبة (83.51%) وجاء اليوتيوب في المرتبة التالية 50%.

المصـــــدر: متـــــاح بتـــــاريخ 2020/12/20م علـــــى الـــــرابط:
https://www.dimofinf.net/blog/%D8%A5%D8%AD%D8%B5%D8%A7%

جدول (8) يوضح أسباب مشاركة الشباب الجامعي (عينة الدراسة) في الحملات الإعلامية الموجودة على مواقع التواصل الاجتماعي

الأسباب	التكرار	النسبة المئوية	الترتيب
إيمانًا مني بدوري في المجتمع	292	51.6	1
ثقتي في التأثير الذي يمكن أن تقوم بها وسائل التواصل الاجتماعي	245	43.3	2
أهمية الدور الذي تقوم به مواقع التواصل الاجتماعي في هذه القضية	56	9.9	4
التأثير الإعلامي الذي تقوم به مواقع التواصل الاجتماعي	24	4.2	5
لمجرد التعبير عن الرأي	138	24.4	3
لإتاحة فرصة كبيرة للتعبير عن رأيي دون قيود	19	3.3	6

(*) بإمكان المبحوث اختيار أكثر من بديل (ن=565)

يتضح من بيانات الجدول السابق: أن أسباب مشاركة الشباب الجامعي (عينة الدراسة) في الحملات الإعلامية الموجودة على مواقع التواصل الاجتماعي تمثلت في (إيمانًا مني بدوري في المجتمع) في الترتيب الأول بنسبة 51.6%، ثم (ثقتي في التأثير الذي يمكن أن تقوم به وسائل التواصل الاجتماعي) في الترتيب الثاني بنسبة 43.3%، وفي الترتيب الأخير (لإتاحة فرصة كبيرة للتعبير عن رأيي دون قيود) بنسبة 3.3%.

ويتضح للباحثة من النتائج السابقة أن الشباب الجامعي (عينة الدراسة) لديهم قدر عالٍ من المسؤولية، كما يشعرون بالدور المؤثر الذي تؤديه وسائل التواصل الاجتماعي في التأثير على الحكومات وما يدعم ذلك اتخاذ الدول العديد من القرارات من أجل مواجهة العديد من المشكلات، وخاصة تلك التي تحمل الطابع الجدلي لدى الشباب الجامعي (عينة الدراسة)، وقد ثبت ذلك فعليًا من خلال العديد من المواقف وتغيير نبرات الخطاب لدى ماكرون خاصة بعد تكبد دولته العديد من الخسائر الاقتصادية، وبذلك شعر الشباب الجامعي (عينة الدراسة) بأهمية ما يفعلونه وإيمانهم بأهمية المواقع في المشاركة في حملة مقاطعة المنتجات الفرنسية.

وتعد مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي منبر للرأي والرأي الآخر: إن من أهم خصائص مواقع التواصل الاجتماعي سهولة التعديل على صفحاتها، وكذلك حُرية إضافة المحتوى الذي يعبر عن أفكارك ومعتقداتك، والتي قد تتعارض مع الغير، فالمجال مفتوح أمام حُرية التعبير مما جعل مواقع التواصل الاجتماعي أداة قوية للتعبير عن الميول والاتجاهات والتوجهات الشخصية تجاه قضايا الأمة المصيرية. (47)

جدول (9) يوضح أنماط المشاركة في الحملات الإعلامية لقضية الإساءة للرسول (صلى الله عليه وسلم) عبر مواقع التواصل الاجتماعي لدى الشباب الجامعي (عينة الدراسة)

الأنماط	التكرار	النسبة المئوية	الترتيب
شاركت في التعليقات الخاصة بقضية الإساءة للرسول (صلى الله عليه وسلم)	17	%3	3
المشاركة في الهاشتج الخاص بالتصدي لقضية الإساءة للرسول (صلى الله عليه وسلم)	367	%64	1
المشاركة في الكاريكاتير والكومنت الساخر ضد الرئيس الفرنسي ماكرون	88	%15.6	2
أشارك برأيي الخاص بالقضية عبر المنصات الاجتماعية المختلفة	11	%1.9	4

(*) بإمكان المبحوث اختيار أكثر من بديل (ن=565)

يتضح من بيانات الجدول السابق: أن أنماط المشاركة في الحملات الإعلامية لقضية الإساءة للرسول (صلى الله عليه وسلم) عبر مواقع التواصل الاجتماعي لدى الشباب الجامعي (عينة الدراسة) تمثلت في (المشاركة في الهاشتاج الخاص بالتصدي لقضية الإساءة للرسول (صلى الله عليه وسلم) في الترتيب الأول بنسبة 64%، ثم (المشاركة في الكاريكاتير والكومنت الساخر ضد الرئيس الفرنسي ماكرون) في الترتيب الثاني بنسبة 15.6%، وفي الترتيب الأخير (أشارك برأي الخاص بالقضية عبر المنصات الاجتماعية المختلفة) بنسبة 1.9%.

كما أسهمت خصائص موقع الفيس بوك كونه الأداة الأولي في متابعة العينة لقضية الإساءة للرسول (صلى الله عليه وسلم)، أنه أتاح لمستخدميه جملة من الخصائص التي تحاكي الواقع، حيث يمكن مشاركة الحوارات والمنشورات ومقاطع الفيديو والصو من خلاله، كما أنه منفتح فلا اعتبار للحدود الجغرافية معه، وهو أيضًا يتيح فكرة المحادثة، وفتح حوارات تمتاز بالكونية، كونه يتيح التواصل مع الأشخاص داخل الوطن وخارجه، وهذا ما جعل قضية الإساءة للرسول (صلى الله عليه وسلم) قضية عالمية تخص جميع الدول وتعددت مظاهر الدفاع عن هذه القضية في صورة مظاهرات أو مقاطعات أو قرارات خاصة بدولة معينة كل حسب حجم تأثير أفراد المجتمع في سياسة واتجاهات الدولة.[48]

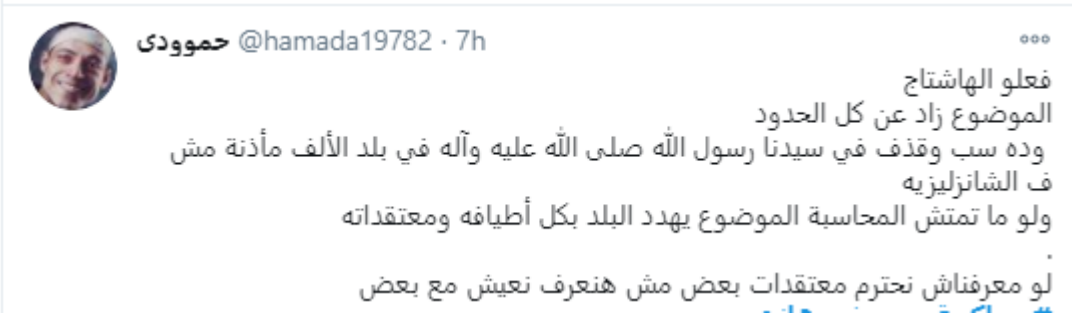
وتختلف نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراسة (شيماء الهواري، 2019)[49] حيث أوضحت أن أهم أشكال التفاعل مع اعتداءات مسجدي نيوزيلاندا بصفحة قناة BBC "عربي": كانت كالتالي: (كتابة التعليقات Comment على اعتداءات مسجدي نيوزيلاندا، في المركز الأول بنسبة 25.29 %) عبر عن رأي الجمهور بحُرية، ويرجع استخدام أداة التعليق لأنه تجاه اعتداءات مسجدي نيوزيلاندا، ثم (المشاركة عمل Shaer اعتداءات مسجدي نيوزيلاندا) في المركز الثاني بنسبة (75.28%).

جدول (10) يوضح أكثر الأساليب والقوالب المستخدمة في التصدي لقضية الإساءة للرسول (صلى الله عليه وسلم) عبر مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الشباب الجامعي (عينة الدراسة)

الأساليب	التكرار	النسبة المئوية	الترتيب
المنشورات المتعددة	413	%73.1	1
الأخبار المتنوعة عبر المنصات والصحف الإلكترونية	250	%44.2	2
الفيديوهات الساخرة من ماكرون وسياسته	188	%33.2	4
مشاركة مقاطع الفيديو المتنوعة لآراء الدعاة ورجال الدين والسياسيين	195	%34.5	3
التقارير الرقمية والإلكترونية الخاصة برد فعل الدول تجاه تصريحات ماكرون	175	%30.9	5

(*) بإمكان المبحوث اختيار أكثر من بديل (ن=565)

يتضح من بيانات الجدول السابق: أن أكثر الأساليب والقوالب المستخدمة في التصدي لقضية الإساءة للرسول (صلى الله عليه وسلم) عبر مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الشباب الجامعي (عينة الدراسة) تمثلت في (المنشورات المتعددة) في الترتيب الأول بنسبة 73.1%، ثم (الأخبار المتنوعة عبر المنصات والصحف الإلكترونية) في الترتيب الثاني بنسبة 44.2%، وفي الترتيب الأخير (التقارير الرقمية والإلكترونية الخاصة برد فعل الدول تجاه تصريحات ماكرون) بنسبة 30.9%.



كما كانت هذه المنشورات من أكثر المنشورات تداولًا وانتشارًا على صفحات الفيس بوك، وبالتالي فتعد المنشورات المتعددة بصيغ وأساليب متعددة من أكثر القوالب التي استخدمها مستخدمو مواقع التواصل الاجتماعي للتصدي لقضية الإساءة للرسول (صلى الله عليه وسلم).

كما هو في السابق تتيح مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي تبادل الصور والفيديوهات والتعليق عليها مما يعد ذلك فضاءً لتكوين الاتجاهات والتنوير وتبادل الأخبار والمعلومات المتاحة الخاصة بقضية معينة تدعو إلى الاهتمام المشترك

وتحويلها إلى قضية دولية بناءً على تفاعل مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي مع هذه القضية.[50]

جدول (11) يوضح معدل تفاعل الشباب الجامعي (عينة الدراسة) مع المنشورات الخاصة بقضية الإساءة للرسول (صلى الله عليه وسلم) بمواقع وشبكات التواصل الاجتماعي.

البدائل	التكرار	النسبة المئوية	الترتيب
دائمًا	335	%59.3	1
أحيانًا	230	%40.7	2
نادرًا	0	%0	—
لا	0	%0	—
الإجمالي	**565**	**100**	

يتضح من بيانات الجدول السابق: أن معدل تفاعل الشباب الجامعي (عينة الدراسة) مع المنشورات الخاصة بقضية الإساءة للرسول (صلى الله عليه وسلم) بمواقع وشبكات التواصل الاجتماعي تمثل في (دائمًا) في الترتيب الأول بنسبة 59.3%، ثم (أحيانًا) في الترتيب الثاني بنسبة 40.7%، ولم تحظَ (نادرًا، ولا) بأي نسبة مشاركة.

وتؤكد هذه النتائج على اهتمام الشباب الجامعي (عينة الدراسة) بالقضية وحرصهم على التفاعل وإحساسهم بأهمية الدور الذي يمكن أن يقوموا به تجاه هذه القضية، وترى الباحثة أن مقدار ودرجة التفاعل يأتي بناءً على أهمية المضمون الذي تحمله القضية، كما ترى الباحثة أيضًا أن هذه القضية لها خصوصية وهي أنها تتصل بالعقيدة، لذا تشكل أهمية قصوى بالنسبة للشباب الجامعي (عينة الدراسة).

جدول (12) يوضح تقييم الشباب الجامعي (عينة الدراسة) لمعالجة مواقع التواصل الاجتماعي لقضية الإساءة للرسول (صلى الله عليه وسلم)

البدائل	التكرار	النسبة المئوية	الترتيب
معالجة متوازنة	388	%68.6	1
معالجة منحازة	76	%13.5	3
معالجة سطحية	101	%17.9	2
الإجمالي	**565**	**100**	

يتضح من بيانات الجدول السابق: أن تقييم الشباب الجامعي (عينة الدراسة) لمعالجة مواقع التواصل الاجتماعي لقضية الإساءة للرسول (صلى الله عليه وسلم) تمثل في (معالجة متوازنة) في الترتيب الأول بنسبة 68.7%، ثم (معالجة سطحية) في الترتيب الثاني بنسبة 17.9%، وأخيرًا (معالجة منحازة) بنسبة 13.5%.

جدول (13) يوضح موقف الشباب الجامعي (عينة الدراسة) تجاه معالجة الشبكات الاجتماعية لقضية الإساءة للرسول (صلى الله عليه وسلم)

العبارات	العينة الكلية					
	التكرار			الوزن النسبي	النسبة المئوية	الترتيب
	موافق	محايد	معارض			
تناقش القضية من جميع الزوايا	367	161	37	1460	86.13	3
معالجتها للقضية توضح حجم الكراهية للرسول (صلى الله عليه وسلم)	222	191	152	1200	70.79	8
تشعرني بالخوف من الفتنة الطائفية	222	185	158	1194	70.44	9
تشعرني بمدى غيرة المسلمين على الرسول (صلى الله عليه وسلم)	465	84	16	1579	93.15	1
تتسم بالجرأة في عرض القضية	386	139	40	1476	87.07	2
معالجة مواقع التواصل تظهر دوافع إساءة غير المسلمين للرسول (صلى الله عليه وسلم)	288	204	73	1345	79.35	7
تمتاز بالوضوح في عرض القضية	333	196	36	1427	84.18	4
تظهر النتائج المترتبة على السِلم المجتمعي جراء قضية الإساءة	275	246	44	1361	80.29	6
توضح استراتيجيات لمواجهة هذه الأحداث على المجتمع	326	204	35	1421	83.83	5
الإجمالي				12463	%81.69	

يتضح من بيانات الجدول السابق: أن النسب المئوية لموقف الشباب الجامعي (عينة الدراسة) تجاه معالجة الشبكات الاجتماعية لقضية الإساءة للرسول (صلى الله عليه وسلم) تراوحت ما بين (93.15: 70.79)، حيث جاءت عبارة (تشعرني بمدى غيرة المسلمين على الرسول (صلى الله عليه وسلم) في الترتيب الأول، فيما جاء موقع (تشعرني بالخوف من الفتنة الطائفية) في الترتيب الأخير.

وتعكس الدرجة الإجمالية للعبارات والمقدرة بنسبة 81.69 إيجابية موقف الشباب الجامعي (عينة الدراسة) تجاه معالجة الشبكات الاجتماعية لقضية الإساءة للرسول (صلى الله عليه وسلم).

وبهذا تتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة (Sulaiman Reyaee, 2015)[51]حيث أثبتت أن الاستخدام المكثف لمواقع التواصل الاجتماعي في دول الخليج العربي يشير إلى أن شبكة الإنترنت لديها الإمكانية أن تكون منبر حر متقدم لكافة شرائح المجتمع للتعبير عن آراءها وإيصال صوتها.

وبهذا يمكن القول بإن "شبكات التواصل الاجتماعي تعد منبرًا للحُرية والتعبير عن الرأي والدافع عن اتجاه معين، وبذلك تمثل نقلة في الحُرية والديمقراطية ومنفس للتعبير عن كل الاتجاهات.

وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة (نعيم المصري، 2011)[52] حيث أثبتت أن أهم سلبيات استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي تكمن في تغذية الأزمات السياسية وتهيئة الفرصة لعمليات الاستقطاب من قبل الآخرين، وزيادة الاحتقان وتعميق الخلافات، وبنسبة وصلت إلى (78%)، أما أهم الإيجابيات فقد تمثلت في تعريف المستخدمين بموضوعات تساعدهم على النقاش مع الآخرين وبنسبة بلغت (47%)، أما فيما يتعلق بتأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على وسائل الإعلام والاتصال الأخرى.

جدول (14) يوضح درجة ثقة الشباب الجامعي (عينة الدراسة) في المعلومات المقدمة عبر مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي حول قضية الإساءة للرسول (صلى الله عليه وسلم)

درجة الثقة	التكرار	النسبة المئوية	الترتيب
أثق فيها بدرجة كبيرة	154	%27.3	**2**
أثق فيها بدرجة متوسطة	282	67.6	**1**
لا أثق فيها على الإطلاق	29	%5.1	**3**
الإجمالي	**565**	**%100**	

يتضح من بيانات الجدول السابق: أن درجة ثقة الشباب الجامعي (عينة الدراسة) في المعلومات المقدمة عبر مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي حول قضية الإساءة للرسول (صلى الله عليه وسلم) تمثلت في (أثق فيها بدرجة متوسطة) في الترتيب الأول بنسبة 67.6%، ثم (أثق فيها بدرجة كبيرة) في الترتيب الثاني بنسبة 27.3%، وفي الترتيب الأخير (لا أثق فيها على الإطلاق) بنسبة5.1%.

ويتضح من هذه النتائج أن درجة ثقة العينة فيما تنشره شبكات التواصل الاجتماعي لا تزال متوسطة خوفًا من أن يكون هناك توجهات وأجندة تقود الأزمة وتحاول التأثير في الآخرين، وعلى الرغم من إجماع العينة على أن معالجة القضية تمت بطريقة متوازنة، ولكن الثقة في المعلومات ليست مطلقة، وأن دلّ ذلك على شئ فإنما يدل على وعي العينة وتقصي المعلومات والتأكد من مصداقيتها أثناء تلقيها ومتابعتها.

وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة (**Muise, Amy,2009**)[53] والتى أشارت إلى أن معدل الثقة في شبكات التواصل الاجتماعي متوسطة، وقد احتل المركز الأول الواتس اب، وتويتر واليوتيوب في المركز الثاني يليهم موقع الفيس بوك، وتراجع معدل الثقة في ماي سبيس جاء للمركز الأخير، ولعلّ ذلك يؤكد أن أفراد الشباب الجامعي (عينة الدراسة) قد يستخدم ويعتمد علي مصادر اتصالية يثق فيها بدرجة متوسطة، وأنها تقدم له مساحة أكبر من الخصوصية والحُرية في التعبير.

جدول (15) يوضح درجة اعتماد الشباب الجامعي (عينة الدراسة) على مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات الخاصة بقضية الإساءة للرسول (صلى الله عليه وسلم)

درجة الاعتماد	التكرار	النسبة المئوية	الترتيب
أعتمد عليها بدرجة كبيرة	205	%36.3	**2**
أعتمد عليها بدرجة متوسطة	340	%60.2	**1**
لا أعتمد عليها مطلقًا	20	%3.5	**3**
الإجمالي	**565**	**%100**	

يتضح من بيانات الجدول السابق: أن درجة اعتماد الشباب الجامعي (عينة الدراسة) على مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات الخاصة بقضية الإساءة للرسول (صلى الله عليه وسلم) تمثلت في (أعتمد عليها بدرجة متوسطة) في الترتيب الأول بنسبة 60.2%، ثم (أعتمد عليها بدرجة كبيرة) في الترتيب الثاني بنسبة 36.3%، وفي الترتيب الأخير (لا أعتمد عليها مطلقًا) بنسبة 3.5%.

وتأتي هذه النتيجة كنتيجة منطقية، فالشباب الجامعي (عينة الدراسة) لا يثق في المعلومات بدرجة كبيرة، وبالتالي درجة الاعتماد على المعلومات الخاصة بقضية

الإساءة المستوفاة من مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي سوف تكون بدرجة متوسطة، ومن هنا ترى الباحثة أن تعدد المصادر التي يعتمد عليها الطلاب أثناء الأزمات تجعل هناك تفاوت في درجة الاعتماد على وسيلة دون الأخرى، كما تختلف نسبة الثقة بناء على طرق المعالجة فالوسيلة الأكثر اتزانًا في معالجة القضية هي الأكثر استحواذًا على الجمهور، لذا فالمعالجة تحتم على الجمهور اختيار وسيلة دون الأخرى.

جدول (16) يوضح مقياس السِلْم المجتمعي في ضوء تعرض الشباب الجامعي (عينة الدراسة) لقضية الإساءة للرموز الدينية عبر الشبكات الاجتماعية.

العبارات			العينة الكلية				
			التكرار			الوزن النسبي	النسبة المئوية	الترتيب
			موافق	محايد	معارض			
المسؤولية الاجتماعية	1	متابعتي لقضية الإساءة للرسول (صلى الله عليه وسلم) عبر الشبكات الاجتماعية تدعم انتمائي الوطني.	357	155	53	1434	84.60	9
	2	تشجعني شبكات التواصل على التفاعل مع الآخرين.	398	142	25	1503	88.67	2
	3	أناقش الآخرين من خلال شبكات التواصل قضية الإساءة للرسول (صلى الله عليه وسلم).	330	180	55	1405	82.89	18
	4	تعلمني الشبكات الاجتماعية من خلال تناولها لقضية قضية الإساءة للرسول (صلى الله عليه وسلم) ألا تضر حريتي بالآخرين.	342	177	46	1426	84.12	13
	5	تتصدى الشبكات الاجتماعية لقضية الإساءة من خلال أساليب المعالجة المتنوعة.	333	201	31	1432	84.48	11
	6	معالجة الشبكات الاجتماعية لقضية الإساءة تشعرني بالوحدة الوطنية فى المجتمع المصري.	320	173	72	1378	81.29	21
	7	أشعر من خلال متابعة الأقباط والدعاة بأن هناك تماسك فى المجتمع المصري تجاه قضية الإساءة.	386	147	32	1484	87.55	4
	8	أتمكن من خلال متابعة قضية الإساءة تحديد موقفي فى التعامل مع الأطراف الأخرى.	332	204	29	1433	84.54	10

	9	تمكنني الشبكات الاجتماعية من القيام بدوري الاجتماعي تجاه قضية الإساءة من خلال منشوراتي	348	181	36	1442	85.07	8
التسامح والأخوة	10	متابعتي لقضية الإساءة تجعلني أرغب فى نشر روح التسامح	366	153	46	1450	85.54	7
	11	طرق معالجة الشبكات الاجتماعية لقضية الإساءة تساعدني على نبذ العنف بكل أشكاله.	249	187	129	1250	73.74	24
	12	لن أتسامح فى قضية الإساءة للرسول (صلى الله عليه وسلم) خاصة مع من أساء له داخل مصر.	428	101	36	1522	89.79	1
	13	أشعر بالكراهية والعنف ضد فرنسا من خلال متابعتي لتصريحات ماكرون عبر الشبكات الاجتماعية.	411	115	39	1502	88.61	3
	14	أشجع أسلوب المقاطعة السليمة لمنتجات فرنسا على أن أقوم بأعمال تخريبية تجاه سفاراتهم بمصر.	352	118	95	1387	81.82	19
	15	تعزز شبكات التواصل الاجتماعي قيم وثقافة التسامح خاصة فى قضية الإساءة للرسول (صلى الله عليه وسلم).	320	177	68	1382	81.53	20
	16	لا يهمني جنسية من قام بالإساءة للرسول (صلى الله عليه وسلم) ومن واجبي قتله.	279	145	141	1268	74.80	23
	17	أرفض أسلوب الخراب والإرهاب الذي يتزعمه بعض الأشخاص عبر الشبكات الاجتماعية الخاصة بقضية الإساءة للرسول (صلى الله عليه وسلم)	355	156	54	1431	84.42	12
احترام أراء مشاعر الآخرين	18	متابعتي لقضية الإساءة للرسول (صلى الله عليه وسلم) عبر الشبكات الاجتماعية زودتني باحترام الآراء المذهبية والطائفية داخل المجتمع المصري.	335	179	51	1414	83.42	16
	19	معالجة الشبكات الاجتماعية لقضية الإساءة للرسول (صلى الله عليه وسلم) تعلمني احترام رأي الآخر حتى لو كانت مختلفة معي.	328	161	76	1382	81.53	20
	20	عرض الموضوعات الخاصة بقضية الإساءة للرسول (صلى الله عليه وسلم) تنمي	333	175	57	1406	82.94	17

	لـدي مهـارة الالتـزام بالنقـد البنـــاء واحتـــرام مشـــاعر الآخرين.						
21	أشعر بعدم القدرة على تحقيق الاتـزان الانفعـالي عنـدما أرى فيـديوهات لـبعض المسـيئين للرســول (صــلى الله عليــه وسلم).	347	158	60	1417	83.59	15
22	أشـعر بـالكره تجـاه الـديانات الأخـــرى عنـــدما أتـــابع الاتجاهـات المعاديـة للرسـول (صـلى الله عليـه وسـلم) عبـر الشبكات الاجتماعية.	228	164	173	1185	69.91	25
23	أتـابع طـرق تنـاول الشـبكات الاجتماعيـة لقضـية الإسـاءة للرســول (صــلى الله عليــه وسلم) وأشعر بوجود كراهية بين قطبي المجتمع المصري (مسلمين-مسيحيين).	182	196	187	1125	66.37	29
24	أشـعر بالغضـب تجـاه الأقبـاط خاصــة بعـد ترينـد مــدرس الإسـماعيلية عبـر الشـبكات الاجتماعية.	207	194	164	1173	69.20	26
25	أشعر بالكراهية ونشوب فتنة طائفية فى المجتمع المصري تسببت فيها معالجة الشبكات الاجتماعيـة لقضـية الإسـاءة للرســول (صــلى الله عليــه وسلم).	201	190	174	1157	68.25	28
الحوار والسلوك المجتمعي							
26	زاد الحـــوار المجتمعـــى المصري حول قضية الإساءة للرســول (صــلى الله عليــه وســلم) عبــر الشــبكات الاجتماعية.	378	149	38	1470	86.72	5
27	دافع الأقباط مع المسلمين فى قضية الإساءة للرسول (صلى الله عليه وسلم) عبر الشبكات الاجتماعية.	343	179	43	1430	84.36	13
28	معالجـة الشـبكات الاجتماعيـة لقضــية الإســاءة للرســول (صلى الله عليـه وسـلم) زادت مـن التفاعـل الاجتمـاعي بـين أطياف المجتمع المصري.	368	168	29	1469	86.66	6
29	سـاعدت الشـبكات الاجتماعـة المجتمـع المصـري علـى عـدم الدخول فى حوارات سلبية فى قضية الإساءة للرسول (صلى الله عليه وسلم)	280	217	68	1342	79.17	22
30	زادت الشبكات الاجتماعية من ثقافة الاحتقان والكراهية بين الــديانات الموجــودة فــى المجتمع المصري.	203	198	164	1169	68.96	27

الإجمالي	41268	%81.15	

يتضح من بيانات الجدول السابق: أن النسب المئوية لمقياس السِلْم المجتمعي تراوحت ما بين (89.79: 66.37)، حيث جاءت عبارة (لن أتسامح فى قضية الإساءة للرسول (صلى الله عليه وسلم) خاصة مع مَنْ أساء له داخل مصر) في الترتيب الأول، فيما جاءت عبارة (أتابع طرق تناول الشبكات الاجتماعية لقضية الإساءة للرسول (صلى الله عليه وسلم)، وأشعر بوجود كراهية بين قطبي المجتمع المصري (مسلمين– مسيحيين) في الترتيب الأخير.

ويمكن تفسير نتائج الجدول السابق في ضوء عدة نقاط:

أولًا– الدرجة الإجمالية لمقياس السِلْم المجتمعي قدرت بنحو 81.15%، وهي درجة مرتفعة، وتعكس وعي السِلْم المجتمعي لدى عموم الشباب الجامعي (عينة الدراسة).

ثانيًا– بنظرة سريعة على عبارات المقياس يلاحظ أن جميع عبارات المقياس حصلت على درجة موافقة عالية على مضمونها في خانة (موافق)، وهى معظمهاعبارات إيجابية بالأساس، وتعكس النظرة الإيجابية للسِلْم المجتمعى في مصر، وأن الفتنة التي أحدثتها الرسوم المسيئة لم تؤثر على السِلْم المجتمعي في مصر، وهذا ما عكسته بالفعل مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي، حيث اتحد قطبي المجتمع المصري (المسلمين والمسيحيين) لمواجهة قضية الإساءة للرسول (صلى الله عليه وسلم)، وعندما قام بعض الأشخاص بالفعل نفسه ندد الأخوة الأقباط بما حدث ورفضت الهيئات الدينية المسيحية ماحدث، وهذا كان له مردود في الشارع المصري وهو التماسك ورفض الفتنة الطائفية، وهو ما كان يُخشَى أن تقع فيه البلد نتيجة تداول بعض الأشخاص على سيدنا محمد (صلى الله عليه وسلم) وهذه تمثل فئة ضئيلة لا يمكن اعتبارها غالبية، ورغم ذلك نتج عنها عدة مشكلات وتدخل الأمن للتصدي لها، ولكن نجح رجال الدين من إخماد نار الفتنة التي كانت على وشك نشوبها، وانتشر العديد من المنشورات التي تدل على التلاحم بين الطرفين ورفض الإساءة لأي دين أو رمز أيًا كانت ديانته.

وتتفق هذه النتائج مع نتائج دراسة (نبراس صلاح، 2020) تساعد مواقع التواصل الاجتماعي في التعبير عن الرأي بحُرية حول الموضوعات الاجتماعية في المرتبة الأولى بنسبة 55.31%، بينما حلت عبارة وفرت شكلًا جديدًا من العلاقات الاجتماعية بنسبة

بلغت 54.78%، ثقة الشباب الجامعي (عينة الدراسة) في طرق عرض مواقع التواصل الاجتماعي للموضوعات التي تتعلق بالسِلْم المجتمعي.

احمد اليسمى شعير
about an hour ago

بلاغ إلي النائب العام وإلي السيد اللواء / جمال عزالي مدير أمن الإسماعلية !!
هذا المدعو يسمي يوسف هاني من محافظة الإسماعليه قد أساء لنبينا الكريم محمد صل الله عليه وسلم ، وحتي لا تحدث أي فتنة بيننا كأخوة وشركاء في الوطن نرجو منكم القبض عليه علي الفور واتخاذ اللازم معه !!
طبعاً كلنا نسيج واحد ويستحيل حد يفرقنا ، ولا يوافق أحد مهما كانت ديانته وجنسيته علي الإساءة إلى أي شريعة سماوية ولا نقبل أبداً إهانة أي أحد لكن مثل هذا التصرف الشاذ قد يشق الصف ويوغر الصدر !!
حسبي الله ونعم الوكيل فيمن يتسبب في أي فتنة بين طوائف الشعب الواحد ☝
#شير كتير يا جماعة علشان الموضوع ده يبقي رأي عام والكائن ده ياخد جزاؤه 👌
دي صفحة الي معندوش دم ولا دين
👇
https://www.facebook.com/geo.hany.7
ده الاكونت اللي بيعمل منه الكومنتات الهبله
https://www.facebook.com/geo.hany.7
الاكونت التاني بتاعه اهو
https://www.facebook.com/youssief.hany
وده اكونت والده ،، لازم يعرف خلفته الخرا هتوديه لحد فين
https://www.facebook.com/hane.helmy
#بلاغ_للنائب_العام_مقاضاة_جو_هاني.
#القبض_علي_يوسف_هاني
#إلا_رسول_الله
#رسولنا_الكريم_خط_أحمر
#شير_بقدر_حبك_لرسولك

ثالثًا- نتائج اختبار فروض الدراسة:

*** التحقق من الفرض الأول:**

- **توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة تعرض الشباب الجامعي (عينة الدراسة) لقضية الإساءة للرسول (صلى الله عليه وسلم) عبر الشبكات الاجتماعية والسِلْم المجتمعي في مصر.**

جدول (17) يوضح معاملات الارتباط بين درجة تعرض الشباب الجامعي (عينة الدراسة) لقضية الإساءة للرسول (صلى الله عليه وسلم) عبر الشبكات الاجتماعية والسِلْم المجتمعي في مصر

المتغيرات	السِلْم المجتمعي في مصر		
	قيمة ر	مستوى الدلالة	نوع الدلالة
درجة تعرض الشباب الجامعي (عينة الدراسة) لقضية الإساءة للرسول (صلى الله عليه وسلم) عبر الشبكات الاجتماعية	**0.23****	0.01	**دال إحصائيًا**

يتبين من بيانات الجدول السابق:

تحقق الفرض، حيث ثبت وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين درجة تعرض الشباب الجامعي (عينة الدراسة) لقضية الإساءة للرسول (صلى الله عليه وسلم) عبر الشبكات الاجتماعية والسِلْم المجتمعي في مصر؛ بمعنى أنه كلما زاد معدل تعرض الشباب الجامعي (عينة الدراسة) لقضية الإساءة للرسول (صلى الله عليه وسلم) عبر الشبكات الاجتماعية زاد معدل السِلْم المجتمعي في مصر، وهذا يعني أن تعرض الشباب الجامعي (عينة الدراسة) لقضية الإساءة للرسول (صلى الله عليه وسلم) عبر الشبكات الاجتماعية لم يؤدِ إلى تعكير صفو السِلْم المجتمعي في مصر، بل أسهم في زيادة التآلف والتكاتف ما بين المسلمين والمسيحين حول رفض الإساءة للمقدسات والرموز الدينية، وهو ما لمسه الشباب عند تعرضهم لمواقع التواصل الاجتماعي من التفاف من المصريين جميعًا ورفضهم للإساءة سواء أكانوا مسلمين أو مسيحيين.

*** التحقق من الفرض الثاني:**

• **توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة تعرض الشباب الجامعي (عينة الدراسة) لقضية الإساءة للرسول (صلى الله عليه وسلم) عبر الشبكات الاجتماعية ومعدل تفاعلهم معها.**

جدول (18) يوضح معاملات الارتباط بين درجة تعرض الشباب الجامعي (عينة الدراسة) لقضية الإساءة للرسول (صلى الله عليه وسلم) عبر الشبكات الاجتماعية ومعدل تفاعلهم معها

المتغيرات	معدل تفاعلهم معها		
	قيمة ر	مستوى الدلالة	نوع الدلالة
درجة تعرض الشباب الجامعي (عينة الدراسة) لقضية الإساءة للرسول (صلى الله عليه وسلم) عبر الشبكات الاجتماعية	**0.51****	0.01	**دال إحصائيًا**

يتبين من بيانات الجدول السابق:

تحقق الفرض، حيث ثبت وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين درجة تعرض الشباب الجامعي (عينة الدراسة) لقضية الإساءة للرسول (صلى الله عليه وسلم) عبر الشبكات الاجتماعية ومعدل تفاعلهم معها.

ويمكن تفسير هذا الفرض بأنه كلما زاد تعرض العينة لمواقع وشبكات التواصل الاجتماعي، كلما زاد التفاعل مع قضية الإساءة للرسول (صلى الله عليه وسلم)، ويتوقف ذلك على أهمية القضية التي تتداولها مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي، لذا ترى الباحثة أن طبيعة الوسيلة تفرض أنماطًا متنوعة من التفاعل، ويتوقف ذلك على حجم القضية وتأثيرها على الرأي العام وتشكيل اتجاهات الجمهور.

وهذا ما فسرته دراسة (صلاح الدين، 2020) بأن التشتت السياسي والأمني وتأجيج الصراع الداخلي من أكثر الآثار السلبية التي يتركها الخطاب الإعلامي في مواقع التواصل الاجتماعي على السِلْم المجتمعي.

*** <u>التحقق من الفرض الثالث</u>:**

- **توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الشباب الجامعي (عينة الدراسة) في معدل تعرضهم لقضية الإساءة للرسول (صلى الله عليه وسلم) عبر الشبكات الاجتماعية وفق متغيرات (النوع، ومحل الإقامة، والجامعة).**

جدول (19) يوضح دلالة الفروق بين الشباب الجامعي (عينة الدراسة) في معدل تعرضهم لقضية الإساءة للرسول (صلى الله عليه وسلم) عبر الشبكات الاجتماعية

(ن= 565)

المتغيرات	الذكور ن= 229		الإناث ن= 336		قيمة (ت)	نوع الدلالة
	م	ع	م	ع		
معدل تعرضهم لقضية الإساءة للرسول (صلى الله عليه وسلم) عبر الشبكات الاجتماعية	2.71	0.45	2.64	0.47	**1.59**	**غير دال**
	ريف ن= 319		حضر ن= 246		قيمة (ت)	نوع الدلالة
	م	ع	م	ع		
	2.67	0.46	2.68	0.46	**0.02-**	**غير دال**
	جامعة المنيا ن= 286		ج. القاهرة ن= 279		قيمة (ت)	نوع الدلالة
	م	ع	م	ع		
	2.64	0.47	2.70	0.45	**1.41-**	**غير دال**

يتضح من بيانات الجدول السابق:

وجود فروق غير دالة إحصائيًا بين الشباب الجامعي (عينة الدراسة) في معدل تعرضهم لقضية الإساءة للرسول (صلى الله عليه وسلم) عبر الشبكات الاجتماعية وفق متغيرات (النوع، ومحل الإقامة، والجامعة).

ويمكن تفسير ذلك بأهمية القضية لدى جميع فئات العينة، فمع اختلاف الجامعة والنوع ومحل الإقامة، فالقضية على درجة عالية من الأهمية بالنسبة لجميع أفراد العينة، وقد يرجع ذلك إلى رفض جميع أفراد العينة أي إساءة لأي رمز ديني؛ لأن الإساءة للمعتقدات شيء مرفوض نهائيًا في المجتمع المصري، كما أن الاهتمامات في ظل وجود التكنولوجيا والطفرة التي فرضتها التغيرات الحديثة جعلت هناك قضايا محورية لا يستطيع أحد من أفراد المجتمع أن يتخلى عن واجبه المجتمعي تجاهها، ومن هنا يمكن اعتبار قضية الإساءة للرسول (صلى الله عليه وسلم) قضية رئيسة تستحوذ على اهتمام الجميع.

***التحقق من الفرض الرابع:**

• **توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الشباب الجامعي (عينة الدراسة) في رؤيتهم للسِلْم المجتمعي في مصر في ضوء تناول قضية الإساءة للرسول (صلى الله عليه وسلم) عبر الشبكات الاجتماعية وفق متغيرات (النوع، محل الإقامة، الجامعة).**

جدول (20) يوضح دلالة الفروق بين الشباب الجامعي (عينة الدراسة) في رؤيتهم للسِلْم المجتمعي في مصر في ضوء تناول قضية الإساءة للرسول (صلى الله عليه وسلم) عبر الشبكات الاجتماعية وفق متغيرات (النوع، محل الإقامة، الجامعة)

(ن= 565)

المتغيرات	الذكور ن= 229		الإناث ن= 336		قيمة (ت)	نوع الدلالة
	م	ع	م	ع		
رؤيتهم للسِلْم المجتمعي في مصر في ضوء تناول قضية الإساءة للرسول (صلى الله عليه وسلم) عبر الشبكات الاجتماعية	72.96	9.6	73.08	9.8	0.143-	غير دال
	ريف ن= 319		حضر ن= 246		قيمة (ت)	نوع الدلالة
	م	ع	م	ع		
	73.42	9.45	72.54	10.17	1.05	غير دال
	جامعة المنيا ن= 286		ج. القاهرة ن= 279		قيمة (ت)	نوع الدلالة
	م	ع	م	ع		
	72.62	9.11	73.46	10.40	1.03-	غير دال

يتضح من بيانات الجدول السابق: وجود فروق غير دالة إحصائيًا بين الشباب الجامعي (عينة الدراسة) في رؤيتهم للسِلْم المجتمعي في مصر في ضوء تناول قضية الإساءة للرسول (صلى الله عليه وسلم) عبر الشبكات الاجتماعية وفق متغيرات (النوع، ومحل الإقامة، والجامعة).

وقد يرجع ذلك إلى نظرة المجتمع المصري للسِلْم المجتمعى نظرة واحدة، ولتقارب العادات والتقاليد الراسخة بين قطبي الشعب المصري، فعند الإساءة لأي رمز ديني يتم التصدي والوقوف جميعًا فى وجه من أساء لهم.

*** التحقق من الفرض الخامس:**

• **توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين أنماط المشاركة في الحملات الإعلامية لقضية الإساءة للرسول (صلى الله عليه وسلم) عبر مواقع التواصل الاجتماعي والسِلْم المجتمعي في مصر.**

جدول (21) يوضح معاملات الارتباط بين أنماط المشاركة في الحملات الإعلامية لقضية الإساءة للرسول (صلى الله عليه وسلم) عبر مواقع التواصل الاجتماعي والسِلْم المجتمعي في مصر

المتغيرات	السِلْم المجتمعي في مصر		
	قيمة ر	مستوى الدلالة	نوع الدلالة
أنماط المشاركة في الحملات الإعلامية لقضية الإساءة للرسول (صلى الله عليه وسلم) عبر مواقع التواصل الاجتماعي	**0.059**	0.47	**غير دال إحصائيًا**

يتبين من بيانات الجدول السابق:

لم يتحقق الفرض، حيث ثبت عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين أنماط المشاركة في الحملات الإعلامية لقضية الإساءة للرسول (صلى الله عليه وسلم) عبر مواقع التواصل الاجتماعي والسِلْم المجتمعي في مصر.

ويمكن تفسير ذلك بأن مواقع التواصل الاجتماعي أتاحت المشاركة Share : مما أسهم في تشجيع الجمهور المستخدم على المشاركة والتفاعل من خلال التعبير عن آرائهم بحُرية وتبادل الآراء وردود الأفعال مع الآخرين من خلال المتلقي إلى أكثر نشاطًا وتفاعلا مع تطبيقات الإعلام الجديد، فضلًا عن التعليقات، وتحويل الجمهور من مجرد متلقي للمعلومات إلى صانع للمعلومة، وهذا بدوره يتطلب تحري المصداقية في نشر المعلومات حتي لا ينتج عنها فتن أو آثار سلبية في المجتمع. فالمعلومات المنشورة في نطاقات واسعة بين المستخدمين ومن هنا يأتي التأثير الناجم على هذا الانتشار.

*** <u>التحقق من الفرض السادس:</u>**

- **توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تقييم الشباب الجامعي (عينة الدراسة) لمعالجة مواقع التواصل الاجتماعي لقضية الإساءة للرسول (صلى الله عليه وسلم) والسِلْم المجتمعي في مصر.**

جدول (22) يوضح معاملات الارتباط بين تقييم عينة البحث لمعالجة مواقع التواصل الاجتماعي لقضية الإساءة للرسول (صلى الله عليه وسلم) والسِلْم المجتمعي في مصر

المتغيرات	السِلْم المجتمعي في مصر		
	قيمة ر	مستوى الدلالة	نوع الدلالة
تقييم الشباب الجامعي (عينة الدراسة) لمعالجة مواقع التواصل الاجتماعي لقضية الإساءة للرسول	**0.13** **	0.01	**دال إحصائيًا**

يتبين من بيانات الجدول السابق:

تحقق الفرض، حيث ثبت وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين تقييم الشباب الجامعي (عينة الدراسة) لمعالجة مواقع التواصل الاجتماعي لقضية الإساءة للرسول (صلى الله عليه وسلم) والسِلْم المجتمعي في مصر؛ مما يعني أنه كلما كان تقييم الشباب الجامعي (عينة الدراسة) لمعالجة مواقع التواصل الاجتماعي لقضية الإساءة للرسول (صلى الله عليه وسلم) إيجابيًا ومتوازنًا، كلما أسهم في زيادة السِلْم المجتمعي في مصر.

توصيات الدراسات ومقترحاتها: توصي الباحثة من خلال ما توصلت إليه من نتائج:

- فرض رقابة على المضامين التي تنشرها مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي خاصةً فيما هو متعلق بالقضايا العقائدية والدينية.
- سن العديد من التشريعات والقوانين التي تجرم الإساءة للأديان والكتب السماوية وتفعيل هذه القوانين.
- تفعيل محاور المواطنة الرقمية وتوعية الشباب بأهمية تطبيقها بالجامعات والمؤسسات المجتمعية.
- إجراء العديد من الدراسات التي تتضمن المضامين التي تتناولها الشبكات الاجتماعية وتأثيرها على الفتنة الطائفية في مصر.
- دور الشبكات الاجتماعية في تعزيز الهوية الدينية لدى الشباب الجامعي (عينة الدراسة).

خلاصة النتائج:

بناءً على ما توصلت إليه الدراسة الحالية يمكن سرد أهم النتائج:

- كلما كان تقييم الشباب الجامعي (عينة الدراسة) لمعالجة مواقع التواصل الاجتماعي لقضية الإساءة للرسول (صلى الله عليه وسلم) إيجابيًا ومتوازنًا، كلما أسهم في زيادة السِلْم المجتمعي في مصر، ويفسر ذلك بأن الشبكات الاجتماعية تعد منصات للحُرية ومتاح للجميع التعبير عن آرائهم بمختلف اللهجات ومختلف الاتجاهات مما يتيح لمستخدمي الشبكات تحديد الاتجاه المناسب لهم.
- ثبت عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين أنماط المشاركة في الحملات الإعلامية لقضية الإساءة للرسول (صلى الله عليه وسلم) عبر مواقع التواصل الاجتماعي والسِلْم المجتمعي في مصر.
- وجود فروق غير دالة إحصائيًا بين الشباب الجامعي (عينة الدراسة) في معدل تعرضهم لقضية الإساءة للرسول (صلى الله عليه وسلم) عبر الشبكات الاجتماعية وفق متغيرات (النوع، ومحل الإقامة، والجامعة).
- أن معدل متابعة الشباب الجامعي (عينة الدراسة) لقضية الإساءة إلى رسول الله (صلى الله عليه وسلم) النسب المئوية تمثلت في (دائمًا) في الترتيب الأول بنسبة 67.4%، ثم (أحيانًا) في الترتيب الثاني بنسبة 32.6%، فيما لم تحظَ (لا) بأي نسبة.
- أن أسباب متابعة الشباب الجامعي (عينة الدراسة) لقضية الإساءة إلى رسول الله (صلى الله عليه وسلم) عبر مواقع التواصل الاجتماعي تمثلت في (الحصول على تفاصيل دقيقة عن قضية الإساءة) في الترتيب الأول بنسبة 45.5%، ثم (لمعرفة دور المجتمع والأفراد في مواجهة هذه الأزمة) في الترتيب الثاني بنسبة 40.3%، وفي الترتيب الأخير (التعرف على أهم القرارات التي تتخذها الدول للتصدي لهذه القضية) بنسبة 5.8%.
- أن رؤية الشباب الجامعي (عينة الدراسة) حول دور شبكات التواصل الاجتماعي في مقاطعة المنتجات الفرنسية تمثلت في (نعم) بنسبة 90.8% في الترتيب الأول، ثم (لا) في الترتيب الثاني بنسبة 9.2%.

- أن النسب المئوية لأكثر المواقع التي كان لها الأثر في مقاطعة المنتجات الفرنسية من وجهة نظر الشباب الجامعي (عينة الدراسة) تراوحت ما بين (93.27: 47.87)، حيث جاء موقع (فيس بوك) في الترتيب الأول، فيما جاء موقع (لينكد إن) في الترتيب الأخير.
- أن أنماط المشاركة في الحملات الإعلامية لقضية الإساءة للرسول (صلى الله عليه وسلم) عبر مواقع التواصل الاجتماعي لدى الشباب الجامعي (عينة الدراسة) تمثلت في (المشاركة في الهاشتاج الخاص بالتصدي لقضية الإساءة للرسول (صلى الله عليه وسلم) في الترتيب الأول بنسبة 64%، ثم (المشاركة في الكاريكاتير والكومنت الساخر ضد الرئيس الفرنسي ماكرون) في الترتيب الثاني بنسبة 15.6%، وفي الترتيب الأخير (أشارك برأي الخاص بالقضية عبر المنصات الاجتماعية المختلفة) بنسبة 1.9%.
- أن معدل تفاعل الشباب الجامعي (عينة الدراسة) مع المنشورات الخاصة بقضية الإساءة للرسول (صلى الله عليه وسلم) بمواقع وشبكات التواصل الاجتماعي تمثل في (دائمًا) في الترتيب الأول بنسبة 59.3%، ثم (أحيانًا) في الترتيب الثاني بنسبة 40.7%، ولم تحظَ (نادرًا، ولا) بأي نسبة مشاركة.
- أن النسب المئوية لموقف الشباب الجامعي (عينة الدراسة) تجاه معالجة الشبكات الاجتماعية لقضية الإساءة للرسول (صلى الله عليه وسلم) تراوحت ما بين (93.15: 70.79)، حيث جاءت عبارة (تشعرني بمدى غيرة المسلمين على الرسول (صلى الله عليه وسلم) في الترتيب الأول، فيما جاء موقع (تشعرني بالخوف من الفتنة الطائفية) في الترتيب الأخير.
- أن النسب المئوية لمقياس السِلْم المجتمعي تراوحت ما بين (89.79: 66.37)، حيث جاءت عبارة (لن أتسامح فى قضية الإساءة للرسول (صلى الله عليه وسلم)، خاصةً مع من أساء له داخل مصر) في الترتيب الأول، فيما جاءت عبارة (أتابع طرق تناول الشبكات الاجتماعية لقضية الإساءة للرسول (صلى الله عليه وسلم)، وأشعر بوجود كراهية بين قطبي المجتمع المصري (مسلمين– مسيحيين) في الترتيب الأخير.

المراجع:

[1] سورة المائدة الآية 82.
[2] - شعيب الغباشي(2010) بحوث الصحافة الإلكترونية، القاهرة، عالم الكتب.
[3] - شعيب عبد المنعم الغباشي(2013): القضايا الإسلامية في خطاب الصحافة الإلكترونية العربية، أعمال المؤتمر الدولي الأول، كلية الإعلام، جامعة الأزهر.
[4] - صادق رابح(2008): تصلبات الإسلاموفوبيا في خطابات الوسائط الإعلامية الفرنسية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، ع30، ص ص: 149- 877.
[5] - صلاح الدين رمضان عثمان (2020): دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز ثقافة السلم المجتمعي لدى الشباب الليبي، مجلة الإعلام والفنون، ع3، ص ص: 136-154.
[6] - نبراس صلاح مهدي (2020): دور إعلام المواطن فى نشر ثقافة السلم المجتمعى بين أطياف المجتمع العراقى:
دراسة ميدانية على عينة من جمهور مدينة بغداد أنموذجًا، مجلة الجامعة العراقية، الجامعة العراقية - مركز البحوث والدراسات الإسلامية، ع46، ج2، ص ص: 305-322.
[7] - عزيز دعيم (2020): توجهات الإدارة المدرسيّة لنشر ثقافة السّلم المجتمعيّ في مدارس الجليل، مجلة الجامعة العربية الأمريكية للبحوث، مج6، ع1، ص ص: 14-40.
[8] - Megersa Tolera Abdi(2020): The Role of Peace-Education as a Coexistence, Reconciliation and Peace-Building Device in Ethiopia lectronic Research Journal of Social Sciences and Humanitie, Vol 2,pp:61-74.
[9] - Myria Christophini(2020): Animation and Peace Studies: An Encounter for Societal
Betterment, See discussions, stats, and author profiles for this publication at: https://www.researchgate.net/publication/341130136
[10] - عزيز سمعان دعيم (2019): ثقافة السلم المجتمعي :عقبات وتعزيزات من وجهة نظر عينة مجتمعية، مجلة جامعة الحسين بن طلال للبحوث، جامعة الحسين بن طلال، مج 5، ص ص: 19-33.
[11] - خالد ممدوح العزي(2019): الإعلام ووسائل التواصل الاجتماعي وأثرها علي التنمية والسلم المجتمعي، مجلة العربي للدراسات الإعلامية، المركز العربي للأبحاث والدراسات الإعلامية، ع3، ص ص: 67- 104.
[12] - محيي الدين فايد (2018): اتجاهات العاملين في الهيئة العليا لشؤون العشائر للمحافظات الجنوبية ودورهم في تعزيز السلم الاجتماعي بقطاع غزة، مجلة جامعة القدس المفتوحة للبحوث الإنسانية والاجتماعية، جامعة القدس المفتوحة، ع44، ص ص: 72-93.
[13] - رضا عبد الواجد أمين (2013) الإساءة لنبي الإسلام صلي الله عليه وسلم في وسائل التواصل الاجتماعي وسبل مواجهتها، المؤتمر العالمي عن الرسول صلي الله عليه وسلم، الجامعة الإسلامية بالمدينة المنورة.
[14] - Demir, S. (2011): An Overview of Peace Education in Turkey: Definition, Difficulties, and Suggestion: A Qualitative Analysis. Education Sciences: Theory & Practice, 11 (4): 1739 – 1745
[15] - وائل صلاح نجيب (2010): التعرض للقنوات الفضائية الدينية وعلاقته باتجاهات المشاهدين المصريين نحو قضايا العالم الإسلامي دراسة تطبيقية، رسالة دكتوراة، جامعة المنصورة، كلية التربية النوعية، دمياط، قسم الاعلام التربوي
[16] - خالد محمد البديوي (2011): الحوار وبناء السلم الاجتماعي، ط1، مركز الملك بن عبد العزيز للحوار الوطني، الرياض.

[17] - محمد مصباح الجندي (2018): المواطنة ودورها في تحقيق السلم الاجتماعي، مجلة العلوم الاقتصادية والسياسية، الجامعة الأسمرية الإسلامية، ع11.
[18] - حنان صبحي عبد الله (2019): التحديات التنموية المتضمنة في برامج الدراسات العليا التي يتعايش معها المجتمع
الأردني من وجهة نظر العاملين في وزارة التعليم العالي :المسئوولية المجتمعية لبناء السلم المجتمعي والتنمية، مجلة العربي للدراسات والأبحاث، المركز العربي للأبحاث والدراسات الإعلامية، ع2، ص ص: 72-89.
[19] - صفاء فضل هاشم (2020): التدخل المهني باستخدام الممارسة العامة في الخدمة الاجتماعية لنشر ثقافة السلام الاجتماعي للأحداث المنحرفين، مجلة دراسات في الخدمة الاجتماعية والعلوم الإنسانية، ع49، مج 3، ص ص: 659- 698.
[20] - حسن الصفار (2001): السلم المجتمعي، حمايته ومقاومته، دار المشرق العربي، القاهرة.
[21] - نور الدين الميلادي (2017): مسؤولية الإعلام في تحقيق الأمن المجتمعي، مجلة الدراسات المالية والمصرفية، الأكاديمية العربية للعلوم المالية والمصرفية - مركز البحوث المالية والمصرفية، مج25، ع2، ص ص: 31-55.
[22] - فتحي جوهر فرمزي (2015): السلم المجتمعي وآليات تفعيله الحوار الديني نموذجًا، جامعة صلاح الدين، كلية العلوم الإسلامية، أربيل، عدد 19، ج 5، ص ص: 23-34.
[23] - صلاح الدين دكداك (2019): الحماية الجنائية للتعددية المجتمعية كأحد مرتكزات السلم والتعايش المجتمعى:
دراسة تحليلية قانونية، مجلة الفقه والقانون، ع81، ص ص: 6-26.
[24] - محمد أحمد معبد (2018): هدايا غير المسلمين في ضوء السنة النبوية وأثرها في تحقيق السلم والأمن المجتمعي، مجلة دار الإفتاء المصرية، دار الإفتاء المصرية، ع35، ص ص: 142- 177.
[25] - حميد عطوان صالح (2018): الأخلاق: وأثرها على السلم الاجتماعي التسامح أنموذجًا، مجلة جامعة الأنبار للعلوم الإنسانية، جامعة الأنبار – كلية التربية للعلوم الإنسانية، ع4، ص ص: 158-179.
[26] - عباس أمير معازر (2017): السلم المجتمعي بين الوحدة والتعدد :النص القرآني مدخلًا، مجلة مركز بابل للدراسات الإنسانية، جامعة بابل - مركز بابل للدراسات الحضارية والتاريخية، مج7، ع3، ص ص: 1-20.
[27] - عيسى عبد الباقي موسى (2015): الصورة الذهنية للصحافة المصرية لدى النخبة بعد ثورة 30 يونيه وعلاقتها بمدركاتهم نحو دورها فى تعزيز السلم المجتمعى :دراسة ميدانية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة - كلية الإعلام، ع52، ص ص: 341-400.
[28] - يوسف عطية حسن (2019): السلم المجتمعي :مقومات ترسيخية وأثره في نهوض المجتمع المسلم، مجلة العلوم الإسلامية، المركز القومي للبحوث بغزة، مج2، ع5، ص ص: 1-12.
[29] - معن خليل العمر (2006): الضبط الاجتماعي، بيروت، دار المنهل اللبناني، ص: 144.
[30] - أحمد صالح علي (2019): آلية تحقيق السلم المجتمعي اللازم للتنمة المستدامة، مجلة العربي للدراسات والأبحاث، المركز العربي للأبحاث والدراسات الإعلامية، ع1، ص ص: 88-102.
[31] - عصام سليمان الموسى (2016): الاتصال الجماهيري، ط8، الأردن، مكتبة جامعة اليرموك كلية الإعلام.
[32] - رائف محمد عبد العزيز (2012): المصالحة والسلم المجتمعي في المنظور الإسلامي التأطير التشريعي والتأصيل الفكري المقاصدي، الجامعة الأسمرية للعلوم الإسلامية زليتن، ليبيا، ص ص: 125-148.
[33] - البخاري، محمد بن إسماعيل.(2011): الصحيح الجامع .ط1 ، دار طوق النجاة.
[34] - ناجي عباس (2018): السلم الاجتماعي مفهومه ومقوماته " http://www.4may.net/art/287

[35] - محجوبة العوينة (2019): تجديد الخطاب الديني لتعزيز الأمن والسلم المجتمعي، مجلة العربي للدراسات والأبحاث، المركز العربي للأبحاث والدراسات الإعلامية، ع2، ص ص: 11-27.
[36] - حبيب محمد فقيه (2019): الانعكاس المتبادل بين السلم المجتمعى والتنمية الاقتصادية الاجتماعية، مجلة العربي للدراسات والأبحاث، المركز العربي للأبحاث والدراسات الإعلامية، ع3، ص ص: 27-47.
[37] - عبدالله فلاح هزاع (2019): دور المؤسسات التربوية والأكاديمية فى نشر ثقافة السلام المجتمعى والتنمية فى
الأردن، مجلة العربي للدراسات والأبحاث، المركز العربي للأبحاث والدراسات الإعلامية، ع4، ص ص: 40-83.
[38] - رائد علي محمد (2019): المحظورات الشرعية في مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على السلم المجتمعي، مجلة العربي للدراسات والأبحاث، المركز العربي للأبحاث والدراسات الإعلامية، ع3، ص ص: 10-26.
[39] - محمد وائل القيسي (2017): السلم المُجتمعي: المقومات وآليات الحماية" محافظة نينوى أنموذجًا، مركز نون للدراسات الاستراتيجية.
[40] - إيمان عاشور سيد حسين (2020): التماس الجمهور المصري للمعلومات المتعلقة بكوفيد 19عبر المواقع الاجتماعية وعلاقته بالمناعة النفسية لديهم، مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، ع54، ج4، ص ص: 2538- 2603.
[41] - صايل السرحان، عاهد مشاقبة، محمد بني سلامة (2016): دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي، المنارة، مج22، ع4، جامعة آل البيت، ص ص: 193-209.
42 – حسين على نور، شريف سعيد حميد (2019): اعتماد الجمهور المصري على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات وحدود الاغتراب المترتبة عليه (الفيس بوك أنموذجًا)،
[43] - Zeynep Tufekci and Christopher Wilson (2012), Social Media and the Decision to Participate in Political Protest: Observations From Tahrir Square, Journal of Communication, Vol. 62, Issue 2, April.
[44] - أسامة غازي المدني (2015): دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات السعودية (جامعة أم القري نموذجًا)، مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية، جامعة السلطان قابوس، ص ص:395- 425.
[45] - عبدالكريم الدبيسي و زهير الطاهات (2013): دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية"، *دراسات العلوم الإنسانية والاجتماعية*، المجلد (40)، العدد (1)، عمان، الأردن.
[46] - مصعب حسام الدين قتلوني (2012): دور مواقع التواصل الاجتماعي في عملية التغيير السياسي مصر نموذجًا، رسالة ماجستير، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح، نابلس، فلسطين.
[47] - Saggaf, yeslam. (2011). Saudi females on facebook: An Ethnographic Study. International Journal of emerging Technologies & Society. Vol. 9, No. 1, 2011, PP:1-19.
[48] - مصعب حسين الدين قتلوني (2014): ثورات الفيسبوك، شركة المطبوعات للتوزيع والنشر، لبنان، بدون طبعة.
[49] - شيماء الهواري (2019): مُستويات تفاعل طلبة الجامعة مع اعتداءات مسجدي نيوزيلاندا عبر مواقع التواصل الاجتماعي "دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي صفحتي قناة " BBC عربي"، قناة" Dw الألمانية عربي" ، مجلة الدراسات الإعلامية - المركز الديمقراطي العربي، برلين، ألمانيا، ع8.
[50] - عباس ناجي حسن (2016): الوسائط المتعددة في الإعلام الإلكتروني، ط1، عمان، دار الصفا للنشر والتوزيع.

[51] - Sulaiman Reyaee, Aquil Ahmed (2015), Growth Pattern of Social Media Usage in Arab Gulf States: An Analytical Study. Social Networking, 4.23-32.

[52] - نعيم المصري (٢٠١١): استخدامات الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي وأثره على وسائل الإعلام الأخرى: دراسة ميدانية على عينة من طلبة الكليات الفلسطينية. ورقة بحثية قدمت إلى مؤتمر كلية الإعلام بجامعة اليرموك، وعنوانه " الإعلام والتحولات المجتمعية في الوطن العربي" والذي عقد في الفترة ما بين ٢٣ – ٢٥/ تشرين الثاني/ ٢٠١١م، جامعة اليرموك، إربد، الأردن .

[53] - Muise, Amy. Christofides, Emily & Desmarais, Serge. (2009). More Information than you Ever Wanted: Does Facebook Bring out the Green-Eyed Monster of jealousy. ?, Cybersychology & Behavior. Vol.12,No.4,2009,pp.441-444.