

اتجاهات الشباب الجامعي نحو معالجة مواقع التواصل الاجتماعي لقضية الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم وعلاقتها بقراراتهم نحوها

د. ولاء فايز محمد السريتي*

ملخص الدراسة باللغة العربية:

هدفت الباحثة من خلال هذه الدراسة تحقيق العديد من الأهداف ولكن يأتي على رأس هذه الأهداف التعرف على اتجاهات الشباب الجامعي نحو معالجة مواقع التواصل الاجتماعي لقضية الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم وعلاقتها بقراراتهم نحوها، كما سعت الدراسة إلى معرفة أهم الأساليب التي يتابع من خلالها العينة قضية الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم، اعتمدت الدراسة في تحقيق أهدافها وتساؤلاتها على المنهج الوصفي الميداني وذلك من خلال استخدام الاستبانة، بعد عرضها على مجموعة من المحكمين للتحقق من صدقها الظاهري، وطبقت الأداة عن طريق الإنترنت على عينة قوامها (٣٠٠) مفردة من الذكور والإناث من الشباب الجامعي، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها:

- أن النسب المئوية لتقييم المبحوثين للمعالجة المستخدمة في عرض قضية الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم تراوحت ما بين (٨٨.٩ : ٧٩.٢%)؛ حيث جاءت عبارة (تستخدم العناوين والمناشآت العريضة في عرض القضية) في الترتيب الأول، بينما جاءت عبارة (تستخدم الرسوم الساخرة من فرنسا ورئيسها) في الترتيب الأخير، ويؤكد ذلك على اهتمام مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي بفئات الشكل في عرض قضية الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم حيث أهتمت بالعناوين العريضة والمناشآت العريضة لعرض ومعالجة القضية مما يوحي بأهمية وخطورة القضية كما يدل على اهتمام الوسيلة بالقضية وبطريقة إبرازها للجمهور مما يعكس حجم وأهمية القضية بالنسبة للوسيلة وبالنسبة للجمهور.

- أن أسباب متابعة عينة الدراسة لقضية الإساءة إلي رسول الله صلى الله عليه وسلم عبر مواقع التواصل الاجتماعي تمثلت في (التعرف على أهم القرارات التي تتخذها الدول للتصدي لهذه القضية) في الترتيب الأول بنسبة ٦٧.٣%، ثم (الوقوف على أبرز الإجراءات التي تم اتخاذها لحل هذه الأزمة) في الترتيب الثاني بنسبة ٦١.٣%، فيما

* مدرس بقسم الإذاعة والتلفزيون- كلية الإعلام – جامعة المنوفية

اتجاهات الشباب الجامعي نحو معالجة مواقع التواصل الاجتماعي لقضية الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم وعلاقتها بقراراتهم نحوها

جاءت (لمتابعة الأخبار العالمية والمحلية الخاصة بموضوع الإساءة) في الترتيب الأخير بنسبة ٤٠.٧%.

- أن نسبة ٩٤.٣% يرون أن لشبكات التواصل الاجتماعي دورًا في مقاطعة عينة الدراسة للمنتجات الفرنسية، بينما نسبة ٥.٧% يرون أنه لا يوجد لها دور، وبالتالي يمكن القول بأن مواقع التواصل الاجتماعي وشبكات التواصل الاجتماعي لها دور في صنع القرار وتدعيم أو تغيير بعض الاتجاهات وهذا ما أكدت بعض الدراسات منها دراسة (وسام طایل، ٢٠١٣) إن وسائل التواصل الاجتماعي عملت على إثارت اهتمام الجمهور بقضايا معينة وتوجيهه نحو سلوكيات معينة بزيادة المعلومات المرسلّة عن موضوع معين للتأثير في قطاعات الجمهور العريض ومن ثم التأثير في القرارات التي يتخذها الجمهور تجاه قضية معينة أو موضوع معين.

الكلمات المفتاحية: (اتجاهات- مواقع التواصل الاجتماعي- الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم)

Attitudes of university youth towards social networking sites addressing the issue of insulting the Messenger, may God bless him and grant him peace, and its relationship to their decisions towards it.

Prepared by/ Walaa Fayez Muhammad Al-Sariti*

Study summary in English:

The researcher aimed through this study to achieve many goals, but comes on top of these goals to identify the trends of university youth towards addressing social networking sites to the issue of insulting the Messenger, may God bless him and grant him peace, and its relationship to their decisions towards it. Insulting the Messenger, may God bless him and grant him peace. University youth, and the study reached a number of results, the most important of which are:

- The percentages of respondents' evaluation of the treatment used in presenting the issue of insulting the Messenger, may God bless him and grant him peace, ranged between (88.9: 79.2%); Where the phrase (using headlines and broad posts in presenting the case) came in the first place, while the phrase (it used satirical cartoons from France and its president) came in the last order, and this confirms the interest of social networking sites and networks in the categories of form in presenting the issue of insulting the Messenger, may God bless him and grant him peace. Where she was interested in headlines and broad posts to present and address the issue, which suggests the importance and seriousness of the issue as it indicates the medium's interest in the issue and the way

* Lecturer, Radio and Television Department, Faculty of Mass Communication, Menoufia University

it is presented to the public, which reflects the size and importance of the issue for the medium and for the public.

- The reasons for the follow-up of the study sample to the issue of insulting the Messenger of God, may God bless him and grant him peace, through social networking sites was represented in (identifying the most important decisions taken by countries to address this issue) in the first place with a percentage of 67.3%, then (to identify the most important measures that were taken to solve this issue). This crisis) came in second place with a rate of 61.3%, while it came (to follow up on international and local news on the subject of abuse) in the last rank with a rate of 40.7%.
- 94.3% believe that social networks have a role in boycotting the study sample of French products, while 5.7% believe that they have no role, and therefore it can be said that social networking sites and social networks have a role in decision-making and support or change some trends and this What some studies have confirmed, including a study (Wissam Tayel, 2013) that social media has aroused the public's interest in certain issues and directed it towards certain behaviors by increasing the information sent on a particular subject to influence the broad public sectors and then influence the decisions taken by the public towards a particular issue or specific subject.

Keywords: (Trends - social networking sites - offending the Messenger, may God bless him and grant him peace)

مقدمة الدراسة:

تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي نقطة تحول في عالم الميديا إذ تعتبر المصدر الرئيس والأساسي لحصول الجمهور على المعلومات نظراً لما تتسم به من سرعة وشيوع وانتشار كما تعد من أهم بوابات التعبير عن الرأي خاصة القضايا التي تحتمل أكثر من وجهة نظر ولذا يمكن القول بأن تأثير مواقع التواصل الاجتماعي تأثير مطلق، يمكنها التأثير في الجميع من خلال ما تقوم بنشره من قضايا ومعلومات كما تلعب دوراً كبيراً في حل النزاعات أو نشوب النزاعات، أو حل المشاكل والخلافات الشائعة بين المجتمعات؛ في حين قد ينجم عن مواقع التواصل الاجتماعي التنوير وكثير من القضايا تم تحريكها وتكوين رأي عام يختص بها من قبل الجمهور بسبب مواقع التواصل الاجتماعي.

ومن ثم فقد وقر ظهور شبكات التواصل الاجتماعي فتحاً ثورياً، نقل الإعلام إلى أفق غير مسبوقة، وأعطى مستخدميه فرصاً كبرى للتأثير والانتقال عبر الحدود بلا قيود ولا رقابة إلا بشكل نسبي محدود.

إذ أوجد ظهور وسائل التواصل الاجتماعي قنوات للبحث المباشر من جمهورها في تطور يغير من جوهر النظريات الاتصالية المعروفة، ويوقف احتكار صناعة الرسالة الإعلامية لينقلها إلى مدى أوسع وأكثر شمولية، وبقدرة تأثيرية وتفاعلية لم يتصورها خبراء الاتصال.

فقد أثبتت العديد من الدراسات أن لمواقع التواصل الاجتماعي تأثير بالغ في صنع القرار لدى الشباب والطلاب وذلك من خلال عرض المحتوى الخاص بقضية معينة ومن ثم تشكيل الرأي العام الخاص بقضية وموضوع محدد ومن ثم يمكن القول بأن لأطر المعالجة وطريقة تداول الموضوعات تأثير فعال من أجل زيادة تأثير القضية أو التقليل من شأنها كما تري الباحثة أن آليات مناقشة وعرض الموضوعات على مواقع التواصل الاجتماعي لها دور في تعبئة الرأي العام، ومن هنا تتبلور أهمية مواقع التواصل الاجتماعي.

في بداية الأمر كان استخدام الشباب مواقع التواصل الاجتماعي للدراسة ولتفريغ الشحن العاطفية، ولكن يبدو أن موجة من النضج سرت، وأصبح الشباب يتبادلون وجهات النظر، من أجل المطالبة بتحسين إيقاع الحياة السياسية والاجتماعية والإقتصادية ومن هنا تشكلت حركات الرفض الشبابية التي انتظمت في تونس مروراً بمصر واليمن وليبيا والبحرين والأردن؛ وتخطت تلك الأفكار الراضية للسياسات بسهولة عبر شبكات التواصل الاجتماعي الوطن العربي.

اتجاهات الشباب الجامعي نحو معالجة مواقع التواصل الاجتماعي لقضية الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم وعلاقتها بقراراتهم نحوها

ومن ثم تلعب المعالجة والعرض للقضايا المتنوعة والمختلفة دوراً في زيادة تأثير القضية وبلورتها، ومن هنا تظهر خطورة مواقع التواصل الاجتماعي مثل ظهور العديد من الهاشتاجات في الفترة الأخيرة التي تندد بما فعلته فرنسا من الإساءة لخير البرية سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم، فقد تكبدت فرنسا العديد من الخسائر الاقتصادية بسبب انتشار شعار المقاطعات لجميع منتجاتها مما تسبب في خسائر فادحة لفرنسا وشعبها وكان ذلك نتيجة وجود العديد من الهاشتاجات والشعارات التي دعت للمقاطعة وقيام العديد من الدول بإطلاق هذه المبادرات ومن ثم يمكن القول بأن منصات التواصل الاجتماعي هي منصات تغيير وتعديل ومنصات للتعبير عن الرأي وتشكيل الاتجاهات سواء سلبية أو إيجابية تجاه العديد من القضايا والمشكلات فسيظل الإعلام بكل أدواته نقطة تحول لأي رأي أو أي قضية.

مشكلة الدراسة:

يعتبر الشباب الجامعي من أكثر الفئات استخداماً لمواقع وشبكات التواصل الاجتماعي كما تتمتع شبكات التواصل الاجتماعي بالعديد من السمات التي تساهم في جعلها تحنل الصدارة من حيث ترتيب المتابعة وقد يرجع ذلك إلى قدرتها على جذب اهتمام الجمهور وعرض المحتوى بأسلوب شيق وجذاب ومن ثم تكمن أهمية شبكات التواصل الاجتماعي، حيث تُمثل مواقع التواصل الاجتماعي العامل الأساسي للتغيير في المجتمع، لكنها أصبحت عاملاً مهماً في تهيئة متطلبات التغيير عن طريق تكوين الوعي، في نظرة الإنسان إلى مجتمعه والعالم. فالمضمون الذي تتوجه به عبر رسائل إخبارية أو ثقافية أو ترفيهية أو غيرها، لا يؤدي بالضرورة إلى إدراك الحقيقة فقط، بل إنه يساهم في تكوين الحقيقة، وحل إشكالياتها، ومن ثم المساهمة بدرجة كبيرة في صنع قرار رسمي أو قرار غير رسمي خاص بالشارع المصري، حيث تعد مواقع التواصل الاجتماعي نبض الجمهور وبوتقة للتعبير عن آرائهم واتجاهاتهم من خلال منشوراتهم وكتاباتهم المختلفة التي تؤثر في صانعي القرار السياسي.

ولكن لكي يحدث التغيير في المجتمعات العربية، لا بد من أن يصاحبه من تغيير خاص بالأفكار والمعتقدات التي تتعلق بالقضايا الدينية والسياسية، وفي البنية الثقافية ككل حتى يتم التأقلم مع الأوضاع الجديدة. وبالمقابل كل ما يطرأ من تبادل قيمي أو مفاهيمي "إيجابي" يحدث تغييراً في الممارسات السياسية والاجتماعية والاقتصادية تؤثر في بناء المجتمع العربي؛ وتشكل تكنولوجيا الاتصال البنية التحتية لصياغة المشكلات والقضايا على اختلاف أنماطها، وعلى هذا يمكن اعتبار ما يحدث على منصات التواصل الاجتماعي أحد العوامل الأساسية لحدوث أي تغيير مجتمعي يؤثر في ثقافة المجتمع العربي والإقليمي.

اتجاهات الشباب الجامعي نحو معالجة مواقع التواصل الاجتماعي لقضية الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم وعلاقتها بقراراتهم نحوها

ظهرت في الفترة الأخيرة قضية شائكة تسبب عنها العديد من الخلافات والنزاعات وهي قضية الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم فقد نشب عن هذه القضية اهتمام مجتمعي، من قطبي المجتمع المصري المسلمين والمسيحيين خروجوا جميعا لرفض هذه الإساءة ورفض الإساءة لأي رمز من الرموز الدينية؛ لأن ذلك يهدد كيان واستقرار المجتمع المصري ومن ثم ظهر أيضا بعض الأشخاص الذين جعلوا هناك خلافا على القضية وبلبلة للرأي العام بين قطبي المجتمع، ولكن سرعان ما توحدت الأطراف وسرعان ما نددت بهذه الحملة المسيئة للرسول صلى الله عليه وسلم فأكدت جميع الأطراف على الاشتراك في حملة المقاطعة والتي نشب عنها العديد من القرارات، ومن خلال ملاحظة الباحثة للعديد من الصفحات الخاصة بقضية الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم وكذلك ردود فعل المسؤولين وبناء على اتجاهات الشباب نحو القضية، اتخذت الدول العربية قراراتها بناء على توجهات المنصات الاجتماعية وبناء على المنشورات والمتابعات والعديد من الاتجاهات التي ساهمت في تشكيل آراء الشباب تجاه أقطاب المجتمع المختلفة مما وحد الصفوف بين قطبي الشعب المصري مسلمين ومسيحيين مما جعل مناهضة هذه المشكلة على قدر من المسؤولية وزاد من فعالية مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على القضايا وتحويلها من قضايا خاصة إلى قضايا رأي عام، وهل أثرت هذه المواقع على قرارات الشباب؟ وما هي القرارات التي ساهمت في تشكيلها لدى الشباب من خلال المتابعة والمشاركة في قضية الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم؟ وهل كانت القرارات سلبية أم قرارات إيجابية؟ ومن هنا تكمن مشكلة الدراسة ويمكن بلورتها في التساؤل الرئيس التالي:

ما اتجاهات الشباب الجامعي نحو معالجة مواقع التواصل الاجتماعي لقضية الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم وعلاقتها بقراراتهم نحوها؟



اتجاهات الشباب الجامعي نحو معالجة مواقع التواصل الاجتماعي لقضية الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم وعلاقتها بقراراتهم نحوها

- فعالية معالجة مواقع التواصل الاجتماعي لقضية الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم في طرح العديد من القرارات وتشكيل بعض الاتجاهات الخاصة بقضايا الرأي العام.
- يمكن أن تساهم هذه الدراسة في ثراء الدراسات الأدبية التي ترصد معالجة مواقع التواصل الاجتماعي للقضايا الدينية.
- تعدّ مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة للتواصل بين الحكام وصنّاع القرار والجمهور، إذ يؤدي غياب الحوار، إلى اختلال العلاقة بينهما.
- الأهمية التطبيقية: تنبع أهمية الدراسة التطبيقية من خلال النقاط الآتية:
- تقدم الدراسة طرحًا من التوصيات والمقترحات التي تعزز من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في المجتمع المصري.
- التأكيد على خطورة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على نسيج المجتمع المصري من خلال نشر الشائعات وتأجج الأقاويل والشائعات.
- وضع ميثاق أخلاقي وقانوني يقترحه الشباب الجامعي وهم أكثر متابعي ومستخدمي الشبكات الاجتماعية للتأكيد على أهمية استخدام الشبكات في طرح ومعالجة العديد من القضايا الدينية والاجتماعية والسياسية.
- تعتبر هذه الدراسة خطوة أساسية للباحثين المهتمين بالمجال التربوي والإعلامي.

أهداف الدراسة:

تسعي الدراسة الحالية إلى تحقيق مجموعة من الأهداف من أهمها:

- ١- التعرف على الموضوعات والقضايا الخاصة بقضية الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم، التي تم تناولها بمواقع التواصل الاجتماعي.
- ٢- التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في الحملات الخاصة بمقاطعة المنتجات الفرنسية.
- ٣- التعرف على أنماط وأشكال معالجة مواقع التواصل الاجتماعي لقضية الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم.
- ٤- التعرف على أبرز القوالب الفنية لدراسة قضية الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم.
- ٥- رصد أكثر الأساليب والقوالب المستخدمة في التصدي لقضية الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم، عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

اتجاهات الشباب الجامعي نحو معالجة مواقع التواصل الاجتماعي لقضية الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم وعلاقتها بقراراتهم نحوها

- ٦- رصد آليات المعالجة التي استخدمتها مواقع التواصل الاجتماعي في قضية الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم.
- ٧- التعرف على مصادر المعلومات التي تنشرها مواقع التواصل الاجتماعي الخاصة بقضية الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم.
- ٨- التعرف على درجة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي بالنسبة للمتغيرات الخاصة بصناعة القرار لدى الشباب الجامعي
- ٩- التعرف على الاتجاهات الخاصة بالشباب الجامعي وعلاقة ذلك بمعالجة مواقع التواصل الاجتماعي لقضية الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم.

الدراسات السابقة:

بعد إطلاع الباحثة على العديد من الدراسات والأدبيات توصلت الباحثة إلى رصد أهم الدراسات المرتبطة بموضوع الدراسة الحالية والتي تعد الأقرب صلة بالموضوع الحالي وتم سردها كالآتي:

- كشفت دراسة (إيمان عاشورسيد، ٢٠٢١) ^(١) عن العلاقة بين درجة تعرض الشباب الجامعي (عينة الدراسة) لقضية الإساءة للرسول (صلى الله عليه وسلم) عبر الشبكات الاجتماعية وعلاقته بالسلم 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 هاشتاغ إلا رسول الله، واستخدمت الباحثة المنهج الوصفي وذلك عن طريق الاستبانة، وطبقت على عينة قوامها ٥٦٥ مفردة بجامعة المنيا والأزهر، وتضمنت الأداة مقياس لقياس محاور السلم المجتمعي تكوّن من ٣٠ 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 (دائماً) في الترتيب الأول بنسبة ٦٧.٤%، ثم (أحياناً) في الترتيب الثاني بنسبة ٣٢.٦%، 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 ٤٥.٥%، ثم (لمعرفة دور المجتمع والأفراد في مواجهة هذه الأزمة) في الترتيب الثاني بنسبة ٤٠.٣%، وفي الترتيب

اتجاهات الشباب الجامعي نحو معالجة مواقع التواصل الاجتماعي لقضية الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم وعلاقتها بقراراتهم نحوها

الأخير (التعرف على أهم القرارات التي تتخذها الدول للتصدي لهذه القضية) بنسبة ٥.٨%.

- أن رؤية الشباب الجامعي (عينة الدراسة) حول دور شبكات التواصل الاجتماعي في مقاطعة المنتجات الفرنسية تمثلت في (نعم) بنسبة ٩٠.٨% في الترتيب الأول، ثم (لا) في الترتيب الثاني بنسبة ٩.٢%.

ورصدت دراسة (عبد الخالق إبراهيم عبد الخالق، ٢٠٢٠)

- هدفت دراسة (محمد حسني، ٢٠٢١)^(٦) إلى التعرف على المضامين والأطروحات المقدمة عبر صفحتي الأزهر الشريف وفرنسا ٢٤، في إدارة أزمة الإساءة للنبي محمد صلى الله عليه وسلم واستخدمت الدراسة منهج المسح الإعلامي، والأسلوب المقارن للمواد الإعلامية المنشورة عن الأزمة عبر الصفحتين (عينة الدراسة الدراسة) وأظهرت النتائج استياء الإمام الأكبر شيخ الأزهر ودعوته لمقاضاة جريدة شارل أبدو دولياً بسبب هذه الرسوم المسيئة للنبي صلى الله عليه وسلم، وإصدار قانوني دولي يجرم التعرض للنبي صلى الله عليه وسلم والمسلمين بشكل عام، كما أشارت التحليلات إلي رجوع فرنسا عن موقفها المعلن ضد الإسلام كما أوضح الرئيس الفرنسي ماكرون في تصريحاته وخطاباته الأخيرة بعدما اشتدت حملات المقاطعة من دول الشرق الأوسط لمنتجاتها والاستياء العربي والإسلامي من موقف الدولة الفرنسية.

- فسرت دراسة (سعود عبد العزيز بوشهري، ٢٠٢١)^(٧) دور وسائل التواصل الاجتماعي في التأثير على صنع القرار بدولة الكويت، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي المسحي، طبقت على عينة قوامها ٤٠ عضواً من أعضاء مجلس الأمة الكويتي، وتوصلت الدراسة إلي مجموع من النتائج أهمها: أن آراء أعضاء مجلس الأمة في دورهم في الرد علي القضايا الراهنة المنتشرة على صفحات التواصل الاجتماعي جاءت مرتفعة، وأظهرت النتائج وجود علاقة ارتباطية مرتفعة بين مواقع التواصل الاجتماعي وعملية صنع القرار وبنسبة بلغت ما بين (٨٨%)، (٧٦.٥%).

- وصفت دراسة (علي المستريحي، ٢٠٢٠)^(٨) أهمية جودة للمعلومات المتداولة عبر منصات التواصل الاجتماعي ودورها في التأثير على متخذي القرارات، كما سعت الدراسة إلى معرفة تأثير المعلومات المتداولة عن القضايا الخاصة بالمجتمع وعلاقة ذلك بالقرارات التي تتخذها الحكومة، واستخدمت الدراسة أدوات التحليل والوصف من

اتجاهات الشباب الجامعي نحو معالجة مواقع التواصل الاجتماعي لقضية الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم وعلاقتها بقراراتهم نحوها

خلال تطبيق استبانة على عدد من المبحوثين بلغ قوامها (١٨٧) مفردة من العاملين بمستوى الإدارة العليا، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها: عدم وجود فروقات ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة تبعاً لمتغيراتهم الشخصية والوظيفية حول مفهوم كل، من جودة المعلومات المتداولة في وسائل التواصل الاجتماعي، واستجابة متخذي القرار الأردني لها عند اتخاذ قراراته، كما وجدت علاقة بين درجة ثقة المبحوثين في المعلومات المتداولة عبر المنصات الاجتماعية ودرجة الاستجابة للقرارات التي تتخذها الحكومة خاصة في قضايا الرأي العام.

- **بينما ناقشت دراسة (ماطر عبد الله حمدي، ٢٠١٨)^(٥) درجة اعتماد الشباب السعودي على مواقع التواصل الاجتماعي للتزود بالمعلومات والأخبار ومعرفة طبيعة المعلومات التي يبحث عنها الشباب السعودي، وقد اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي وأداة الاستبانة، وطبقت على عينة قوامها ٤٠١ مفردة من طلبة جامعة تبوك، وكان من أهم نتائجها: أن درجة الثقة بمصادقية مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار جاءت بدرجة متوسطة، أن أهم الفوائد والتأثيرات التي تتحقق من مواقع التواصل الاجتماعي لأفراد العينة يتمثل في زيادة الإطلاع على الأخبار والمعلومات المختلفة، وزيادة الإطلاع على الأخبار والمعلومات المختلفة، وزيادة الثقافة العامة للأفراد المستخدمين.**

- **في حين رصدت دراسة (أسامة غازي المدني، ٢٠١٥)^(٦): الدور الذي تقوم به شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى مستخدمي الشبكات الاجتماعية، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي وطبقت على عينة قوامها ٤٠٠ مفردة وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها: أن ٤١.٨٦% من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي لديهم مستوي مرتفع في تشكيل الرأي العام، وجود فروق ذات دلالة إحصائية، بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى الطلاب تبعاً لاختلاف مستويات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي المختلفة.**

- **في حين أهتمت دراسة (ممدوح السيد، ٢٠١٥)^(٧): بالتعرف على استخدامات الشباب الجامعي لمواقع الشبكات الاجتماعية على شبكة الإنترنت، اعتمدت الدراسة على المنهج المسح الإعلامي وأظهرت النتائج، أن أبرز استخدامات الشباب الجامعي مواقع الشبكات، كان للمتابعة والمشاركة في أحداث الانتخابات الرئاسية المصرية ٢٠١٤، وأشارت النتائج أيضاً إلى أهم الإشاعات السياسية ومتابعة العملية الانتخابية، وما دار**

اتجاهات الشباب الجامعي نحو معالجة مواقع التواصل الاجتماعي لقضية الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم وعلاقتها بقراراتهم نحوها

حولها من نقاشات وتوجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين تقييم الشباب لدور مواقع الشبكات الاجتماعية في الانتخابات الرئاسية.

- في حين اقترحت دراسة (Kristina Lindholm And Eva-Karin, 2011)^(٨) اتصالات الأزمة كلعبة متعددة المستويات دبلوماسية للرسوم الكاريكاتورية للنبي صلى الله عليه وسلم من منظور الأزمة، إن أزمة الرسوم الكاريكاتورية التي شهدتها سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم (٢٠٠٥)، تقدم مثلاً واضحاً للكيفية التي أدت بها الأزمات في هذه الحالة لذا نجد السفر عبر الحدود الجغرافية من صحيفة وطنية إلى أزمة دبلوماسية عامة كاملة على المستوى الدولي، لذا اقترحت هذه الدراسة معرفة التواصل بشأن الأزمات أستناداً إلى الكيفية التي يؤثر بها تأطير الجهات الفاعلة على المفاهيم والتصورات وأصحاب المصلحة واستراتيجيات الاتصال.

التعليق على الدراسات السابقة:

- بالنسبة لموضوع الدراسة لم تتطرق أي دراسة من الدراسات السابقة إلى فحص العلاقة بين معالجة مواقع لقضية الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم وقرارات الشباب، ولكن تشابهت دراسة إيمان عاشور في اختيار نوع القضية ولكن اختلفت عن الدراسة الحالية في تحديد متغيرات الموضوع حيث ركزت دراسة إيمان عاشور على تعرض الشباب الجامعي لقضية الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم، وعلاقتها بالسلم المجتمعي.
- بالنسبة لمجتمع وعينة الدراسة: ركزت معظم الدراسات السابقة على عينة الشباب الجامعي وتشابهت الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في الاعتماد على نفس العينة وهم طلبة الجامعة.
- بالنسبة للمنهج: اعتمدت جميع الدراسات السابقة على المنهج المسحي الإعلامي، بعضاً منها استخدم الشقين التحليلي والميداني وبعضاً اعتمد على الجانب الميداني، وتشابهت الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في الاعتماد على الجانب الميداني وبذلك تتفق الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في الاعتماد على المنهج المسحي.

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

أستفادت الباحثة من الدراسات السابقة في تحديد النقاط الأتية:

- تحديد متغيرات الدراسة تحديداً دقيقاً

اتجاهات الشباب الجامعي نحو معالجة مواقع التواصل الاجتماعي لقضية الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم وعلاقتها بقراراتهم نحوها

- ساهمت الدراسات السابقة في الإطار المعرفي للدراسة والتعليق على النتائج تعليقا علميا سليما.
- ساعدت الدراسات السابقة في تحديد المجتمع وعينة الدراسة والمنهجية السليمة للدراسة الحالية.
- ساهمت الدراسات السابقة في تحديد فروض الدراسة وصياغتها بطريقة علمية سليمة.

تساؤلات الدراسة:

التساؤل الرئيس في هذه الدراسة هو: ما اتجاهات الشباب الجامعي نحو معالجة مواقع التواصل الاجتماعي لقضية الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم وعلاقتها بقراراتهم نحوها؟

ويتفرع من هذا التساؤل عدة تساؤلات أخرى هي:

- ما الموضوعات والمضامين الخاصة بقضية الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم؟
- ما الأشكال والقوالب الأكثر استخداما في عرض قضية الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم؟
- ما أسباب متابعة عينة الدراسة لقضية الإساءة إلي رسول الله صلى الله عليه وسلم عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟
- ما المصادر التي اعتمدت عليها مواقع التواصل الاجتماعي في تغطية قضية الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم؟
- ما أهداف المعالجة لقضية الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم التي قدمتها مواقع التواصل الاجتماعي؟
- ما أكثر الأساليب والقوالب المستخدمة في التصدي لقضية الإساءة للرسول(صلى الله عليه وسلم) عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟
- ما أساليب معالجة مواقع التواصل الاجتماعي لقضية الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم؟
- ما أنواع المضمون الذي ترصده معالجة قضية الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم من خلال مواقع التواصل الاجتماعي؟
- ما أهم القرارات التي اتخذها الشباب الجامعي تجاه قضية الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم؟

نوع الدراسة:

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تهتم برصد ووصف مشكلة أو قضية معينة ودورها في عرض المعلومات التي تتصل بقضية الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم ودور ذلك في تشكيل الاتجاهات وصناعة القرارات لدى الشباب الجامعي، حيث لاحظت الباحثة ردود فعل الجمهور تجاه هذه القضية على عكس المرات السابقة عندما تكررت نفس الإساءة، لذا تقوم هذه الدراسة بوصف المشكلة وتحليلها ورصدها رصدًا دقيقًا شاملاً وتحليلها وتفسيرها بطريقة دقيقة.

منهج الدراسة:

اعتمدت الدراسة الحالية على المنهج الوصفي الميداني لوصف الدراسة وتحليلها وتفسيرها وذلك من خلال معرفة اتجاهات الشباب نحو معالجة مواقع التواصل الاجتماعي لقضية الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم، والذي يعد من أنسب المناهج العلمية لوصف وتحليل الظاهرة وذلك من خلال جمع البيانات وتبويبها وتفسيرها، وقد تم في هذه الدراسة مسح الآراء الخاصة بمستخدمين شبكات التواصل الاجتماعي لمعرفة دورها في صناعة القرار الخاص بهذه القضية.

أدوات الدراسة:

اعتمدت الباحثة على أداة الاستبيان كأداة لجمع البيانات والمعلومات وذلك باعتباره أكثر الوسائل انتشاراً وشيوعاً واستخداماً في الدراسات الميدانية وقامت الباحثة بإعداد أداة الاستبيان بعد الإطلاع على العديد من الدراسات ثم قامت الباحثة بتصميم أداة الاستبيان بناء على تساؤلات الدراسة، حيث قامت الباحثة بوضع الأسئلة الخاصة بكل تساؤل من تساؤلات الدراسة، وذلك بهدف الحصول على معلومات وبيانات وآراء المبحوثين من خلال عينة الدراسة، كما اعتمدت الباحثة في الشق الخاص بتحليل الأثر على أداة تحليل المضمون التي تضمنت فئات الشكل وفئات المضمون.

مجتمع وعينة الدراسة:

أقتصرت الدراسة الحالية على عينة من الشباب الجامعي بلغ قوامها ٣٠٠ مفردة من الذكور والإناث تم جمعها من خلال أدوات الدراسة التي طبقت إلكترونياً عبر شبكات ومنصات التواصل الاجتماعي بطريقة عشوائية، وبذلك يكون مجتمع الدراسة فئة الشباب الجامعي وتتراوح أعمارهم ما بين ١٨-٢٢ سنة وهو السن الجامعي بالجامعات المصرية، سواء خاصة أو حكومية.

اتجاهات الشباب الجامعي نحو معالجة مواقع التواصل الاجتماعي لقضية الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم وعلاقتها بقراراتهم نحوها

- الإطار المعرفي للدراسة:

أهم القضايا التي تثيرها شبكات التواصل الاجتماعي وتؤثر على قرارات الشباب واتجاهاتهم:

- 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 التلفزيونية، كما أنّ الاستهزاء والسخرية بالدين من أوسع 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 لأوامره، فالاستهزاء إهانة لدين الله.

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

ومثل هذه الأفعال تؤثر على السلم 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 ومسيحيين، 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.

اتجاهات الشباب الجامعي نحو معالجة مواقع التواصل الاجتماعي لقضية الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم وعلاقتها بقراراتهم نحوها

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 وعمليات الإبادة الجماعية، وللعنصرية العديد من العرقية وعمليات الإبادة الجماعية.^(٩) 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.^(١٠)

الشباب وقرارات المشاركة:

يعتبر الشباب جزء أساسي من المجتمع ولا يمكن إغفال دوره في العديد من القضايا فقد كان الشباب نواة الثورة من خلال آرائهم والحملات التي تبناها الشباب من خلال منصات التواصل الاجتماعي والصفحات الرسمية وغير الرسمية من أجل حث الجمهور على الثورة وقد كان، فالثورة كان أساسها مواقع التواصل الاجتماعي والحملات التي قام بها الشباب من خلال مواقع التواصل الاجتماعي^(١١).

ويمكن ترجمة ذلك بقرارات، ألا وهي المشاركة في الثورة والاتجاهات المختلفة التي تبناها الجمهور سواء بالتأييد أو المعارضة سواء سلبية أو إيجابية، وتعتبر القضايا الدينية من أهم القضايا التي تشكل الاتجاهات وتساعد على بناء القرارات وتغييرها كما تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي من أهم الوسائل التي تؤكد أهمية بعض القضايا وتنشر بعض السلوكيات والأفعال التي من خلالها يتخذون العديد من القرارات .

الصدق والثبات:

إجراءات ثبات الاستبيان: قامت الباحثة بحساب الثبات على عينة قوامها (٣٠) مبحوث، وبلغت قيمة معامل الثبات وفق معامل الفا كرونباخ نحو (٠.٨٦) وهي قيمة تعكس مستويات ثبات عالية للاستبيان.

الصدق الذاتي: تم حساب الصدق الذاتي كمؤشر لصدق الاستبيان وذلك بحساب الجزر التربيعي لمعامل الثبات، وقد بلغت قيمته (٠.٩٢)، مما يدل على تمتع الاستبيان بدرجة عالية من الصدق.

المعاملات الإحصائية المستخدمة:

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

اتجاهات الشباب الجامعي نحو معالجة مواقع التواصل الاجتماعي لقضية الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم وعلاقتها بقراراتهم نحوها

- معامل الفا 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.

نتائج الدراسة الميدانية وتفسيراتها:

أولاً. توصيف عينة الدراسة:

جدول (١)

يوضح الخصائص الديموجرافية لعينة الدراسة

النسبة	التكرار	الفئة	توصيف عينة الدراسة
٧٤.٧%	١٥٩	ذكر	النوع
٢٥.٣%	١٤١	أنثى	
١٠٠%	٣٠٠	الإجمالي	
٦٣.٧%	١٩١	ريف	محل الإقامة
٣٦.٣%	١٠٩	حضر	
١٠٠%	٣٠٠	الإجمالي	
٩٢.٧٠%	١٧٨	حكومية	الجامعة
٧.٣٠%	١٢٢	خاصة	
١٠٠%	٣٠٠	الإجمالي	

اتجاهات الشباب الجامعي نحو معالجة مواقع التواصل الاجتماعي لقضية الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم وعلاقتها بقراراتهم نحوها

ثانياً. النتائج العامة للدراسة:

جدول (٢)

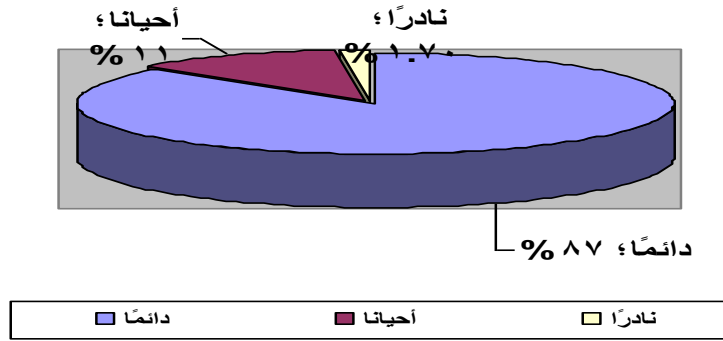
يوضح معدل تعرض عينة الدراسة لمواقع وشبكات التواصل الاجتماعي إجمالاً

الترتيب	النسبة %	التكرار	معدل التعرض
١	٨٧	٢٦١	دائماً
٢	١١.٣	٣٤	أحياناً
٣	١.٧	٥	نادرًا
	١٠٠	٣٠٠	الإجمالي

يتضح من الجدول: أن معدل تعرض عينة الدراسة لمواقع وشبكات التواصل الاجتماعي تمثل في (دائمًا) في الترتيب الأول بنسبة ٨٧%، ثم (أحيانًا) في الترتيب الثاني بنسبة ١١.٣%، وأخيرًا (نادرًا) بنسبة ١.٧%.

ترى الباحثة أن معظم عينة الدراسة من طلاب الجامعات الخاصة والحكومية يتعرضون لمواقع وشبكات التواصل الاجتماعي بشكل دائم وذلك يعكس أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في حياة الشباب وذلك يعتبر جزء أساسي ومصدر هام في حصولهم على المعلومات وأيضاً أثبتت العديد من الدراسات أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الاتجاهات وتأكيد الذات كما أثبتت بعض الدراسات أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في التماس المعلومات الخاصة بالقضايا المتنوعة والهامة في نفس الوقت ومن هذه الدراسات (دراسة آيات أحمد رمضان، ٢٠١٨) ^(١٢) وقد أثبتت الدراسة وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين استراتيجيات التماس الجمهور المصري لأخبار الشأن المصري من المواقع الإخبارية الموجهة بالعربية وبين حجم المشاركة السياسية للجمهور المصري، وهذا من شأنه يؤكد صفة الاستمرارية والأهمية لمواقع التواصل الاجتماعي في متابعة جميع الأحداث التي يتعرض لها المجتمع المصري بكافة أطيافه وفئاته، دراسة (سامح محمد عبد الغني، ٢٠١٨) ^(١٣) حرص المبحوثين على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لمتابعة قضايا التعليم قبل الجامعي كان "بشكل دائم" في المرتبة الأولى بنسبة ٥٣.٥%، وأيضاً دراسة (محمد خضر طعاني، ٢٠١٨) ^(١٤) توصلت نتائج الدراسة إلى أن (٩١.١%). من طلبة الجامعات الأردنية يستقون المعلومات العلمية من شبكة الإنترنت، ويستخدمونها بشكل يومي، وأن الطلبة "غالبا" يفضلون شبكة الإنترنت عن باقي مصادر المعرفة العلمية الأخرى بنسبة بلغت (٥٦%).

اتجاهات الشباب الجامعي نحو معالجة مواقع التواصل الاجتماعي لقضية الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم وعلاقتها بقراراتهم نحوها



شكل (1) يوضح معدل تعرض عينة الدراسة لمواقع وشبكات التواصل الاجتماعي إجمالاً

جدول (3)

يوضح تفصيلاً معدل تعرض عينة الدراسة لمواقع وشبكات التواصل الاجتماعي

العينة الكلية						المواقع والشبكات
الترتيب	النسبة المئوية	الوزن النسبي	معدل التعرض			
			لا أتعرض لها	بدرجة متوسطة	بدرجة كبيرة	
1	93.9	845	10	35	255	واتساب What Sapp
2	91.1	820	9	62	229	فيس بوك Face book
3	77.3	696	27	150	123	يوتيوب You Tube
4	61.8	556	111	122	67	انستجرام instagram
5	50.3	453	174	99	27	تويتر Twitter
6	43.7	393	219	69	12	لينكد إن LinkedIn
		2763	الإجمالي			69.7%

يتضح من الجدول: تصدر موقع (واتساب) ترتيب مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي التي يتابعها أفراد العينة بنسبة 93.9%، ثم (فيس بوك) في الترتيب الثاني بنسبة 91.1%، بينما جاء في الترتيب الأخير (لينكد إن) بنسبة 43.7%.

تتفق نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراسة (إيمان عاشور سيد، 2021) (10) حيث أثبتت الدراسة أن النسب المئوية لمعدل تعرض الشباب الجامعي (عينة الدراسة) لمواقع وشبكات التواصل الاجتماعي تراوحت ما بين (90.79: 39.02)، حيث جاء (الواتساب)

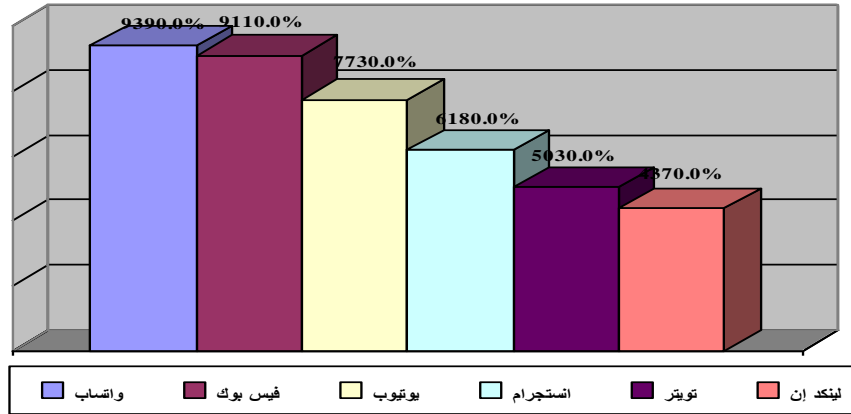
اتجاهات الشباب الجامعي نحو معالجة مواقع التواصل الاجتماعي لقضية الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم وعلاقتها بقراراتهم نحوها

في الترتيب الأول، في حين جاء في الترتيب الثاني فيس بوك، فيما جاء موقع (لينكد إن) في الترتيب الأخير، وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة (إيمان عاشور سيد، ٢٠٢٠) (١٦).

التي أشارت إلى تصدر الواتساب المواقع والشبكات التي تعرض لها الشباب الجامعي (عينة الدراسة) أثناء كوفيد-١٩، حيث حصل على وزن نسبي (٩٠.٤٣)، يليه في الترتيب الفيس بوك بوزن نسبي (٨٣.٤٥)، ثم اليوتيوب بوزن نسبي (٧٣.٧٤).

وتختلف هذه النتيجة مع نتائج دراسة (صايل السرحان وآخرين، ٢٠١٦) (١٧) حيث احتل الفيس بوك المرتبة الأولى بنسبة (٩٠.٤%)، يليه الواتساب بنسبة (٨٤.٣%)، وانستجرام في المرتبة الثالثة بنسبة (٥٤.٦%)، وهذا ما يؤكد انتشار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بين طلاب جامعة آل البيت وارتفاع نسبة المشتركين فيها.

وتختلف تلك النتائج مع دراسة (يحيى بن عبد الله، ٢٠١٤) (١٨) التي أشارت إلى أن أكثر أدوات الإعلام الجديد استخداما هي: اليوتيوب، يليه التويتر ثم استخدام الفيسبوك، ويليه استخدام تطبيقات أخرى لأدوات الإعلام الجديد، كما اختلفت أيضا مع نتائج دراسة (محمد رضا أحمد، ٢٠١٦) (١٩) حيث جاء تطبيق الواتساب هو الأكثر استخداما لدي عينة الدراسة، ثم جاء في الترتيب الثاني التويتر، وجاء في الترتيب الثالث الانستجرام، واختلفت كذلك مع دراسة (نايف بن ثنيان بن محمد آل سعود، ٢٠١٤) (٢٠) حيث جاء في مقدمة الوسائل التويتر والفيس بوك، كما اختلفت تلك النتائج مع دراسة (حسن محمد حسن، ٢٠١٧) (٢١) والتي توصلت إلى أن خمس شبكات كانت الأعلى استخداما لديهم بنسب تجاوزت ال ٥٠% وهي علي التوالي (الواتساب ٩٥%، اليوتيوب ٩٢%، الفيس بوك ٨١%، التويتر ٧١%).



شكل (٢) يوضح تفصيلاً معدل تعرض عينة الدراسة لمواقع وشبكات التواصل الاجتماعي

اتجاهات الشباب الجامعي نحو معالجة مواقع التواصل الاجتماعي لقضية الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم وعلاقتها بقراراتهم نحوها

جدول (٤)

يوضح أسباب استخدام عينة الدراسة لمواقع وشبكات التواصل الاجتماعي

الترتيب	العينة الكلية			التكرار			الأسباب
	النسبة المئوية	الوزن النسبي	الوزن النسبي				
				الوزن النسبي	معارض	محايد	
١	٩٣.٣	٨٤٠	٨	٤٤	٢٤٨	التواصل مع الآخرين.	
٢	٩١.٦	٨٢٤	٦	٦٤	٢٣٠	لمتابعة أهم الأزمات والقضايا حول العالم مثل قضية الإساءة للرسول صل الله عليه وسلم.	
٣	٨٩.٨	٨٠٨	٧	٧٨	٢١٥	الترفيه والتسلية وقضاء وقت الفراغ.	
٤	٨٩.٠	٨٠١	٩	٨١	٢١٠	لمعرفة الأحداث والتطورات المحلية والإقليمية والدولية.	
٥	٨٧.٧	٧٨٩	٢	١٠٧	١٩١	معرفة آراء الناس حول القضايا المهمة.	
٦	٨٦.١	٧٧٥	١٥	٩٥	١٩٠	الحصول على الأخبار والمعلومات الخاصة بقضايا الرأي العام.	
٧	٨٠.٤	٧٢٤	١٤	١٤٨	١٣٨	إعلان موقفي من الأحداث من خلال التعبير عن رأيي وأفكاري.	
٨	٨٠.٣	٧٢٣	٣٦	١٠٥	١٥٩	تكوين صداقات والتعرف على أصدقاء جدد.	
٩	٨٠.١	٧٢١	٣٢	١١٥	١٥٣	بناء وتحقيق الذات.	
١٠	٦٠.٨	٥٤٧	٢١	١١	١٦٨	تبادل الخبرات والثقافة مع من هم من خارج دولتي	

يتضح من الجدول: أن أسباب استخدام عينة الدراسة لمواقع وشبكات التواصل الاجتماعي تمثلت في (التواصل مع الآخرين) في الترتيب الأول بنسبة ٩٣.٣%، ثم (لمتابعة أهم الأزمات والقضايا حول العالم مثل قضية الإساءة للرسول صل الله عليه وسلم) في الترتيب الثاني بنسبة ٩١.٦%، فيما جاءت (تبادل الخبرات والثقافة مع من هم من خارج دولتي) في الترتيب الأخير بنسبة ٦٠.٨%.

تختلف نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراسة (إيمان عاشور سيد، ٢٠٢١) حيث أثبتت الدراسة أن النسب المئوية لأسباب استخدام الشباب الجامعي (عينة الدراسة) لمواقع وشبكات التواصل الاجتماعي تراوحت ما بين (٩٤.٠٤ : ٧٨.٠٥)، حيث جاءت عبارة

اتجاهات الشباب الجامعي نحو معالجة مواقع التواصل الاجتماعي لقضية الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم وعلاقتها بقراراتهم نحوها

(التواصل مع الآخرين) في الترتيب الأول، فيما جاء موقع (تكوين صداقات والتعرف على أصدقاء جدد) في الترتيب الأخير.

كما تختلف مع نتائج دراسة دراسة (مي مصطفى، ٢٠١٦) (٢٢) جاءت أسباب الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر لالتماس المعلومات (الحصول على المعلومات سريعاً بنسبة ٦٩.٧%، البحث عن آخر تحديث للبيانات ٦٠.٩%، خاصة عند تصاعد أحداث، أو أحداث طارئة، كما تختلف نتائج هذه الدراسة مع نتائج وتختلف هذه النتيجة مع نتائج دراسة (حسين علي نور، ٢٠١٩، ص: ٦٢٥) (٢٣)؛ حيث حصلت المشاركة بالأراء والنقاشات والتعليقات على الترتيب الأول بنسبة ١٦.٩%، في حين جاء في الترتيب الأخير للمشاركة بالمعلومات الجديدة التي أحصل عليها لكي أشرك فيها الآخرين بحرية تامة بنسبة ٣%.

جدول (٥)

يوضح مدى متابعة عينة الدراسة لقضية الإساءة إلي رسول الله صلى الله عليه وسلم

الترتيب	النسبة %	التكرار	مدى المتابعة
١	٦٨	٢٠٤	دائماً
٢	٣٢	٩٦	أحياناً
٣	٠	٠	لا
	١٠٠	٣٠٠	الإجمالي

يتضح من الجدول: أن نسبة ٦٨% من عينة الدراسة يتابعون قضية الإساءة إلي رسول الله صلى الله عليه وسلم (دائماً)، في حين أن نسبة ٣٢% تابعوها (أحياناً).

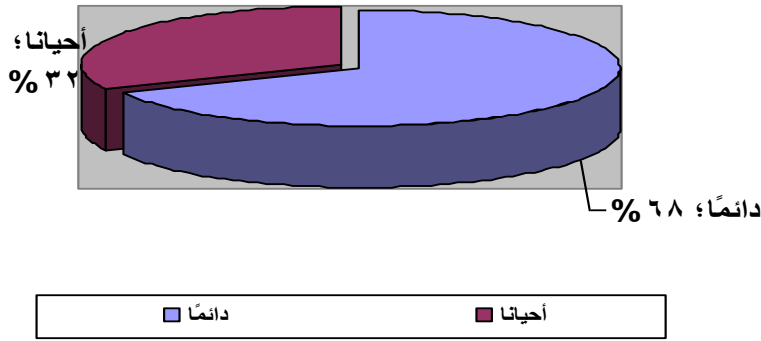
ترى الباحثة من النتائج الحالية أن الطلاب يهتمون بجميع القضايا التي تنسم بالحداثة والآنية ويشاركون بأرائهم في هذه القضايا من خلال مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي حيث تعد منصات التواصل الاجتماعي منصة للتعبير عن الآراء وتتيح حرية الرأي أمام الجميع فيمكنهم جميعاً التعبير عن آرائهم سواء بطريقة إيجابية أو سلبية من خلال منصات التواصل الاجتماعي في ضوء ما تتطلبه الأحداث الجارية وبناء على ضخامة الحدث وطبيعة القضية حيث تفرض بعض القضايا مساحة كبيرة من الجدل والنقاش ويتوقف ذلك على حساسية القضية وطبيعة المصادر التي يعتمد عليها الجمهور وغيرها من العناصر والخصائص التي تفرض على الشباب اتخاذ قرارات بالمناقشة وتبادل الآراء أو غيرها من الأمور والمجريات، وتتفق نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراسة (إيمان عاشور سيد،

اتجاهات الشباب الجامعي نحو معالجة مواقع التواصل الاجتماعي لقضية الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم وعلاقتها بقراراتهم نحوها

(٢٠٢١) حيث أثبتت الدراسة أن معدل متابعة الشباب الجامعي (عينة الدراسة) لقضية الإساءة إلى رسول الله (صلى الله عليه وسلم) تمثلت في (دائمًا) في الترتيب الأول بنسبة ٦٧.٤%، ثم (أحيانًا) في الترتيب الثاني بنسبة ٣٢.٦%، فيما لم تحظ (لا) بأي نسبة مئوية.

وتفسر الباحثة ذلك بأن قضية الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم تمثل قضية عقائدية فقد وقف جموع الجمهور بكافة أطيافه ضد هذه القضية نصرًا للرسول صلى الله عليه وسلم وتعددت الأساليب التي تعامل الجمهور بها مع القضية منها المقاطعات لمنتجات فرنسا أيضًا انتشار العديد من الهاشتاجات التي تدعو لنصرة الرسول صلى الله عليه وسلم، الكوميكس الساخرة من رئيس فرنسا وسياسته، ووصلت هذه الأساليب إلى المظاهرات التي تدعو إلى مقاطعة فرنسا وغيرها من الأساليب التي ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في شيوعها وانتشارها بين كافة أفراد الجمهور المصري وخاصة طلاب الجامعة حيث تمتاز شبكات التواصل الاجتماعي بالتفاعلية والالتزامية واللجاهيرية وجميع هذه الخصائص تساعد على نشر القضايا الهامة بطريقة سريعة ونشطة.

وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة (شيماء الهواري، ٢٠١٩) (٢٤) أن درجة متابعة المبحوثين لاعتداءات مسجدي نيوزيلاندا بصفحة قناة "BBC عربي": كانت كالتالي: (أتابع بدرجة كبيرة جدًا) في المركز الأول بنسبة (٢٥.٣٦%) ثم (أتابع بدرجة كبيرة) في المركز الثاني بنسبة (٧٥.٣٣%).



شكل (٣) يوضح مدى متابعة عينة الدراسة لقضية الإساءة إلى رسول الله صلى الله عليه وسلم

اتجاهات الشباب الجامعي نحو معالجة مواقع التواصل الاجتماعي لقضية الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم وعلاقتها بقراراتهم نحوها

جدول (٦) يوضح أسباب متابعة عينة الدراسة لقضية الإساءة إلى رسول الله صلى الله عليه وسلم عبر مواقع التواصل الاجتماعي

الترتيب	النسبة %	التكرار	الأسباب
٣	٦٠.٧	١٨٢	للحصول على تفاصيل دقيقة عن قضية الإساءة
٥	٥٦.٠	١٦٨	لمتابعة آخر المستجدات الخاصة بهذه القضية
٦	٤٦.٠	١٣٨	للتعرف على الآراء ووجهات النظر المختلفة الخاصة بهذه القضية
١	٦٧.٣	٢٠٢	للتعرف على أهم القرارات التي تتخذها الدول للتصدي لهذه القضية
٧	٤٢.٧	١٢٨	لإبداء رأي تجاه هذه القضية
٤	٥٨.٧	١٧٦	لمعرفة دور المجتمع والأفراد في مواجهة هذه الأزمة
٨	٤٠.٧	١٢٢	لمتابعة الأخبار العالمية والمحلية والخاصة بموضوع الإساءة
٢	٦١.٣	١٨٤	لوقوف على أبرز الإجراءات التي تم اتخاذها لحل هذه الأزمة

(* بإمكان المبحوث اختيار أكثر من بديل ن=٣٠٠)

يتضح من الجدول: أن أسباب متابعة عينة الدراسة لقضية الإساءة إلى رسول الله صلى الله عليه وسلم عبر مواقع التواصل الاجتماعي تمثلت في (للتعرف على أهم القرارات التي تتخذها الدول للتصدي لهذه القضية) في الترتيب الأول بنسبة ٦٧.٣%، ثم (لوقوف على أبرز الإجراءات التي تم اتخاذها لحل هذه الأزمة) في الترتيب الثاني بنسبة ٦١.٣%، فيما جاءت (لمتابعة الأخبار العالمية والمحلية والخاصة بموضوع الإساءة) في الترتيب الأخير بنسبة ٤٠.٧%.

ترى الباحثة بناء على ما تقدم من نتائج أن من أهم دوافع العينة لمتابعة قضية الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم التعرف على القرارات التي تتخذها الدول لمعالجة هذه القضية حيث تمثل القيادات وقراراتها الصورة الذهنية السليمة والقرار الحكيم للتصدي لأي مشكلة لذا تعتبر متابعة القرارات من أهم الدوافع لتشكيل اتجاه إيجابي أو سلبي تجاه قضية ما، ومن هنا يستطيع الطلاب التعبير والتعقيب على هذه القرارات حيث تمثل الدولة بالنسبة لهم القدوة وما تتخذه من قرارات يعتبر قرار جماعي نابع عن رغبتهم واتجاهاتهم لذا لا بد أن تكون السيادة لمعارف ومدارك الشباب لأنهم بناء المستقبل وعلى عاتقهم تقع العديد من القرارات المساندة أو المتخلفة والمعاندة لقرارات الدولة لذا لا بد من احتواء احتياجات الشباب والتقرب من أفكارهم.

ومن ثم تختلف نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراسة (إيمان عاشور سيد، ٢٠٢١) حيث أثبتت الدراسة أن أسباب متابعة الشباب الجامعي (عينة الدراسة) لقضية الإساءة إلى رسول الله (صلى الله عليه وسلم) عبر مواقع التواصل الاجتماعي تمثلت في (الحصول

اتجاهات الشباب الجامعي نحو معالجة مواقع التواصل الاجتماعي لقضية الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم وعلاقتها بقراراتهم نحوها

على تفاصيل دقيقة عن قضية الإساءة) في الترتيب الأول بنسبة ٤٥.٥%، ثم (لمعرفة دور المجتمع والأفراد في مواجهة هذه الأزمة) في الترتيب الثاني بنسبة ٤٠.٣%، وفي الترتيب الأخير (للتعرف على أهم القرارات التي تتخذها الدول للتصدي لهذه القضية) بنسبة ٥.٨%.

جدول (٧)

يوضح دور شبكات التواصل الاجتماعي في مقاطعة عينة الدراسة للمنتجات الفرنسية

الترتيب	النسبة %	التكرار	البدائل
١	٩٤.٣	٢٨٣	نعم
٢	٥.٧	١٧	لا
	١٠٠	٣٠٠	الإجمالي

يتضح من الجدول: أن نسبة ٩٤.٣% يرون أن لشبكات التواصل الاجتماعي دور في مقاطعة عينة الدراسة للمنتجات الفرنسية، بينما نسبة ٥.٧% يرون أنه لا يوجد لها دور.

وبالتالي يمكن القول بأن مواقع التواصل الاجتماعي وشبكات التواصل الاجتماعي لها دور في صنع القرار وتدعيم أو تغيير بعض الاتجاهات وهذا ما أكدت بعض الدراسات منها دراسة (وسام طایل، ٢٠١٣)^(٢٥) أن وسائل التواصل الاجتماعي عملت على إثارة اهتمام الجمهور بقضايا معينة وتوجيهه نحو سلوكيات معينة بزيادة المعلومات المرسله عن موضوع معين للتأثير في قطاعات الجمهور العريض ومن ثم التأثير في القرارات التي يتخذها الجمهور تجاه قضية معينة أو موضوع معين.

جدول (٨)

يوضح أثر مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي في مقاطعة عينة البحث للمنتجات الفرنسية

رقم الترتيب	النسبة المئوية	الوزن النسبي	التكرار			المواقع والشبكات
			التكرار			
			لم تؤثر على الإطلاق	أثرت بشكل متوسط	أثرت بشكل كبير	
١	٩٢.٩	٨٣٦	١٥	٢٥	٢٥٧	فيس بوك Face book
٢	٧١.٤	٦٤٣	٨٥	٨٧	١٢٨	تويتر twitter
٢	٧١.٤	٦٤٣	٧٨	١٠١	١٢١	واتساب WhatsApp
٣	٧٠.٣	٦٣٣	٦٧	١٣٣	١٠٠	يوتيوب YouTube
٤	٦٤.٩	٥٨٤	٩٧	١٢٢	٨١	انستجرام instagram
٥	٥٢.٧	٤٧٤	١٧١	٨٤	٤٥	لينكد ان LinkedIn
	٧٠.٦%	٣٨١٣				الإجمالي

اتجاهات الشباب الجامعي نحو معالجة مواقع التواصل الاجتماعي لقضية الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم وعلاقتها بقراراتهم نحوها

يتضح من الجدول: أن أبرز مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي التي أثرت في مقاطعة عينة البحث للمنتجات الفرنسية تمثلت في موقع (فيس بوك) في الترتيب الأول بنسبة ٩٢.٩%، ثم موقع (تويتر) في الترتيب الثاني بنسبة ٧١.٤%، فيما جاء موقع (لينكد إن) في الترتيب الأخير بنسبة ٥٢.٧%.

ترى الباحثة احتلال الفيس الترتيب الأول وذلك لأنه يعطي مساحة أكبر للطلاب في التعبير عن آرائهم ووجهات نظرهم كما أنه يعرض العديد من وجهات النظر والآراء المختلفة، يستطيع الأفراد من خلاله القول والتصريح بما يدور في ذهن وفكر هؤلاء الأفراد ويتمكن إلى توصيله للأخرين من أجل التأثير فيهم وفي وجهات نظرهم ومن ثم تشكيل رأي عام للقضية (زينة سعد، ٢٠١٧) (٢٦)

جدول (٩)

يوضح أسباب مشاركة عينة الدراسة في الحملات الإعلامية الموجودة على مواقع التواصل الاجتماعي

الترتيب	النسبة %	التكرار	الأسباب
١	٦٣.٣	١٩٠	إيماناً مني بدوري في المجتمع
٣	٥٩.٣	١٧٨	نفتي في التأثير الذي يمكن أن تقوم بها وسائل التواصل الاجتماعي
٢	٦٠.٧	١٨٢	أهمية الدور الذي تقوم به مواقع التواصل الاجتماعي في هذه القضية
٤	٥٠.٧	١٥٢	التأثير الإعلامي الذي تقوم به مواقع التواصل الاجتماعي
٦	٣٧.٣	١١٢	لمجرد التعبير عن الرأي
٥	٤١.٣	١٢٤	لاتاحة فرصة كبيرة للتعبير عن رأي دون قيود

(*) بإمكان المبحوث اختبار أكثر من بديل ن=٣٠٠

يتضح من الجدول: أن أسباب مشاركة عينة الدراسة في الحملات الإعلامية الموجودة على مواقع التواصل الاجتماعي تمثلت في (إيماناً مني بدوري في المجتمع) في الترتيب الأول بنسبة ٦٣.٣%، ثم (أهمية الدور الذي تقوم به مواقع التواصل الاجتماعي في هذه القضية) في الترتيب الثاني بنسبة ٦٠.٧%، فيما جاءت (لمجرد التعبير عن الرأي) في الترتيب الأخير بنسبة ٣٧.٣%.

اتجاهات الشباب الجامعي نحو معالجة مواقع التواصل الاجتماعي لقضية الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم وعلاقتها بقراراتهم نحوها

جدول (١٠)

يوضح نوع معالجة قضية الإساءة على مواقع التواصل الاجتماعي

نوع المعالجة	التكرار	النسبة %	الترتيب
إيجابية	٢٦٧	٨٩	١
سلبية	٣٣	١١	٢
الإجمالي	٣٠٠	١٠٠	

يتضح من الجدول: أن نسبة ٨٩% من عينة الدراسة يرون أن نوع معالجة قضية الإساءة على مواقع التواصل الاجتماعي (إيجابية)، بينما نسبة ١١% يرونها (سلبية).

من النتائج السابقة ترى الباحثة أن معالجة مواقع التواصل الاجتماعي لقضية الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم، إيجابية وامتازت بنوع من الحيوية والتأثير في الجمهور وخاصة فئة الشباب وترى الباحثة أن كثرة مواقع التواصل الاجتماعي وتعدد أنماطها جعل هناك تنافسية في التغطية والمعالجة حتى تحصل على أعلى نسب مشاهدة ومتابعة كما أن أهمية القضية فرضت العديد من الآليات والاهتمام بالمحتوى الذي يتم نشره والاهتمام بطبيعة المعالجة، لذا ترى الباحثة أن مواقع التواصل الاجتماعي تفوقت على الوسائل التقليدية في الاستحواذ على اهتمام الجمهور وزيادة عدد المتابعات وأيضاً معالجة القضية بطريقة متزنة وسليمة.

جدول (١١)

يوضح رؤية عينة الدراسة لأساليب معالجة مواقع التواصل الاجتماعي لقضية الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم

التقييم	التكرار	النسبة %	الترتيب
معالجة متوازنة	١٥٤	٥١.٣%	١
معالجة منحازة	٨٥	٢٨.٣%	٢
معالجة سطحية	١٩	٦.٤%	٤
معالجة متعمقة	٤٢	١٤%	٣
الإجمالي	٣٠٠	١٠٠	

يتضح من الجدول: أن نسبة ٥١.٣% من المبحوثين يرون أن معالجة مواقع التواصل الاجتماعي لقضية الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم كانت (معالجة متوازنة) في الترتيب الأول، ثم من يرونها معالجة (منحازة) في الترتيب الثاني بنسبة

اتجاهات الشباب الجامعي نحو معالجة مواقع التواصل الاجتماعي لقضية الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم وعلاقتها بقراراتهم نحوها

٢٨.٣%، ثم من يرونها معالجة (متعمقة) بنسبة ١٤% في الترتيب الثالث، وأخيراً من يرونها معالجة (سطحية) بنسبة ٦.٤%.

جدول (١٢) موقف المبحوثين تجاه العبارات التالية في ضوء معالجة الشبكات الاجتماعية لقضية الإساءة للرسول (صلى الله عليه وسلم).

رد	العينة الكلية					العبارات
	النسبة المئوية	الوزن النسبي	التكرار			
			موافق	محايد	معارض	
١	٩٣.٠	٨٣٧	٦	٥١	٢٤٣	تشعربي بمدى غيرة المسلمين علي الرسول (صلى الله عليه وسلم)
٢	٨٨.٣	٧٩٥	١٢	٨١	٢٠٧	تتسم بالجرأة في عرض القضية
٣	٨٨.٢	٧٩٤	١٤	٧٨	٢٠٨	تناقش القضية من جميع الزوايا
٤	٨٦.٣	٧٧٧	١٢	٩٩	١٨٩	توضح استراتيجيات لمواجهة هذه الأحداث علي المجتمع
٥	٨٤.٩	٧٦٤	١٣	١١٠	١٧٧	تظهر النتائج المترتبة علي السلم المجتمعي جراء قضية الإساءة
٦	٨٤.٦	٧٦١	١٨	١٠٣	١٧٩	تمتاز بالوضوح في عرض القضية
٧	٨٣.٣	٧٥٠	٢٤	١٠٢	١٧٤	معالجة مواقع التواصل تظهر دوافع إساءة غير المسلمين للرسول (صلى الله عليه وسلم)
٨	٧٧.٣	٦٩٦	٤٦	١١٢	١٤٢	معالجتها للقضية توضح حجم الكراهية للرسول (صلى الله عليه وسلم)
٩	٧٦.٧	٦٩٠	٤٦	١١٨	١٣٦	تشعربي بالخوف من الفتنة الطائفية
	٨٤.٧%	٦٨٦٤				الإجمالي

(* بإمكان المبحوث اختيار أكثر من بديل ن=٣٠٠)

يتضح من الجدول: أن النسب المئوية موقف المبحوثين واتجاههم نحو معالجة الشبكات الاجتماعية لقضية الإساءة ما بين (٩٣% : ٧٦.٧%)؛ حيث جاءت عبارة (تشعربي بمدى غيرة المسلمين علي الرسول (صلى الله عليه وسلم). في الترتيب الأول، فيما جاءت عبارة (تشعربي بالخوف من الفتنة الطائفية) في الترتيب الأخير.

تبين من النتائج السابقة أن المتابعة لقضية الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم تختلف عن متابعة أي قضية أخرى حيث تمتاز القضايا الدينية بالخصوصية والحساسية فهي قضايا عقائدية لذا تتطلب نوع من الحكمة والتروي ولكنه تخاطب العاطفة قبل العقل لذا ترى الباحثة أن التلاحم الذي حدث بين المسلمين في جميع البلدان العربية والإسلامية

اتجاهات الشباب الجامعي نحو معالجة مواقع التواصل الاجتماعي لقضية الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم وعلاقتها بقراراتهم نحوها

والطرق التي اتخذتها هذه البلدان للرد على هذه الإساءة كانت رادعة ومناسبة لحجم القضية المعروضة على الساحة كما أن معالجة وعرض مواقع التواصل الاجتماعي لهذه القضية جاءت ملائمة ومناسبة وشاملة.

ومن ثم ترى الباحثة أن مواقع التواصل الاجتماعي لها دور كبير في عرض ومعالجة هذه القضية وذات تأثير كبير على الجمهور والشباب وجميع أفراد المجتمع، كما تلعب مواقع التواصل الاجتماعي دوراً أيضاً في تضخيم أو تصغير الحدث وتشكيل القضية، لذا جاءت الصورة العامة وما تعكسه من تبعيات.

هي غيرة المسلمين على الرسول صلى الله عليه وسلم ودفاعهم عنه وتبنيهم العديد من الهاشجات التي تدعو إلى مقاطعة فرنسا مما كبدها العديد من الخسائر بسبب إساءتها للرسول صلى الله عليه وسلم.

كما تلعب الصورة التي تعرضها مواقع التواصل الاجتماعي تلعب دوراً كبيراً في تغيير الوجدان وتشكيل المشاعر فكثيراً من القضايا يمكن اشعالها عن طريق صور ورسومات تعبيرية يمكن من خلالها تغيير الاتجاهات وتشكيل المواقف ومن هنا يمكن اعتبار مواقع التواصل الاجتماعي بمثابة وسيلة ضغط وتأثير فعال من خلال توظيف الوسائط المتعددة من فيديوهات وصور ونصوص مكتوبة وغيرها من وسائط متعددة^(٢٧).

جدول (١٣)

يوضح تقييم المبحوثين للمعالجة المستخدمة في عرض قضية الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم

الترتيب	العينة الكلية					العبارات
	النسبة المئوية	الوزن النسبي	التكرار			
			معارض	محايد	موافق	
١	٨٨.٩	٨٠٠	٣	٩٤	٢٠٣	تستخدم العناوين والمانشترات العريضة في عرض القضية
٢	٨٧.٤	٧٨٧	١٥	٨٣	٢٠٢	استخدمت مواقع التواصل الاجتماعي الصفحات الرسمية في عرض قضية الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم
٣	٨٧.٢	٧٨٥	١٤	٨٧	١٩٩	تستخدم آراء العلماء المشاهير وأقوالهم المأثورة لمعالجة القضية

اتجاهات الشباب الجامعي نحو معالجة مواقع التواصل الاجتماعي لقضية الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم وعلاقتها بقراراتهم نحوها

٤	٨٥.٧	٧٧١	١١	١٠.٧	١٨٢	اعتمدت على أنماط متعددة مثل المنشورات والفيديوهات والوسائط المتعددة لإبراز القضية
٥	٨٤.١	٧٥٧	١٠	١٢.٣	١٦٧	تستخدم الصور ذات القطع العريض لعرض الموضوع والمنشورات
٦	٨٣.٨	٧٥٤	١٧	١١.٢	١٧١	تعتمد على أنماط متعددة من الفيديوهات والرسومات
٧	٨٣.٠	٧٤٧	٢١	١١.١	١٦٨	اهتمت بعناصر الإبراز مثل حجم الخط والصور في عرض القضية
٨	٨٠.٧	٧٢٦	٢١	١٣.٢	١٤٧	ركزت مواقع التواصل الاجتماعي على المقالات الصحفية لكبار الكتاب
٩	٧٩.٢	٧١٣	٤٨	٩.١	١٦١	تستخدم الرسوم الساخرة من فرنسا ورئيسها
		٦٨٤٠			الإجمالي	
		٨٤.٤%				

يتضح من الجدول: أن النسب المئوية لتقييم المبحوثين للمعالجة المستخدمة في عرض قضية الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم تراوحت ما بين (٨٨.٩ : ٧٩.٢%)؛ حيث جاءت عبارة (تستخدم العناوين والمناشآت العريضة في عرض القضية) في الترتيب الأول، بينما جاءت عبارة (تستخدم الرسوم الساخرة من فرنسا ورئيسها) في الترتيب الأخير.

يتبين من نتائج الجدول السابق اهتمام مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي بفئات الشكل في عرض قضية الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم، حيث اهتمت بالعناوين العريضة والمناشآت العريضة لعرض ومعالجة القضية مما يوحي بأهمية وخطورة القضية كما يدل على اهتمام الوسيلة بالقضية وبطريقة إبرازها للجمهور مما يعكس حجم وأهمية القضية بالنسبة للوسيلة وبالنسبة للجمهور، كما تعتمد مواقع التواصل الاجتماعي على المدارس الحديثة في إظهار وإبراز أهمية وحجم الموضوع لذا ترى الباحثة أن طبيعة المعالجة تتوقف بشكل كلي على طبيعة وحجم الموضوع وأن طبيعة وحجم الموضوع يفرض شكل المعالجة على الوسيلة ومن ثم يختلف حجم التأثير بناء على نمط وأسلوب المعالجة لهذه القضية.

وتتغير اتجاهات الشباب بناء على قناعاتهم بالقضية ومدى اهتمامهم بها كما تلعب التغطية دوراً في تشكيل وبناء الاتجاهات الخاصة بالقضية ومن ثم يمكن القول كلما كانت المعالجة قوية كلما كان التأثير أقوى.

اتجاهات الشباب الجامعي نحو معالجة مواقع التواصل الاجتماعي لقضية الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم وعلاقتها بقراراتهم نحوها

كما تلعب مواقع التواصل الاجتماعي دوراً كبيراً ومؤثراً في تغيير القناعات الخاصة بقضية معينة خاصة لو كانت هذه القضية تشغل الرأي العام ومن ثم تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي من أهم محركات الرأي في شتى القضايا وخاصة لدى فئة الشباب الجامعي حيث تعد هذه الفئة من رواد التغيير والتطوير في أي مجتمع ومن ثم فتعتبر مصادر المعرفة لديهم من أهم دوافع التغيير والتطوير لذا فلا بد من الاهتمام بالمعلومات المتداولة عبر صفحات التواصل الاجتماعي من أجل تغيير الدوافع والاتجاهات المختلفة الخاصة بموضوع معين أو قضية معينة^(٢٨).

ثالثاً. نتائج اختبار فروض الدراسة:

* التحقق من الفرض الأول:

• توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين معالجة مواقع التواصل الاجتماعي لقضية الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم وانعكاسها على قرارات الشباب الجامعي نحوها.

جدول (١٤)

يوضح معاملات الارتباط بين معالجة مواقع التواصل الاجتماعي لقضية الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم وانعكاسها على قرارات الشباب الجامعي نحوها

قرارات الشباب الجامعي نحوها			المتغيرات
نوع الدلالة	مستوى الدلالة	قيمة ر	
دال إحصائياً	٠.٠١	٠.١٦**	معالجة مواقع التواصل الاجتماعي لقضية الإساءة للرسول (صلى الله عليه وسلم)

(**) دال عند مستوى ٠.٠١

يتبين من الجدول:

تحقق الفرض، حيث ثبت وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين معالجة مواقع التواصل الاجتماعي لقضية الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم وانعكاسها على قرارات الشباب الجامعي نحوها؛ وبالتحديد قرار مقاطعة المنتجات الفرنسية؛ بمعنى أنه كلما زادت درجة متابعة عينة الدراسة لمعالجة مواقع التواصل الاجتماعي لقضية الإساءة للرسول (صلى الله عليه وسلم)، كلما كانت قراراتهم تسير وفق هذه المعالجة بشكل مناهض لفرنسا متمثلاً في مقاطعة المنتجات الفرنسية.

اتجاهات الشباب الجامعي نحو معالجة مواقع التواصل الاجتماعي لقضية الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم وعلاقتها بقراراتهم نحوها

- وبناء عليه فقد تم قبول الفرض بشكل كلى ويمكن القول بأنه كلما كانت المعالجة واسعة وقوية وملمة بكل جوانب القضية كلما كانت قرارات الشباب حاسمة ونتاجة عن وعي إذا فالتغطية والمعالجة تلعب دوراً في تغيير قناعات الشباب وتغيير قراراتهم، فالقرار يعتمد على الناحية الإقناعية كما يعتمد على الكم المعرفي والجانب الوجداني لذا يمكن القول بأن الجانب العاطفي والوجداني له دور كبير في تشكيل اتجاهات الشباب وبناء قراراتهم، كما أن بناء القرارات يعتمد على المكون المعرفي وهذا يتم توفيره من خلال مواقع التواصل الاجتماعي من خلال الطرح الذي تطرحه القضية وأيضا يمكن توفيره من خلال المحتوى الإخباري والمعلوماتي الذي توفره الشبكات عن القضية المنوطة بالاهتمام ، ويختلف ذلك مع نتائج دراسة (عبد الخالق إبراهيم، ٢٠٢٠)^(٢٩) فانسبت التغطية بالافتقار إلى التحليل والتفسير اللازم لفهم قضية الشائعات وتأثيرها على الأمن القومي، أفقرت التغطية إلى تقديم الخلفيات وربط الأحداث بسياقاتها السياسية مما جعل هذه المعالجة تبدو جزئية ومبتورة.

أيضا ترى الباحثة أن أساليب المعالجة المتنوعة والمتعددة تساهم بدرجة كبيرة في درجة تقييم الشباب الجامعي لقضية ما من خلال المعلومات الخاصة بهذه القضية فحجم العناوين التي تتبعها الصفحات الخاصة برصد وتحليل قضية رأي عام، تؤثر على اتجاهات الشباب أيضاً طريقة وألية سرد الموضوع تساهم بدرجة كبيرة في تشكيل اتجاهات الشباب وكثافة عرضه تلعب دوراً كبيراً في تغيير قناعات واتجاهات الشباب ومن ثم فأصبحت مواقع التواصل الاجتماعي من أهم الدعائم لتغيير القرارات والاتجاهات الخاصة بجميع فئات المجتمع^(٣٠).

*** التحقق من الفرض الثاني:**

• توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين معدل متابعة الشباب الجامعي عينة الدراسة لقضية الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومعدل مشاركتهم في الحملات الإعلامية.

جدول (١٥)

يوضح معاملات الارتباط بين معدل متابعة الشباب الجامعي عينة الدراسة لقضية الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومعدل مشاركتهم في الحملات الإعلامية

معدل مشاركتهم في الحملات الإعلامية		المتغيرات
نوع الدلالة	مستوى الدلالة	
دال إحصائياً	٠.٠١	معدل متابعة الشباب الجامعي عينة الدراسة لقضية الإساءة للرسول (صلى الله عليه وسلم)
		قيمة ر
		٠.٢٢**

يتبين من الجدول:

تحقق الفرض، حيث ثبت وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين معدل متابعة الشباب الجامعي عينة الدراسة لقضية الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم، عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومعدل مشاركتهم في الحملات الإعلامية، بمعنى أنه كلما زادت نسب متابعة الشباب الجامعي لقضية الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم عبر مواقع التواصل الاجتماعي كلما زادت معدلات مشاركتهم في الحملات الإعلامية المناهضة للقضية، وفرنسا كدولة.

تري الباحثة مما سبق عرضه أن مستوى المتابعة لقضية ما يأتي نتيجة اهتمام العينة بالقضية وقناعاتهم الداخلية بأهمية هذه القضية كما أن هذه القناعة تعتمد على المكون المعرفي والمكون الوجداني، وبناء عليه يتشكل السلوك، إذا فمشاركتهم في الحملات نتج عن معدل متابعتهم فكلما زاد معدل المتابعة كلما زاد حجم المشاركة كما يعتبر معدل المتابعة مؤشر يدل على وعي العينة بأهمية القضية وأهمية المشاركة في معالجة هذه القضية ومن ثم يلعب أسلوب التغطية والعرض دورا في تغيير وبناء القرارات الذي ينجم عنه المشاركة من عدمها.

فقد نشبت الثورات من خلال حراك الشباب الجامعي عبر منصات التواصل الاجتماعي وذلك من خلال انتشار العديد من الصفحات ومن أشهرها كلنا خالد سعيد ومن ثم اعتبرها العديد من الشباب بؤرة الثورة وبداياتها ومن هنا يمكن القول أن خصائص مواقع التواصل الاجتماعي تساعد على نشر العديد من القرارات والاتجاهات وذلك من خلال جعلها قضية رأي عام وهذا ما يحدث في غالبية القضايا التي جعلتها مواقع التواصل الاجتماعي قضايا رأي عام، كما تلعب درجة المتابعة دور في تعزيز القنوات وتغيير الاتجاهات لدى الشباب الجامعي بالتحديد⁽³¹⁾.

* التحقق من الفرض الثالث:

• توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين معدل متابعة الشباب الجامعي عينة الدراسة لقضية الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتقييمهم لنوع معالجتها.

اتجاهات الشباب الجامعي نحو معالجة مواقع التواصل الاجتماعي لقضية الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم وعلاقتها بقراراتهم نحوها

جدول (١٦)

يوضح معاملات الارتباط بين معدل متابعة الشباب الجامعي عينة الدراسة لقضية الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتقييمهم لنوع معالجتها

معدل متابعة الشباب الجامعي عينة الدراسة لقضية الإساءة للرسول (ص)			المتغيرات	
نوع الدلالة	مستوى الدلالة	قيمة ر		
دال إحصائياً	٠.٠١	**٠.١٩	إيجابية	نوع المعالجة
غير دال	٠.٣١	٠.٥٨-	سلبية	

يتبين من الجدول:

تحقق الفرض جزئياً، حيث ثبت وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين معدل متابعة الشباب الجامعي عينة الدراسة لقضية الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتقييمهم لنوع معالجتها (الإيجابية)؛ بمعنى أنه كلما زادت درجة متابعة الشباب الجامعي عينة الدراسة لقضية الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم عبر مواقع التواصل الاجتماعي كلما كان تقييمهم لنوع المعالجة إيجابياً بما يعكس رضاهم عن أسلوب معالجة مواقع التواصل لهذه القضية، فيما لم يثبت وجود علاقة بين معدل متابعة الشباب الجامعي عينة الدراسة لقضية الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتقييمهم لنوع معالجتها (السلبية).

ويمكن تفسير النتائج السابقة بأن الصورة الذهنية التي تكونها عينة الدراسة والخاصة بقضية معينة يساهم هذا في تشكيل اتجاهات العينة وذلك بناء على توجهات النخبة فقد تساعد تويتات وهشتاجات النخبة في المجتمع والتي تحمل وجهة نظرهم في قضية معينة على بناء قرارا خاص بقضية مثل قضية الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم ومن ثم فيعتبر هؤلاء الأفراد من أهم قادة التغيير لأنهم مؤثرين في فكر ومعتقدات العديد من الشباب باعتبارهم قادة رأي وقادة المجتمع^(٣٢).

* التحقق من الفرض الرابع:

• توجد فروق دالة إحصائية بين الشباب الجامعي عينة الدراسة في معدل متابعتهم لقضية الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم عبر مواقع التواصل الاجتماعي وفقاً (للنوع، محل الإقامة).

اتجاهات الشباب الجامعي نحو معالجة مواقع التواصل الاجتماعي لقضية الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم وعلاقتها بقراراتهم نحوها

جدول (١٧)

يوضح دلالة بين عينة الدراسة في معدل متابعتهم لقضية الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم عبر مواقع التواصل الاجتماعي وفقاً لمتغيرات (النوع، محل الإقامة)

(ن=٣٠٠)

نوع الدلالة	قيمة (ت)	الإناث		الذكور		المتغيرات
		ع	م	ع	م	
غير دال	٠.٣٦٩	٠.٥٩	٢.٦٠	٠.٥٨	٢.٦٣	معدل متابعة الشباب الجامعي لقضية الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم عبر مواقع التواصل الاجتماعي
نوع الدلالة	قيمة (ت)	حضر		ريف		
		ع	م	ع	م	
غير دال	١.١٧-	٠.٦٠	٢.٦٧	٠.٥٧	٢.٥٩	

يتضح من الجدول السابق:

وجود فروق غير دالة إحصائياً بين الذكور والإناث عينة الدراسة في معدل متابعتهم لقضية الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

وجود فروق غير دالة إحصائياً بين الريف والحضر عينة الدراسة في معدل متابعتهم لقضية الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

وهذا يعكس أهمية القضية من حيث درجة متابعتها بغض النظر عن المتغيرات الديموجرافية، حيث لم تؤثر على درجة المتابعة.

كما يؤكد ذلك على أن القضايا الحيوية لم يعد هناك فروق للجنس أو محل الإقامة بينما تفرص القضية متابعة الجميع وبنفس الدرجة وقد يتوقف ذلك على طبيعة القضية أو خطورة الموضوع أو يتوقف على الأنية والحدثة التي تتسم بها القضية كما أن القضية دينية، والقضايا الدينية في أستهاؤها على اهتمام الجمهور أقوى من أي قضايا أخرى كما يتوقف ذلك أيضاً على طبيعة التغطية وحجم هذه التغطية وبناء عليه يمكن القول بأن قرارات الشباب الجامعي تتوقف على حجم القضية وليس النوع أو محل الإقامة ولذلك فحجم المتابعة يعتمد بنسبة كلية على حجم وطبيعة القضية، وقضية الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم قضية عامة تستحوذ على اهتمام الذكور والإناث والريف والحضر.

اتجاهات الشباب الجامعي نحو معالجة مواقع التواصل الاجتماعي لقضية الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم وعلاقتها بقراراتهم نحوها

* التحقق من الفرض الخامس:

• توجد فروق دالة إحصائياً بين الشباب الجامعي عينة الدراسة في تقييمهم لمعالجة مواقع التواصل الاجتماعي لقضية الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم وفقاً (لنوع، محل الإقامة).

جدول (١٨)

يوضح دلالة بين عينة الدراسة في تقييمهم لمعالجة مواقع التواصل الاجتماعي لقضية الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم وفقاً لمتغيرات (النوع، محل الإقامة)

(ن=٣٠٠)

نوع الدلالة	قيمة (ت)	الإناث		الذكور		المتغيرات
		ع	م	ع	م	
غير دال	١.٦١-	٢.٧١	٢٣.٣٤	٣.٥٨	٢٢.٦١	تقييمهم لمعالجة مواقع التواصل الاجتماعي لقضية الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم
نوع الدلالة	قيمة (ت)	حضر		ريف		تقييمهم لمعالجة مواقع التواصل الاجتماعي لقضية الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم
		ع	م	ع	م	
غير دال	٠.٩٨٠	٣.٥١	٢٢.٥٦	٣.٣٣	٢٢.٩٣	

يتضح من الجدول السابق:

وجود فروق غير دالة إحصائياً بين الذكور والإناث عينة الدراسة في تقييمهم لمعالجة مواقع التواصل الاجتماعي لقضية الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم.

وجود فروق غير دالة إحصائياً بين الريف والحضر عينة الدراسة في تقييمهم لمعالجة مواقع التواصل الاجتماعي لقضية الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم.

يتبين من نتائج الجدول السابق أن درجة التقييم للقضية ومعالجة مواقع التواصل الاجتماعي لها يتوقف على طبيعة المعالجة والمتابعة ومن هنا فالمتغيرات الديموغرافية لا تؤثر في عملية التقييم ولكن تؤثر طبيعة العرض وأسلوب عرض القضية وحجم عرضها هي ما تؤثر على نمط وطبيعة التقييم وتعتبر هذه النتيجة نتيجة منطقية فالتقييم يأتي بناء على حجم العرض وأسلوب عرض هذه القضية وليس على اختلاف النوع أو محل الإقامة.

اتجاهات الشباب الجامعي نحو معالجة مواقع التواصل الاجتماعي لقضية الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم وعلاقتها بقراراتهم نحوها

كما يمكن القول بأن وسائل التواصل الاجتماعي تتيح الحرية أمام جميع مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي حرية التعبير عن رأيهم ويتوقف ذلك على نوع وطبيعة القضية وكيفية التفاعل معها ومن ثم فتتوقف أساليب المعالجة على غزارة المعلومات المتداولة عبر تلك المنصات الاجتماعية ومن هنا تلعب المعالجة دوراً كبيراً في درجة تقييم مصداقية وأهمية المعلومات المتداولة بقضية معينة ومن ثم فهناك علاقة طردية بين درجة المعلومات ومستوى التقييم التي تقوم به عينة الدراسة تجاه قضية معينة^(٣٣).

خلاصة نتائج الدراسة:

- أن معدل تعرض عينة الدراسة لمواقع وشبكات التواصل الاجتماعي تمثل (دائماً) في الترتيب الأول بنسبة ٨٧%، ثم (أحياناً) في الترتيب الثاني بنسبة ١١.٣%، وأخيراً (نادراً) بنسبة ١.٧%.

تري الباحثة أن معظم عينة الدراسة من طلاب الجامعات الخاصة والحكومية يتعرضون لمواقع وشبكات التواصل الاجتماعي بشكل دائم وذلك يعكس أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في حياة الشباب وذلك يعتبر جزءاً أساسياً ومصدر هام في حصولهم على المعلومات وأيضاً أثبتت العديد من الدراسات أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الاتجاهات وتأكيد الذات كما أثبتت بعض الدراسات أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في التماس المعلومات الخاصة بالقضايا المتنوعة والهامة في نفس الوقت

- وجود فروق غير دالة إحصائياً بين الذكور والإناث عينة الدراسة في معدل متابعتهم لقضية الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

- وجود فروق غير دالة إحصائياً بين الريف والحضر عينة الدراسة في معدل متابعتهم لقضية الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

- أن النسب المئوية لتقييم المبحوثين للمعالجة المستخدمة في عرض قضية الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم تراوحت ما بين (٨٨.٩ : ٧٩.٢%)؛ حيث جاءت عبارة (تستخدم العناوين والمانشيتات العريضة في عرض القضية) في الترتيب الأول، بينما جاءت عبارة (تستخدم الرسوم الساخرة من فرنسا ورئيسها) في الترتيب الأخير، ويؤكد ذلك على اهتمام مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي بفئات الشكل في عرض قضية الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم حيث اهتمت بالعناوين العريضة والمانشيتات العريضة لعرض ومعالجة القضية مما يوحي بأهمية وخطورة القضية كما يدل على اهتمام الوسيلة بالقضية وبطريقة إبرازها للجمهور، مما يعكس حجم وأهمية القضية بالنسبة للوسيلة وبالنسبة للجمهور.

اتجاهات الشباب الجامعي نحو معالجة مواقع التواصل الاجتماعي لقضية الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم وعلاقتها بقراراتهم نحوها

- أن النسب المئوية لتقييم المبحوثين للمعالجة المستخدمة في عرض قضية الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم تراوحت ما بين (٨٨.٩ : ٧٩.٢%)؛ حيث جاءت عبارة (تستخدم العناوين والمانشترات العريضة في عرض القضية) في الترتيب الأول، بينما جاءت عبارة (تستخدم الرسوم الساخرة من فرنسا ورئيسها) في الترتيب الأخير.
- أن النسب المئوية موقف المبحوثين واتجاههم نحو معالجة الشبكات الاجتماعية لقضية الإساءة ما بين (٩٣% : ٧٦.٧%)؛ حيث جاءت عبارة (تشعرنى بمدي غيرة المسلمين على الرسول (ص) في الترتيب الأول، فيما جاءت عبارة (تشعرنى بالخوف من الفتنة الطائفية) في الترتيب الأخير.
- أن نسبة ٥١.٣% من المبحوثين يرون أن معالجة مواقع التواصل الاجتماعي لقضية الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم كانت (معالجة متوازنة) في الترتيب الأول، ثم من يرونها معالجة (منحازة) في الترتيب الثاني بنسبة ٢٨.٣%، ثم من يرونها معالجة (متعمقة) بنسبة ١٤% في الترتيب الثالث، وأخيراً من يرونها معالجة (سطحية) بنسبة ٦.٤%.
- أن أسباب متابعة عينة الدراسة لقضية الإساءة إلى رسول الله صلى الله عليه وسلم عبر مواقع التواصل الاجتماعي تمثلت في (للتعرف على أهم القرارات التي تتخذها الدول للتصدي لهذه القضية) في الترتيب الأول بنسبة ٦٧.٣%، ثم (لوقوف على أبرز الإجراءات التي تم اتخاذها لحل هذه الأزمة) في الترتيب الثاني بنسبة ٦١.٣%، فيما جاءت (لمتابعة الأخبار العالمية والمحلية والخاصة بموضوع الإساءة) في الترتيب الأخير بنسبة ٤٠.٧%.
- أن نسبة ٩٤.٣% يرون أن لشبكات التواصل الاجتماعي دوراً في مقاطعة عينة الدراسة للمنتجات الفرنسية، بينما نسبة ٥.٧% يرون أنه لا يوجد لها دور، وبالتالي يمكن القول بأن مواقع التواصل الاجتماعي وشبكات التواصل الاجتماعي لها دور في صنع القرار وتدعيم أو تغيير بعض الاتجاهات وهذا ما أكدت بعض الدراسات، منها دراسة (وسام طایل، ٢٠١٣) أن وسائل التواصل الاجتماعي عملت على إثارت اهتمام الجمهور بقضايا معينة وتوجيهه نحو سلوكيات معينة بزيادة المعلومات المرسلّة عن موضوع معين للتأثير في قطاعات الجمهور العريض ومن ثم التأثير في القرارات التي يتخذها الجمهور تجاه قضية معينة أو موضوع معين.

المراجع:

- ١- إيمان عاشور سيد حسين (٢٠٢١): تعرض الشباب الجامعي لقضية الإساءة للرسول (صلى الله عليه وسلم) عبر الشبكات الاجتماعية وعلاقته بالسلم المجتمعي في مصر، مجلة البحوث في مجالات التربية النوعية، كلية التربية النوعية، جامعة المنيا، مج ٧، ع ٣٢٤.
- ٢- محمد جسني حسين محروس (٢٠٢١): إدارة أزمة الإساءة للنبي محمد (صلى الله عليه وسلم) في الصفحات الرسمية دراسة تحليلية لصفحتي الأزهر الشريف وفرنسا ٢٠١٤، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، ع ٥٦٤، ج ١.
- ٣- سعود عبد العزيز بوشهري (٢٠٢١): دور وسائل التواصل الاجتماعي في التأثير على صنع القرار بدولة الكويت، مجلة البحوث المالية والتجارية مج ٢٢، ص ص: ٣٠٦-٣٤٤.
- ٤- علي المستريحي (٢٠٢٠): جودة المعلومات المتداولة في وسائل التواصل الاجتماعي ومدى استجابة متخذي القرارات الحكومية في الأردن لها، مجلة الجامعة العربية الأمريكية للبحوث، مج ٦، ع ٢٤، ص ص: ١٨-٥٣.
- ٥- ماظر عبد الله حمدي (٢٠١٨): اعتماد الشباب الجامعي على مواقع التواصل الاجتماعي في التزود بالمعلومات: دراسة مسحية في جامعة تبوك السعودية، رسالة ماجستير، كلية الإعلام، قسم الصحافة والإعلام.
- ٦- أسامة غازي المدني (٢٠١٥): دور شبكات التواصل في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات السعودية، مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية، جامعة السلطان قابوس، ص ص ٢٩٦-٤٢٥.
- ٧- ممدوح السيد عبد الهادي (٢٠١٥): استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وعلاقته بالمشاركة السياسية في الانتخابات الرئاسية المصرية ٢٠١٤، دورية إعلام الشرق الأوسط، ع ١١٤.
- 8 - Crisis Communication as a Multilevel Game: The Muhammad Cartoons from Crisis Diplomacy Perspective International Journal of Press/Politics 16 © ٢٧١-٢٥٤ (٢) The Author (s) 2011 Reprints and permission: http://www.sagepub.com/journals_permissions.nav DOI : 10.1177/1940161210391785 <http://ijpp.sagepub.com>
- ٩ - عبدالله فلاح هزاع (٢٠١٩): دور المؤسسات التربوية والأكاديمية في نشر ثقافة السلام المجتمعي والتنمية في الأردن، مجلة العربي للدراسات والأبحاث، المركز العربي للأبحاث والدراسات الإعلامية، ع ٤٤، ص ص: ٤٠-٨٣.
- ١٠ - رائد علي محمد (٢٠١٩): المحظورات الشرعية في مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على السلم المجتمعي، مجلة العربي للدراسات والأبحاث، المركز العربي للأبحاث والدراسات الإعلامية، ع ٣٤، ص ص: ١٠-٢٦.
- 11- Abereo, N., Thompso, K., Arabejo, G., Superioe, M. (2019). Social media as a novel source of data on the impact of marine litter on megafauna:

The Philippines as a case study. Marine Pollution Bulletin. Volume 140, March 2019. PP 51-59.

- ١٢- آيات احمد رمضان (٢٠١٨): التماس الجمهور المصري للأخبار من المواقع الإخبارية الموجهة بالعربية وانعكاسه على مشاركتهم السياسية، مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، المجلد ٤٩، الجزء الثاني،.
- ١٣- سامح محمد عبد الغني (٢٠١٨): التماس المعلومات المرتبطة بقضايا التعليم قبل الجامعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بظاهرة قلق المستقبل لدى الأسرة المصرية: دراسة ميدانية، مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، عدد ٥٠.
- ١٤- محمد خضر طعاني (٢٠١٨): التماس طلبة الجامعات الأردنية للمعلومات العلمية من شبكة الانترنت وتأثيراتها- دراسة مسحية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة اليرموك، كلية الإعلام، الأردن.
- ١٥- إيمان عاشور سيد (٢٠٢١): تعرض الشباب الجامعي لقضية الإساءة للرسول (صلى الله عليه وسلم) عبر الشبكات الاجتماعية وعلاقته بالسلم المجتمعي في مصر، مجلة البحوث في مجالات التربية النوعية، كلية التربية النوعية، جامعة المنيا، المجلد ٧٧، ع ٨٠.
- ١٦- إيمان عاشور سيد حسين (٢٠٢٠): التماس الجمهور المصري للمعلومات المتعلقة بكوفيد ١٩ عبر المواقع الاجتماعية وعلاقته بالمناعة النفسية لديهم، مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، ع ٥٤، ج ٤، ص ص: ٢٥٣٨-٢٦٠٣.
- ١٧- صايل السرحان، عاهد مشاقبة، محمد بني سلامة (٢٠١٦): دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي، المنارة، مج ٢٢، ع ٤، جامعة آل البيت، ص ص: ١٩٣-٢٠٩.
- ١٨- يحيى بن عبد الله، (٢٠١٤): الاتجاه نحو بعض أدوات الإعلام الجديد ومجالات ومعدل استخدامها في ضوء بعض المتغيرات النفسية والمعرفية"، الجمعية السعودية للعلوم التربوية والنفسية، ع ٤٧، المملكة العربية السعودية، ص ١ ص ٢٤ .
- ١٩- محمد رضا أحمد (٢٠١٦): "دور وسائل الإعلام الجديد في مواجهة التأثيرات السلبية للشائعات المرتبطة بالإرهاب علي المجتمع السعودي بإستخدام إستراتيجية المنصات المتعددة ، دراسة تطبيقية مع تصور مقترح"، مجلة جامعة عين شمس، كلية الدراسات العليا للطفولة، مج ١٩، ع ٧٠، جامعة عين شمس، القاهرة، ص ٤٥ ص ٥٧.
- ٢٠- نايف بن ثنيان بن محمد آل سعود (٢٠١٤): " علاقة شبكات التواصل الإلكتروني بالاعترا ب الاجتماعي للمراهقين في المجتمع السعودي"، المجلة العربية للإعلام والاتصال، ع ١١، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، مايو، ص ص ١١- ٨٨.
- ٢١- حسن محمد حسن (٢٠١٧): "شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر تعليمي وإخباري لدي طلبة الجامعة، دراسة مقارنة في إطار نموذج الاستخدام والاعتمادية"، المجلة العربية للعلوم الإنسانية، مج ٣٥، ع ١٣٩، جامعة الكويت، ص ١١ ص ٥٩.

اتجاهات الشباب الجامعي نحو معالجة مواقع التواصل الاجتماعي لقضية الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم وعلاقتها بقراراتهم نحوها

- ٢٢ - مي مصطفى عبد الرازق (٢٠١٦): إلتماس الجمهور المصري للمعلومات عن الأحداث الجارية من حسابات وكالات الأنباء بمواقع التواصل الاجتماعي، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، جامعة القاهرة - كلية الإعلام - مركز بحوث الرأي العام، مج ١٥، ع ٤، ص ص ٢٧٧-٣٦٣.
- ٢٣ - حسين على نور، شريف سعيد حميد (٢٠١٩): اعتماد الجمهور المصري على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات وحدود الاعتراض المترتبة عليه (الفييس بوك نموذجاً)،
- ٢٤ - شيماء الهواري (٢٠١٩): 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، ع ٨.
- ٢٥ - وسام طابيل البشاشة (٢٠١٣): دوافع استخدام طلبة الجامعات الأردنية لمواقع التواصل الاجتماعي واشباعاتها(فييس بوك-تويتر)، رسالة ماجستير، جامعة البترا، كلية الآداب والعلوم.
- ٢٦ - زينة سعد نوشي (٢٠١٧): شبكات التواصل الاجتماعي وحرية التعبير عن الحقوق الفردية والتنوع الاجتماعي، مجلة الباحث الإعلامي، ع ٣٨.
- 27- de Graaf, Gjalt & Meijer, Albert. (2019). Social Media and Value Conflicts: An Explorative Study of the Dutch Police. Public Administration Review. Vol. 79. Iss. 1. PP 82-92.
- 28- Al-Aufi, A. S., Al-Harhi, I., AlHinai, Y., Al-Salti, Z., & Al-Badi, A. (2017). Citizens' perceptions of government's participatory use of social media. Transforming Government: People, Process and Policy. 11(2). PP 174-194.
- ٢٩ - عبد الخالق إبراهيم عبد الخالق (٢٠٢٠): الأطر الخبرية للشائعات بالمواقع الإلكترونية وتأثيرها على الأمن القومي المصري (دراسة تحليلية مقارنة)، مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، ص ص: ٣٨٩٢-٣٩٧٨.
- 30- l-Shdayfat, N. M. (2018). Undergraduate student nurses' attitudes towards using social media websites: A study from Jordan. Nurse Education Today. 66. PP 39-43. doi:10.1016/j.nedt.2018.03.017
- 31- Bilal, G., Ahmed, M., & Shahzad, M. (2014). Role of Social Media and Social Networks in Consumer Decision Making: A Case of the Garment Sector. International Journal of Multidisciplinary Sciences and Engineering. 5(3). PP 1-9.

- 32- Al-Rahmi, W., & Othman, M. (2013). The Impact of Social Media use on Academic Performance among university students: A Pilot Study. *Journal of Information Systems*
https://www.academia.edu/27575207/The_Impact_of_Social_Media_use_on_Academic_Perf Research and Innovation. PP 1-10.
ormance_among_university_students_A_Pilot_Study
- 33- Alnsour, M., Ghannam, M., Al-Natour, R., & Alzeidat, Y. (2018). Social Media Effect On Purchase Intention: Jordanian Airline Industry. *Journal of Internet Banking and Commerce* PP 1-16 .
<http://www.icommercentral.com/open-access/social-media-effect-on-purchaseintention-jordanian-airline-industry.php?aid=87134>