

تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي على تعزيز ثقافة الاختلاف السياسي لدى الشباب المصري أ/ دعاء حامد الغواوي حلمي*

مقدمة:

إن البناء السياسي بكل مكوناته يمارس تأثيراً كبيراً على العملية الاتصالية بعناصرها المتنوعة، فالبناء السياسي غالباً ما يحدد التشريعات والقوانين والأنظمة والتعليمات التي تتحكم في سير العملية الاتصالية والإعلامية، كما أن البناء السياسي هو الذي يستطيع ممارسة الضغوط الفاعلة على هامش القوانين والتشريعات أو من فوقها كلما تتطلب الأمر، وذلك لأن النظام الاتصالي بما فيه من مؤسسات وسائل الإعلام الكبرى نشأ وها تحت ظلال النظم السياسية مما لم يكن محط اختلاف في بداية الأمر، بل فإن النظم السياسية كانت هي المطالبة برعاية هذا القطاع الحيوي من القطاعات الاقتصادية والثقافية نظراً لما يحتاجه من تمويل كبير، ونظراً لما يتطلبه من رعاية وتوجيه دائمين، لذلك فقد كانت وسائل الإعلام جزءاً لا يتجزأ من مسؤوليات النظم السياسية في بداية نشوء الدول، وظل الأمر كذلك في معظم الدول النامية وكثير من الدول المتقدمة، والفارق هو أن الدول المتقدمة، أتاحت منذ وقت مبكر للقطاع الخاص إنشاء مؤسسات إعلامية إلى جانب مؤسسات النظام السياسي.^١

وفي الواقع، فإن العلاقة التبادلية أكثر ما تتبدى بين النظم السياسية ووسائل الإعلام، فوسائل الإعلام تشكل الذراع المعنوي والرمزي للنظام، لكن وسائل الإعلام تعتمد أيضاً على ما يوفره النظام السياسي من مصادر دخل وتشغيل بالإضافة إلى كونه مصدراً مهماً ودائماً للمعلومات التي تتغذى عليها وسائل الإعلام، هذا بالإضافة إلى الحاجة الدائمة لوسائل الإعلام للمظلة القانونية والحماية التي توفرها السلطة، ولا يشك أحد في قدرة وسائل الإعلام على التأثير سواء على صعيد الاتجاهات والممارسات، أو في مجال ترتيب الأولويات والاهتمامات، بل إن هذا التأثير وصل إلى حد أن الأفراد لا يصدقون ما يرون أو ما يسمعون، إلا بعد متابعته عبر وسائل الإعلام المختلفة.

إن الاختلاف بين الأجيال هو اختلاف في الآراء بين جيل وآخر فيما يتعلق بالمعتقدات أو القيم سواء الثقافية أو السياسية أو الاقتصادية وغيره، ويشير الاختلاف إلى الفجوة التي تفصل بين الأفكار التي يعبر عنها أعضاء جيلين مختلفين في الأفعال والمعتقدات والأذواق، وجوهر الخلاف السياسي هو الخلاف بين طرفين أو أكثر على السلطة والحق، وفي الخلاف المجتمعي حول السلطة والحق فإن طبيعة السلطة وممارسة الحق والواجب تحدد أدوات حل الخلاف، وبالتالي فالسلطة التي جاءت نتيجة عقد اجتماعي وممثلة للمجتمع وأفراده كافة، فإن الخلاف السياسي يُحل دستورياً وقانونياً وسلمياً، أي عن طريق الحوار، الحوار هنا ثمرة اعتراف متبادل خارج أي نوع من أنواع النفي.

* باحث دكتوراه كلية الإعلام جامعة القاهرة

والثورة الجديدة في عالم الاتصالات والإعلام خففت من قبضة الدولة المسيطرة فلم تجد بدءاً من السماح بتعددية وسائل الإعلام ما دامت هذه الوسائل تستطيع إيصال صوتها وصورتها من خارج الحدود عبر الفضائيات وعبر شبكة الإنترنت خصوصاً،^٢ وفي معظم البلدان العربية، تعاني الحريات، لا سيما حريات التعبير والرأي والإبداع، وجوهاً من التقييد، باستثناء بعض المناطق التي تتمتع بالحرية، وقد جاءت الثورات والاحتجاجات الأخيرة في عدد من البلدان العربية تعبيراً عن الأزمة العميقة في الحريات وعدالة توزيع الموارد ومنها الموارد المعرفية التي ظلت تحت سيطرة الأنظمة إلى أن وجدت الشعوب الرغبة للحرية بديلاً لها ومتنفساً في بعض وسائل الإعلام الإلكترونية من شبكة الإنترنت والفضائيات.^٤

وفي ظل تمتع وسائل الإعلام بدور قوى وهام في حياة الإنسان، فهي مصدر للمعلومات والترفيه والتعليم، ولا يمكن إغفال دور وسائل الإعلام في حياة الناس وفي تنمية المجتمع، ودورها الأساسي في المعرفة السياسية وزيادة الوعي السياسي لدى المجتمع، وتعتبر وسائل الإعلام مرآة للمجتمع، وأصبحت الآن ركيزة هامة للمجتمع والدولة، وهي أداة التواصل الأكثر تأثيراً، ولها دورها هو تعزيز المفاهيم الصحيحة في الوقت المناسب، وتُعد مواقع التواصل الاجتماعي ظاهرة اتصالية هامة في جميع أنحاء العالم، حيث أصبحت الأكثر شيوعاً من حيث الاستخدام، فيشارك المستخدمون في مجموعة من الأنشطة حول القضايا السياسية أو الاجتماعية داخل المواقع على الإنترنت حيث تشجيع أصدقائهم على التصويت أو اقتراح محتوى سياسي للآخرين، أو الانضمام للمجموعات الموجهة نحو القضايا أو متابعة المشاركات من السياسيين أو الشخصيات العامة الأخرى،

وأن أغلب مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي قاموا بممارسة العمل السياسي أو سلكوا سلوكاً سياسياً، وذلك بعد استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والتعرض للمجموعات التي تناقش الموضوعات والقضايا السياسية، ولا نستطيع إغفال توجه القيادات السياسية خاصة بعد ثورات الربيع العربي منذ عام ٢٠١١ لتأسيس صفحات لهم على مواقع التواصل الاجتماعي والتعبير عن توجهاتهم السياسية، وحث الجمهور على التفاعل السياسي، وفيما بعد بوقت غير قصير توجهت المؤسسات الحكومية نحو تأسيس صفحات لها عبر مواقع التواصل الاجتماعي إلى جانب مواقعها الإلكترونية، لإدراكهم أنها تعد منبراً للتعبير عن توجه الدولة السياسي واستراتيجياتها التنموية .

أولاً: مشكلة الدراسة:

تتحدد مشكلة الدراسة في أن مواقع التواصل الاجتماعي تعمل على خلق الوعي بثقافة الاختلاف السياسي لدى الشباب المصري، والتعبير عن الرؤى السياسية المختلفة، من حيث حرية تأسيس الأفراد والمؤسسات السياسية لصفحاتها عبرها للتعبير عن توجهاتها السياسية، علاوة على التفاعل مع الجمهور المعلق على الأفكار السياسية المنشورة عبر الصفحات، فضلاً عن مشاركته محتواه السياسي عبرها، وبالتالي يمكن القول أن هذه الصفحات ساهمت في حدوث حالة من الحراك السياسي عبر هذا العالم الافتراضي، والتي أفرزت حالة من الرأي والرأي الآخر.

ثانياً: أهمية الدراسة:

-أهمية فئة الشباب المنوط بهم النهوض والتنمية والارتقاء بالمجتمع واهتمام الدولة بهم وإعلان ذلك الاهتمام الجدي باطلاق العديد من المبادرات السياسية مقترناً باسم الشباب، فضلاً عن المنتديات السنوية المصرية مثل منتدى الشباب

العالمي في شرم الشيخ، وإطلاق الرئيس عبد الفتاح السيسي في مؤتمر الخاص بحياة كريمة إطلاق اتحاد الجمهورية الجديدة للشباب.

-الاهتمام العالمي بالشباب حيث يوم ١٢ أغسطس من كل عام يوافق اليوم العالمي للشباب والذي أقرته الجمعية العامة للأمم المتحدة عام ١٩٩٨، بوصفه يوماً رسمياً لشباب العالم، بهدف الإحتفال بالشباب وإبراز أصواتهم وأعمالهم ومبادراتهم ومشاركاتهم الهادفة وتعميمها جميعاً للمشاركة في الحياة العامة والعملية السياسية والإقتصادية والإجتماعية. ترتفع نسبة الشباب بالمجتمع المصري إلى ما يقرب من ٣٠٪ من بين إجمالي عدد سكان جمهورية مصر العربية وفقاً للتعداد السكاني عام ٢٠١٧،^(٥) بلغ عدد الشباب في الفئة العمرية (١٨ - ٢٩ سنة) ٢١,٣ مليون نسمة بنسبة ٢١٪ من إجمالي السكان (٥١,٥٪ ذكور، ٤٨,٥٪ إناث)، وبالتالي فدراسة علاقة الشباب بأية ظاهرة مجتمعية يُعد أمراً هاماً، لذا تُعد الدراسة من الدراسات القليلة التي تهتم بالربط بين جمهور الشباب المصري وظاهرة التسامح والاختلاف السياسي، وقبول الآخر في ظل الحشد والضغط الإعلامية والإستقطاب الذي تقوم به عدد من الجماعات الإرهابية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي.

-تشهد مواقع التواصل الاجتماعي إقبالاً متزايداً من قبل الجمهور المصري وخاصة فئة الشباب، فوفقاً للإحصائيات التي أكدها موقع «البيكسا»^(٦) وعدد من الدراسات الإعلامية^(٧) جاءت مواقع «الفييس بوك، اليوتيوب وتويتر» من أبرز مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها الشباب المصري، وبالتالي فإن استكشاف دور هذه الوسيلة الاتصالية في الشأن السياسي يعد من الأهمية، خاصة مع استهداف الدولة وكثرة أحداث العنف التي طرأت علينا ومحاولة تهديد الأمن القومي المصري والتأثير على شبابها ومحاولة استقطابه، وكذلك ظهور العديد من الآراء السياسية والتي تؤثر على قبول الآخر.

ثالثاً: أهداف الدراسة:

- ١- قياس إدراك الشباب لمفهوم الاختلاف السياسي من وجهة نظرهم.
- ٢- تحديد مكانة مواقع التواصل الاجتماعي من بين مصادر المعلومات في استيقاء المعلومات السياسية واعتبارها مصدراً للتعرف على الرؤى السياسية المختلفة.
- ٣- التعرف على تفاعلات الشباب مع المضامين التي تتضمن الاختلاف السياسي عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- ٤- تقييم عينة الدراسة لطبيعة التغطية عبر مواقع التواصل الاجتماعي لقضايا الاختلاف.
- ٥- أثر الاختلاف السياسي الذي تبرزه الصفحات على إدراك القضايا المجتمعية.

رابعاً: الدراسات السابقة:

تنوعت الدراسات التي تطرقت لعلاقة الشباب بوسائل الإعلام وتأثيرها على التوجهات السياسية والسلوك السياسي الخاص بهم، لكن تندر الدراسات التي ربطت بين وسائل الإعلام والاختلاف السياسي، وكانت النتائج على النحو التالي:

أولاً: التأثيرات على معدلات الاهتمام، والاتجاهات، الوعي، والمعرفة السياسية لدى الشباب:

(أ) هناك العديد من الدراسات العربية والأجنبية التي اهتمت بمجال الإعلام السياسي وبعد الثورات العربية حيث اتجه الباحثين لدراسة مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرتها على المعارف السياسية والوعي السياسي وكذلك الاتجاهات، ومن بين تلك الدراسات دراسة (Tanja Bosch, 2018)^(٨) والتي أدرجت موقع الفييس بوك كواحد من مواقع الشبكات

الاجتماعية التي يمكنها تحسين المعرفة السياسية للمواطنين، واتفقت مع النتيجة السابقة دراسة (هناء قيسران، ٢٠١٧)^(٩) والتي أكدت على دور مواقع التواصل في تنمية الوعي والثقافة السياسية، وكذلك المساهمة في ترسيخ المعتقدات السياسية، كما أكدت دراسة (أميمة أحمد رمضان، ٢٠١٨)^(١٠) أن هناك علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين التعرض للمضامين الساخرة على مواقع التواصل الاجتماعي وتشكيل اتجاهاتهم نحو قضايا المجتمع المصري، ونجد أن المعرفة السياسية تعد أحد أبرز العوامل المؤثرة على مستويات المشاركة السياسية، فقد اتسمت عينة دراسة (محمد نبيل الألفي، ٢٠١٤)^(١١) بمستوى مرتفع من المعرفة السياسية بنسبة ٥٥٪، تلاه مستوى متوسط بنسبة ٤٠٪، وتعد المعرفة السياسية من العوامل المؤثرة على الوعي السياسي.

(ب) أشارت بعض الدراسات لدور وسائل الإعلام في تشكيل الأجندة السياسية للمواطنين والتي ترتب عليها ارتفاع مستوى المعرفة السياسية عن القضايا البارزة في هذه الوسائل، حيث أشارت دراسة (ياسمين محمد إبراهيم، ٢٠١٨)^(١٢) أن سمة وضع الأجندة والتثنية المعرفية يعملان معا ولهما دور رئيسي في تشكيل الرأي العام وبناء إجماع عام واتجاه حول القضايا المثيرة للجدل، واتضح من نتائج دراسة (ريم الجابري أحمد، ٢٠١٧)^(١٣) أن هناك ارتفاع في مستوى المعرفة السياسية لدى الشباب لمصري، وذلك بنسبة ٨٤,٢٪ للمستوى المرتفع، وكذلك هناك ارتفاع في مستوى الوعي السياسي لدى الشباب المصري وذلك بنسبة ٥٩,٢٪ للمستوى المرتفع من الوعي، وفي المقابل خلصت نتائج دراسة (عبدالله العنزي، ٢٠١٤)^(١٤) إلى محدودية تأثير وسائل الإعلام على الثقافة السياسية للشباب الجامعي، حيث أظهرت النتائج أن دور وسائل الإعلام المتمثلة في (التلفزيون، الراديو، والصحف) في تعزيز الثقافة السياسية لدى الشباب جاء بدرجة متوسطة، ودراسة (محمد رضا، ٢٠٠٧)^(١٥) والتي أشارت إلى انخفاض مستوى الوعي السياسي لدى الشباب المصري، هذا وقد أشارت نتائج دراسة (إنجي بركة، ٢٠١٣)^(١٦) إلى ارتفاع معدل الاهتمام السياسي ومعدل الاهتمام بالقضايا الداخلية لديهم بعد قيام الثورة.

(ج) اتجهت بعض الدراسات لدراسة تأثير وسائل الإعلام الاجتماعي والحياة السياسية، حيث أشارت نتائج دراسة (إيمان جمعة، ٢٠١٦)^(١٧)، كما أكدت نتائج دراسة (Homero Gil de Zúñiga, et al, 2016)^(١٨) على أن الأخبار على مواقع التواصل الاجتماعي لها تأثير قوي على الإقناع السياسي، وإن من التأثيرات غير المباشرة للتعرض للأخبار السياسية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، يتمثل في تشكيل المواقف السياسية نحو الأحداث الجارية في المجتمع، وتوصلت دراسة (وريا روستم، ٢٠١٥)^(١٩) على ارتفاع مستوى الوعي والإدراك السياسي لدى الشباب المصري، كما أصبحت شبكة الإنترنت أحد المصادر الأساسية التي توفر المعرفة السياسية، وبالرغم من صعوبة وصول الإنترنت لبعض الفئات لأسباب تتعلق بالتكلفة إلا أنه يظل محتفظاً بميزة الوصول للمستخدمين الشباب (Martin, 2008)^(٢٠)، كما أشارت دراسة (Madeline Storck, 2011)^(٢١) إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي عملت على زيادة مستوى الوعي السياسي بأسباب ثورة الخامس والعشرين من يناير، بالإضافة إلى دور تلك المواقع في تشكيل هذا التحول الجماعي في وعي الأفراد، وأكدت دراسة (طه نجم، وأنور الرواس، ٢٠١١)^(٢٢) على وجود علاقة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وبين الوعي والمعرفة السياسية لدى الشباب، وأثبتت دراسة (Jeffry Gahanna, 2011)^(٢٣) أن لشبكات الاجتماعية دورها الهام في القيام بمهام الرقيب الاجتماعي والسياسي وزاد اعتماد الأفراد على هذه الوسائل الحرة المرنة في تكوين آرائهم واتجاهاتهم، كما اتضح من دراسة (عماد جابر، ٢٠١٥)^(٢٤) أن هناك علاقة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وبين تشكيل الاتجاهات والمعارف حول الثورات، وأكدت دراسة (جيهان أمين، ٢٠١٤)^(٢٥) على أن هناك علاقة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

وبين الوعي السياسي أثناء الثورة، وجاءت دراسة (داليا عاصم، ٢٠١٤)^(٣٦) لتوضح أن هناك ما يقرب من ٩٤% من عينة الدراسة ساهم الفيس بوك في تشكيل توجهاتهم السياسية في فترة الربيع العربي، وأثبتت دراسة (أحمد حمودة، ٢٠١٣)^(٣٧) أن مواقع التواصل الاجتماعي تساعد في زياد الوعي السياسي لدى الشباب، كما أكدت دراسة (Nagwa El-gazzar، 2013)^(٣٨) على الدور الفعال الذي لعبته مواقع التواصل الاجتماعي في خلق روح التغيير السياسي لدى الشباب.

ثانيا: هناك العديد من الدراسات التي اهتمت بتأثير مواقع التواصل الاجتماعي على السلوك السياسي وقد لاحظت الباحثة ان هناك تأثيرات إيجابية واخرى سلبية والتي يمكن عرضها كمايلي:

(أ) التأثيرات الإيجابية على السلوك السياسي: وقد ترى الباحثة انها تتمثل في المشاركة السياسية، ثقافة تنظيم الاعتصامات، والديموقراطية السياسية، من بين تلك الدراسات دراسة (Alberto Ardèvol-Abreu, et al. 2018)^(٣٩) والتي جاء من بين نتائجها ان إنتاج أخبار المواطن يعد مؤشراً إيجابياً للمشاركة غير المباشرة عبر الإنترنت، ويعد داعم فعال للديموقراطية، وأكدت (Tanja Bosch، ٢٠١٨)^(٤٠) أن المناقشات السياسية عبر الإنترنت تؤدي إلى المشاركة السياسية...جاءت دراسة (بسمة على يحيى، ٢٠١٧)^(٤١) تؤكد أن هناك تأثير لاستخدام وسائل الإعلام الجديدة على اتجاهات الشباب المصريين، وعن درجة فاعلية وسائل الإعلام الجديدة على سلوك أثبتت الدراسة أن هناك التفاعلية أكثر إيجابية، كما اتضح من دراسة (نورهان حسن، ٢٠١٧)^(٤٢) أن هناك علاقة بين معدل استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي وبين مشاركتهم السياسية، أظهرت دراسة (سمر فاروق محمود، ٢٠١٥)^(٤٣) أن النسبة الأكبر من الشباب الجامعي كان مستوى نشاطهم السياسي متوسطاً، والذي تمثل في القيام بالإدلاء بالصوت في الانتخابات، والحرص على حضور الاجتماعات والندوات والمؤتمرات السياسية، والمشاركة في المسيرات والاحتجاجات السياسية التي تجري بالبلاد، ودراسة (Joanne Waitoa، 2016)^(٤٤) أكدت أن التعرض للمناقشات المختلفة والمتنوعة من خلال مواقع التواصل الاجتماعي لديها فوائد عظيمة على المناقشات السياسية للأفراد، كما أنها تؤدي إلى تحسين للخطاب الديمقراطي، وقد يكون من الممكن أن يتم اكتساب التسامح السياسي، ولكن ليس من الواضح ما إذا كان التسامح مع المعارضة يؤثر على النقاش السياسي أم لا، وجاءت دراسة (Alcides Velasquez، 2014)^(٤٥) لتؤكد على أن المشاركات التفاعلية بين المجموعات والنقاش الجماعي للأفراد له تأثير فعال في السلوك السياسي للشباب، وأن هناك تأثيراً للتفاعلية عبر مواقع التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية، وأوضحت دراسة (هشام رشدي، ٢٠١٣)^(٤٦) أن هناك علاقة تربط بين تعرض الشباب الجامعي للإنترنت وبين المشاركة السياسية، كما أثبتت دراسة (ياسمين إبراهيم، ٢٠١٤)^(٤٧) على أن هناك علاقة طردية بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وبين تحقيق المشاركة السياسية. واتضح في دراسة (Matthew & Masahiro، 2009)^(٤٨) أن استخدام وسائل الإعلام الاجتماعية والتعبير على الإنترنت واستخدام مصادر الإنترنت التقليدية يرتبط إيجابياً مع الاندماج في العمل السياسي. أما دراسة (Moran، Christian، 2014)^(٤٩)، ودراسة (DiGrazia J & others، 2014)^(٥٠) فقد توصلتا إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي تُعتبر مؤشراً أفضل لقياس التغيير في السلوك السياسي، عن وسائل الإعلام التقليدية، والتي أكد كثير من العلماء على أنها تعمل على تشكيل الواقع السياسي وفقاً لأجندة معينة، أكدت دراسة (Bryan، 2010)^(٥١) على أن متابعة الأخبار السياسية والمضمون السياسي بشكل عام على شبكات التواصل الاجتماعي أثرت على معدلات تصويت الأفراد في الانتخابات الرئاسية الأمريكية لعام ٢٠٠٨ خاصة على من لم يسبق لهم التصويت في الانتخابات، كما أثبتت دراسة (Josh Pasek، et al، 2006)^(٥٢) ان دور وسائل الإعلام لا يقتصر على مجرد إخبار الأفراد بالشئون السياسية، بل يمتد إلى دفعهم للمشاركة في العملية السياسية، وفي هذا الصدد إنفتحت دراسة (Dietram، et al، 2002)^(٥٣)، مع دراسة (Loren Rullman، 2005)^(٥٤) على أن وسائل الإعلام هي وسائل لتحفيز الأفراد للمشاركة في العملية السياسية.

ولكن دراسة (Alex Afouxenidis, 2014)^(٤٥) اختلفت مع نتائج الدراسات السابقة؛ حيث أكدت نتائجها على عدم وجود علاقة بين التعرض للإنترنت واستخدام مواقع التواصل الاجتماعي وبين المشاركة السياسية للأفراد، مشيرةً إلى أن المعتقدات السياسية الذاتية للأفراد هي التي لها علاقة بمشاركتهم السياسية. وبوجه عام مواقع التواصل الاجتماعي أنتجت نوعاً جديداً من أشكال الديمقراطية وهو المشاركة السياسية عن بعد أو عبر الإنترنت وهي لا تختلف كثيراً عن المشاركة السياسية الفعلية في الواقع، من حيث الجوانب التنظيمية للعملية السياسية، كما أشارت الدراسة السابقة إلى أن المشاركة السياسية عبر الإنترنت لن تستمر طويلاً.

وقد اتفقت معها دراسة (Leticia Bode et al, 2014)^(٤٦) كما أكدت الدراسة على أن مواقع التواصل الاجتماعي هي أحد أشكال ووسائل المشاركة السياسية الجديدة والتي ينخرط فيها المراهقون للتعبير عن آرائهم السياسية. وأرجعت دراسة (T.A. Indina, 2014)^(٤٧) أسباب المشاركة السياسية إلى الدور الفعال الذي يلعبه قادة الرأي والنشطاء السياسيين والحقوقيين من خلال مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير والتغيير، وليس لمجرد استخدام أو التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي هو الذي يحدث هذا التغيير. وأما دراسة (Homero Gil & et al., 2014)^(٤٨) فأشاروا إلى أن هناك تأثير لعمليات التفاعل الاجتماعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي على التعبير السياسي عبر الإنترنت بشكل مباشر، ولكن ليس لها تأثير على المشاركة السياسية الشعبية، بل ينحصر تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على كيفية تعبیر الأفراد عن أنفسهم سياسياً، وقد اتفقت دراسة (Michael Xenos وآخرون، 2014)^(٤٩) مع ما سبق، كما أشارت دراسة (George Waller, 2013)^(٥٠) إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي ليست وحدها التي تدفع الشباب للنقاش والمشاركة السياسية، مؤكدة على أن الفيس بوك هو المجال الجديد الذي يتيح النقاش السياسي بين الشباب المهتمين بالشأن السياسي، بينما لا يشجع الفيس بوك الشباب غير المبالي سياسياً من الدخول في النقاشات السياسية، وتوصلت دراسة (Carlson and Ben- Porath, 2012)^(٥١) إلى أن التكنولوجيا الحديثة تتيح للمواطن العادي أن يشارك في المناظرات السياسية وطرح أفكاره ووجهات نظره في القضايا السياسية، ويتم ذلك ليس فقط بالكتابة ولكن أيضاً بالصورة من خلال موقع اليوتيوب.

ومع الدراسة السابقة اتفقت دراسة (lev- on, Azi, 2012)^(٥٢) وأكدت على نفس النتائج دراسة (Gulati, & Williams, 2010)^(٥٣) ودراسة (Klotz, 2010)^(٥٤).

(ب) التأثيرات السلبية على السلوك السياسي: وقد رأت الباحثة انها تتمثل في ثقافة الاختلاف السياسي، وظاهرة الإرهاب، والعنف السياسي، ومن أبرز الدراسات التي اهتمت بهذا الإطار، دراسة (Stuart Bender, 2017)^(٥٥) والتي قامت برصد وتحليل التعليقات التي تحتوي عنف من خلال موقع الفيسبوك، وأنضح أن الموقع يستخدم كتنكولوجيات للتعبير عن الذات، وكمنصة للاحتجاج، وجاءت التعليقات تحتوي على كلمات متطرفة تدور حول الانتهاكات، والتهديدات العنيفة البغيضة للحكومة. كم استنتجت دراسة (Qin, Bei, 2017)^(٥٦) أن عدداً كبيراً من المشاركات على مواقع التواصل الاجتماعي جاءت على موضوعات سياسية حساسة للغاية، وجاءت اغلب المشاركات تناقش الاحتجاجات، وتنبأ بحدوث أحداث محددة حول الفساد، ووصف المشاركين الحكومة بالاستبدادية. واتضح من دراسة (إيمان محمد، ٢٠١٦)^(٥٧) ان هناك تزايد في حدة الصراع في المجتمع المصري نتيجة ما تبثه مواقع التواصل الاجتماعي من شائعات، إلى جانب تعميق التوتر عند الشباب نحو الأحداث والأزمات نتيجة لتعرضه للصور المحفزة والتعبوية، وأثبتت دراسة (ميرال مصطفى ٢٠١٦)^(٥٨) وجود علاقة ارتباطية عكسية بين كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وبين الإغتراب السياسي.

وجاءت دراسة (محمود جمال، ٢٠١٥)^(٥٩) لتوضح تركيز المواقع الإلكترونية في المقام الأول على معالجة الوضع الأمني وأحداث العنف السياسي والتفجيرات والتظاهرات السلمية وغير السلمية في مصر، وأن عينة الدراسة واهتمت بمتابعة موضوعات العنف السياسي والإنفلات الأمني من خلال المواقع الإلكترونية، أشارت دراسة (شريف نبيل، ٢٠١٥)^(٦٠) إلى أن ٥٢,٥٪ من عينة الدراسة يرون أن عدم الحيادية في تناول الأحداث الاقتصادية والاجتماعية أدى إلى رفع معدل العنف لدى المجتمع المصري، واتضح من نتائج دراسة (غادة اليماني، ٢٠١٥)^(٦١) مساهمة مواقع الفيديوهات التي تعرض على المواقع الإلكترونية في التعريف بالأحداث الإرهابية التي تمر بها البلد. وعلى جانب آخر اتفقت نتائج دراستي (هدير أحمد، ٢٠١٥)^(٦٢).

وأشارت نتائج الدراسة التحليلية لـ (فتحي شمس، ٢٠١٤)^(٦٣) إلى أن أسباب الاحتجاجات السياسية تمثلت في المطالبة بتغيير الحكومة نتيجة تدهور الحياة الاقتصادية في المجتمع المصري. وترى دراسة (عبدالله الرعود، ٢٠١٢)^(٦٤) أن لمواقع التواصل الاجتماعي دور فعال في التهيئة والتحرير على الاحتجاجات، وهذا ما اتفقت معه دراسة (حاتم عاطف، ٢٠٠٦)^(٦٥) والتي أكدت على أن ٨١٪ من عينة الدراسة للإنترنت تأثير على سيادة الدولة، كما أكدت ٦٦٪ من عينة الدراسة أن الجماعات الإرهابية تستخدم الإنترنت. واتضح من نتائج دراسة (إيمان حسانين، ٢٠١٣)^(٦٦) أن هناك علاقة بين استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي ودرجة التعصب السياسي لديهم، كما أكدت دراسة (غادة أمين، ٢٠١٢)^(٦٧) على أن هناك علاقة بين حجم التعرض للمضمون العنيف وبين الميل للعدوان لدى الشباب. وأشارت دراسة (محمد رضا، ٢٠١١)^(٦٨) إلى اعتماد الجمهور على الإنترنت للحصول على المعلومات والأخبار المرتبطة بالعنف والإنفلات الأمني، وأن هناك تغير في النمط السلوكي وخاصة لدى الإناث، وأكدت دراسة (عبد الرزاق الدليمي، ٢٠١١)^(٦٩) أن مواقع التواصل الاجتماعي عملت على إثارة وعي الجمهور وتوجيهه نحو سلوكيات معينة، وأن تنظيم الاحتجاجات جاء عبر الفيس بوك وغيره من مواقع التواصل الاجتماعي لإحداث التغيير الاجتماعي من خلال نشاطات قليلة الكلفة، أدى إلى تعريض المشاركين في هذه الاحتجاجات إلى خطر التهديد بالعنف، وإلى الاستخدام الفعلي للعنف أيضاً، أما دراسة (سهير عثمان، ٢٠٠٦)^(٧٠) فأكدت على أن البطالة والفقر والكبت السياسي تمثل البذور الأساسية لنمو ظاهرة الإرهاب، وأن لشبكة الإنترنت دوراً هاماً في إمداد الشباب بالمعلومات التي قد تسهم بشكل أو بآخر في تغيير اتجاهاتهم نحو ظاهرة الإرهاب، سواء بالإيجاب أو بالسلب، واتضح من خلال دراسة (وسام السبع، ٢٠٠٩)^(٧١) أن موضوعات العنف السياسي التي تطرقت لها الصحف محل الدراسة وهي: الوحدة الوطنية والطائفية، الشغب، الفقر، قضايا الأمن، واحترام سلطة القانون، البطالة، الديمقراطية، الاحتجاجات السياسية، حقوق الإنسان، كما استهدفت دراسة (Eyal Kare et al., 2006)^(٧٢) الدور الذي يلعبه التعرض للمواد العنيفة على الآراء السياسية، وتوصلت إلى أن المواد الإعلامية العنيفة التي يتعرض لها الشباب تؤدي إلى تشكيل اتجاهات سياسية متشددة وخلق آراء سياسية عدوانية. أما دراسة (شيماء ذو الفقار، ٢٠٠٦)^(٧٣) فتضيف أن هناك ارتفاعاً في مستوى السخط السياسي لدى الجمهور المصري.

(ج) هناك عدد من الدراسات التي تؤكد على محدودية تأثير وسائل الإعلام في هذا الصدد، والتي أشارت إلى وجود عوامل أخرى تؤثر على السلوك الإنساني بشكل عام والسلوك العنيف أو العدواني بشكل خاص، منها: دراسة (Seongyi, Yun, 2018)^(٧٤) والتي تؤكد على أن الأشخاص الذين يستخدمون وسائل الإعلام الاجتماعية كانوا أكثر انتقائية في اختيار مصادر الأخبار من أولئك الذين يستخدمون التلفزيون، وأن مستخدمي KakaoTalk كانوا أكثر انتقائية في الحصول على معلومات سياسية حول الاقالة الرئاسية مما كان المستخدمين للفيس بوك، وظهرت نفس النتائج في الاستقطاب السياسي،

أن التأثير السياسي والاجتماعي لوسائل الإعلام الاجتماعية يختلف وفقاً لمميزات كلاً منها، ويختلف أيضاً وفقاً لميول الشخص، ودراسة (ريهام سامي، ٢٠١٥)^(٧٥) أوضحت أن موقع الفيس بوك لم يستطع تغيير الاتجاهات نحو الجماعات الإسلامية، ولكن استخدام الفيس بوك قد أدى إلى تدعيم الاتجاه أو التعاطف معها، كما توصلت دراسة (أشرف جلال، ٢٠١٥)^(٧٦) إلى صعوبة التأثير الكبير لوسائل الإعلام في تشكيل الرأي العام والاتجاهات نحو ظاهرة الإرهاب؛ لافتقارها إلى العمق والخلفية اللازمة في مثل هذه القضايا؛ فهي لا تحقق الفهم والوعي الكافيين واللازمين للجمهور.

كما أشارت دراسة (A.I.Onyekosor، 2014)^(٧٧) إلى أن الشباب الذين يتقبلون العنف في حياتهم هم الأكثر تعرضاً للمواد الإعلامية التي تعالج العنف والعكس صحيح. وتوصلت دراسة (عايد المجالي، ٢٠١٤)^(٧٨) إلى أن الأفراد الذين تعرضوا للإحباط والإهمال الأسري هم الأكثر ميلاً للسلوك العدواني والانحراف. وأكدت دراسة (BRAHIM R . A & ISMAIL، 2012)^(٧٩) على أن هناك عوامل أخرى بجانب تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصالات تؤثر على الجريمة؛ ومنها الفقر وإحساس الفرد بالإحباط واليأس وانعدام الثقة السياسية إلى جانب حالة الحرمان الاجتماعي والاقتصادي، والإهمال الرسمي والفساد السياسي.. أما دراسة (Silvia Knobloch Westerwick& Jingbo Meng، 2011)^(٨٠) فأنضج من خلال نتائجها أن التعرض لمواقع الانترنت واختيار المادة الإعلامية يكون وفقاً للمفهوم الذاتي للفرد وميوله السياسية، وانفقت معها دراسة (Michael Che-ming Chan and Jing Guo ، 2013)^(٨١).

على جانب آخر أكد عدد من الدراسات على أن هناك عوامل أخرى مشاركة وتؤثر على الشباب، بجانب مواقع التواصل الاجتماعي نحو الحراك والتغيير السياسي، فقد أوضحت دراسة (Mansoor Moaddel، 2012)^(٨٢) على أن الحرمان الذي تعرض له المجتمع يُعد القوة التفسيرية لأسباب المشاركة السياسية في الثورة، كما أكدت الدراسة على أن الثورة قادها أعضاء من الطبقة الوسطى ضد النظام الحاكم، واتفقت معها دراسة كل من (ممدوح عبد الواحد ٢٠١٢)^(٨٣) و(سحر خميس ٢٠١٢)^(٨٤) في أن مواقع التواصل الاجتماعي هي عامل رئيسي وليس الوحيد لمشاركة الشباب وانطلاق الثورات.

وتأكيداً على ما سبق جاءت دراسة (Nadine Chebib & Rabia Minatullah) 2011^(٨٥) مؤكدة أن مواقع التواصل الاجتماعي ساعدت الشباب المصري على التواصل وعقد المناقشات والاجتماعات عبر الانترنت وتنظيم الاحتجاجات. وأكدت على ما سبق توصلت إليه دراسة (شيماء ذو الفقار، ٢٠١١)^(٨٦) التي أثبتت أن هناك عدداً من المتغيرات التي أثرت على التعبئة السياسية، وهي: مستوى الكفاءة السياسية ومستوى الاهتمام السياسي والاتجاه نحو النظام السياسي والانتفاء السياسي والتمكين النفسي، بجانب التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي.

التعليق على الدراسات السابقة:

-يلاحظ ندرة الدراسات العربية التي تناولت موقع تويتر بشكل تفصيلي وتحليلي وميداني وتجريبي؛ مقارنة بعدد الدراسات التي تناولت موقع الفيس بوك كموقع من مواقع التواصل الاجتماعي.
-ندرة الدراسات التي اهتمت بمعالجة موضوعات التسامح والإختلاف السياسي.
-معظم الدراسات رأت في مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة يتعرض لها الشباب أو الجمهور بشكل عام، ولكن الباحثة ترى أن مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة يستخدمها الشباب ولا يتعرضون لها، لذلك من الأفضل أن يكون المصطلح

استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وليس التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي، وكذلك معدلات ومستويات الاستخدام وليس معدلات وكثافة التعرض.

- انخفض عدد الدراسات التجريبية عن موقع الفيس بوك في الشأن العربي مقارنة بالعربي. - يلاحظ قلة أعداد الدراسات المتعلقة بتأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي عامة والتويتز بشكل خاص؛ حيث التركيز على استخدامات وإشباع المواقع الاجتماعية بشكل رئيسي في الشأن الاجتماعي والسياسي، وخلال فترة زمنية محددة وهي الثورات العربية، لكن لا توجد علاقة بين دراسة هذه الشبكات الاجتماعية وتأثيراتها على حالة الانعزال والاعتزال السياسي، وحالة العنف السياسي إلا فيما ندر.

- تقل أعداد الدراسات التي تناولت العلاقة بين الشأن السياسي وباقي مواقع التواصل الاجتماعي غير الفيس بوك والتويتز؛ على الرغم من أن هناك مواقع لها دورها المؤثر في الحراك السياسي، ولكنها لم تخضع لدراسات كثيفة ومتنوعة في المجالات السياسية مثل الإنستجرام وكذلك اليوتيوب وكذلك الماي سبيس وغيره من المواقع الاجتماعية الأخرى. - لاحظت الباحثة وفرة في عدد الدراسات التي تناولت مواقع التواصل الاجتماعي والمشاركة السياسية خاصة بعد ثورة ٢٥ يناير في مصر، حيث كانت مواقع التواصل الاجتماعي بيئة خصبة، لنشأة الحركات الاحتجاجية والاجتماعية، والتعبئة والحشد السياسي والعنف السياسي.

- معظم الدراسات الإعلامية التي اهتمت بفئة الشباب، طبقت الدراسة على الشباب الجامعي فقط على الرغم من أن الشباب الجامعي لا يمثل فئة الشباب المصري بأكمله، وكان يجب أن تتوسع العينة لتشمل الخريجين والعاملين وغير العاملين من سن ١٨-٣٥ سنة.

- إن استخدام وسائل الإعلام الجديدة، وبشكل خاص مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة يؤثر على معدل الحوار أو النقاش السياسي في أمور الحياة اليومية؛ سواء على مستوى القضايا العامة أو القضايا ذات الطابع المحلي الخاص، حيث ارتفع نسبة ثقة المبحوثين في جميع المصادر الإعلامية الإلكترونية عالية جداً والمهتمون بالأخبار السياسية يبحثون على الإنترنت أكثر من متابعة الأخبار التليفزيونية، ويرجع ذلك إلى أن الإنترنت تقدم معلومات بلا حدود وتغطية شاملة في أي وقت، لذا أصبح مواقع التواصل الاجتماعي دور فعال في القيام بمهام الرقيب السياسي، وزاد اعتماد الأفراد عليها في تكوين آرائهم واتجاهاتهم السياسية.

خامساً: الإطار النظري: نظرية التهيئة المعرفية: Priming Theory

استمدت نظرية «التهيئة المعرفية» بعض جذورها من علم النفس المعرفي وبخاصة النظريات المعرفية Cognitive theories (مثل نظرية تمثيل المعلومات والبناء العرفي) حيث تهتم كل منها بالذاكرة الإنسانية وطريقة تعامل الأفراد مع المعلومات التي ترد إليهم من وسائل الإعلام المختلفة، وكيفية تخزينها بطريقة يسهل الوصول إليها في الذاكرة واسترجاعها عند الحاجة إليها، كما تُعد النظرية من النظريات التي تتناول التأثيرات قصيرة المدى لوسائل الإعلام على الجمهور^(٨٧).

وتوجه مجموعة من باحثي الاتصال السياسي لربط فرضية وضع الأولويات بما نشر إليه بنظرية التهيئة المعرفية Priming Theory، وقد أجريت كثير من الدراسات التي أكدت على قدرة وسائل الإعلام على إحداث تغيير في آراء وسلوك الأفراد ليس لأنهم غيروا معتقداتهم وتقييماتهم للأشياء، وذلك لحدوث تأثيرات وجدانية أي التأثير على اتجاهات

الجمهور^(٨٨)، وانطلاقاً مما سبق يمكن القول أن نظرية التهيئة المعرفية قد صممت لشرح الطريقة التي يتم بها تشكيل أفكار واتجاهات وأفعال الجمهور بما يتوافق وما تعرضه وسائل الإعلام المختلفة حيال قضية ما خلال فترة قصيرة.^(٨٩)

أشارت التعريفات المبكرة للتهيئة التي وردت في علم النفس المعرفي لفكرة التنشيط سواء المؤقت والجزئي من خلال التحفيز الخارجي، وتشير التهيئة priming إلى «التغيرات في المعايير التي يستخدمها الناس لإصدار تقييمات أيًا كانت مجال الحكم ما بين قضايا سياسية أو اجتماعية أو اقتصادية وغيره»، وبالتالي تحدث التهيئة الإعلامية Media Priming، فعلى سبيل المثال، اهتمام وسائل الإعلام بقضية معينة يمنحها وزن أكبر في التقييمات^(٩٠)، كما أن ميول أو اتجاهات الأفراد الكامنة قد تتأثر على تقييماتهم^(٩١)، وبالتالي يمكن القول أن الفرد يبني أحكامه أو تقييماته بناءً على المعلومات التي تم تنشيطها أو تفعيلها حديثاً، خاصة أن المواطنين يعتمدون إلى حد كبير على وسائل الإعلام من أجل الحصول على معلوماتهم أيًا كان المجال سياسي أو اجتماعي أو اقتصادي وغيره، وبالتالي يتضح أن تأثيرات التهيئة كبيرة جداً لدرجة تعنى أن الأفراد يباليون في تقدير بعض الأمور ويقللون من شأن البعض الآخر.^(٩٢)

متغيرات النظرية وكيفية توظيفها في الدراسة الميدانية:^(٩٣)

-معدل التعرض للتعليقات الإعلامية للقضية البارزة: Issue Exposure: تفترض نظرية التهيئة المعرفية تفترض أنه كلما زاد التعرض للمحتوى الإعلامي أيًا كانت نوعيته زاد تأثير التهيئة المعرفية لوسائل الإعلام حول القضية البارزة بها، كما أن هؤلاء الأفراد قادرين على تغيير اتجاهاتهم من الاهتمام بقضية آخذة في التلاشي إلى قضية أخرى آخذة في الظهور بشكل أكبر من الآخرين، وبذلك فإن التهيئة لا تصبح تأثيراً لوسائل الإعلام، ولكنها تأثيراً للبروز الكلي لإحدى القضايا في الساحة العامة،^(٩٤) وبالتطبيق على الدراسة الحالية تم الاهتمام بقياس مستوى التعرض للقضايا السياسية الخلافية التي تثيرها الصفحات السياسية في مواقع التواصل الاجتماعي، ومعدل التعرض لها.

-المعرفة بالقضية البارزة: Issue Expertise: تفترض النظرية أن الأفراد الأكثر معرفة، يكونوا أكثر قدرة على إضافة معاني على القصة الخبرية بشكل سريع وأكثر كفاءة في تخزينها واسترجعها في الذاكرة عن الأفراد أقل معرفة، وبالتالي فالأكثر معرفة أكثر عرضة لتأثيرات التهيئة المعرفية لأنهم يتمتعون بشبكة مترابطة من المعلومات الغزيرة في الذاكرة تسهل عليهم تخزين واسترجاع المعلومات الجديدة، ومعظم دراسات التهيئة بشكل عام تفترض أيضاً أن المواطن الأقل وعياً سوف يكون أكثر عرضة لقبول المعلومات،^(٩٥) وبالتالي يمكن القول أن «المستويات العليا للمعرفة السياسية تعزز التهيئة المعرفية وأن المستويات العليا من المصلحة والإبانة وإن جاءت عكس القضية المثارة تقلل التهيئة المعرفية».^(٩٦)

وبالتطبيق على الدراسة الحالية فإن المعرفة بالقضايا السياسية من بين القضايا التي تثيرها الصفحات السياسية بمواقع التواصل الاجتماعي، يساعد على سرعة تذكر الأفراد لها، وربطها بغيرها من القضايا المثارة في هذه الصفحات السياسية، وبالتالي يكون أكثر عرضة للتأثر بالمحتوى الإعلامي المثار بالصفحات السياسية وكذلك التأثر بتعليقات وتفاعل المواطنين مع موضوعات الصفحات السياسية عن غيره من الأفراد الذين لا يكون لديهم مخزون معرفي مرتبط بالقضايا السياسية التي تثيرها هذه الصفحات السياسية، وهو الأمر الذي سوف يتم قياسه من خلال التعرف على مصادر معرفة الجمهور عينة الدراسة بالقضايا السياسية الخلافية.

-الاهتمام بالقضية البارزة: Issue Interest : يفترض بعض الباحثين ضعف تأثير التهيئة المعرفية لدى الأفراد الأكثر اهتمامًا بالقضية حيث أن هؤلاء يكونوا أكثر استعدادًا لاستقبال الرسائل الأساسية بالإضافة إلى التفاصيل أيضًا كما أنهم أكثر احتمالية للتفكير وتقييم التفاصيل المثارة المرتبطة بالقضية محل التداول الإعلامي، أما بالنسبة للأشخاص منخفضي التعرض ومنخفضي الاهتمام بالقضية، فإن استرجاع المحتوى الإعلامي المخزن في ذاكرتهم في وقت الحكم سيؤثر على تقييمهم،^(٩٧) وبهذه الطريقة، تجعل التهيئة قضايا معينة أكثر عرضة لدخول حسابات قرارات الفرد أكثر دون التعرض لوسائل الإعلام.

وبالتطبيق على الدراسة الحالية فإن الاهتمام بالقضايا السياسية الخلافية من بين القضايا التي تثيرها الصفحات السياسية بمواقع التواصل الاجتماعي، يكسب الفرد القدرة على تقييم المثار، وبالتالي احتمالية تأثير التهيئة عليه يكون أقل عن هؤلاء الأفراد الذين يكون الاهتمام لديهم منخفضًا، وبالتالي يكونوا أكثر عرضة للتأثر بالمحتوى الإعلامي المثار بالصفحات السياسية عن هؤلاء الأفراد المهتمين بهذه النوعية من القضايا، وهو الأمر الذي سوف يتم قياسه من خلال التعرف على مستوى الاهتمام بنوعية القضايا السياسية الخلافية، وتقييم للتغطيات الإعلامية من حيث تعزيز الاختلاف أو التأكيد على الموضوعية في التداول.

-الثقة في الوسيلة الإعلامية التي تقدم القضية البارزة: Media Trust : تفترض النظرية أن مستوى الثقة في معالجة الوسيلة للقضايا التي تقدمها يؤثر في تقييم المحتوى الإعلامي المستقبل من خلال الوسيلة وهو ما يترتب عليه تأثير التهيئة المعرفية التي يحدثها هذا المحتوى، أي أن المعرفة السياسية تؤدي إلى تزايد التهيئة طالما يثق الأفراد في وسائل الإعلام،^(٩٨) فعلى سبيل المثال: توصلت دراسة (آية محمد علي، ٢٠١٧)^(٩٩) إلى وجود علاقة ارتباطية طردية بين التعرض للبرامج الحوارية ومستوى الثقة السياسية لدى أفراد عينة الدراسة في حين لم توجد علاقة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ومستوى الثقة السياسية لدى العينة.

وبالتطبيق على الدراسة الحالية، فإن مستوى الثقة في المحتوى الإعلامي الذي تقدمه الصفحات السياسية في مواقع التواصل الاجتماعي للقضايا السياسية الخلافية، سوف يتم صياغة من خلال سؤال مباشر بذلك. استفادة الباحثة من النظرية في الدراسة البحثية: ترى الباحثة أن تأثير نظرية التهيئة المعرفية بالنسبة للدراسة الحالية يظهر في درجة تفاعل المبحوثين من جمهور الشباب المصري عينة الدراسة مع ما تقدمه الصفحات السياسية بمواقع التواصل الاجتماعي من قضايا وموضوعات متنوعة وبعضها خلافي متعلق بالشأن السياسي، وعلى هذا الأساس يتضح هذا التفاعل في إدراك المبحوثين من جمهور الشباب للقضايا السياسية البارزة التي ركزت عليها الصفحات السياسية بمواقع التواصل الاجتماعي، كما يتضح إدراكهم للإطار الذي تستخدمه هذه الصفحات في معالجة تلك القضايا، وتأثرهم بوسائل الإبراز التي تتميز بها مواقع التواصل الاجتماعي علاوة على خصائص التفاعلية التي اتاحها الإنترنت، ومن ثم تبني أو رفض المبحوثين عينة الدراسة لاتجاهات هذه المعالجة الإعلامية للقضايا السياسية عبر الصفحات السياسية بمواقع التواصل الاجتماعي.

سادسًا: تساؤلات وفروض الدراسة:

١-تساؤلات الدراسة:

- ما إدراك عينة الدراسة لمفهوم الاختلاف؟
- ما إدراك الشباب لأهمية مفهوم الاختلاف سياسيا على المجتمع؟

- ما مكانة مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات من بين المصادر الأخرى؟
- ما أتماط تفاعل الشباب المصري مع المنشورات المتعلقة بالقضايا الخلافية عبر صفحات مواقع التواصل الاجتماعي؟
- ما درجة ثقة عينة الدراسة الميدانية في المعلومات السياسية الخلافية التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي؟
- ما أثر متابعة الشباب للمعلومات السياسية الخلافية التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي؟

٢-فروض الدراسة:

- الفرض الرئيسي الأول: يؤثر مستوى إدراكهم لمفهوم الاختلاف على تعزيز سلوكياتهم السياسية والتفاعل مع المنشورات السياسية الخلافية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- الفرض الرئيسي الثاني: يؤثر مستوى إدراكهم لعائد الاختلاف السياسي على المجتمع في تعزيز سلوكياتهم السياسية عند التفاعل مع المنشورات السياسية الخلافية عبر المواقع.

سابعاً: الإجراءات المنهجية للدراسة:

- نوع الدراسة: تُعد الدراسة من نوعية البحوث أو الدراسات الوصفية التي تستهدف جمع المعلومات اللازمة لوصف أبعاد ومتغيرات الظاهرة مما يمكن من تحليلها في الظروف التي تتواجد عليها، وهنا تهدف الدراسة التعرف على كيفية تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في خلق حالة من التفاعل بين الشباب المصري عبر تناول القضايا السياسية الخلافية وإدراكهم لأهمية الاختلاف السياسي.

- منهج الدراسة: اعتمدت الدراسة على منهج المسح Survey والذي يُمثل الطريقة أو الأسلوب الذي يسمح بالتعرف على درجة وقوة العلاقات بين متغيراتها ومن ثم التعرف على مستويات التأثير بين هذه المتغيرات، والذي يُعتبر من المناهج الرئيسية للبحوث السلوكية والاجتماعية خاصة، فهو يُعد نموذجاً معيارياً لخطوات جمع البيانات من المفردات البشرية، سواء عن حالتهم وسلوكهم ومشاعرهم واتجاهاتهم،^(١٠٠) ويستهدف منهج المسح بالدراسة تحليل وتفسير العلاقة بين التعرض للصفحات السياسية على مواقع التواصل الاجتماعي وبين إدراك وتعزيز ثقافة الاختلاف السياسي.

- عينة ومجتمع الدراسة: يتمثل مجتمع الدراسة في كافة جمهور الشباب المصري المتفاعل مع صفحات السياسية على مواقع التواصل الاجتماعي، ونظراً لكبر حجم عينة الدراسة الميدانية، تم سحب عينة متاحة من ٤٠٠ شاب مصري متفاعل مع الصفحات السياسية المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي والتعرف على تقييمه للقضايا السياسية البارزة والخلافية وسلوكه نحوها، وكان التوزيع الإلكتروني وورقياً، وعن خصائص عينة الدراسة الميدانية، فجاء ما يلي:
 - كانت نسبة الذكور المشاركة في الدراسة بالتساوي مع الإناث بنسبة ٥٠% لكل من متغيري الدراسة.
 - تقع نسبة ٦٠,٧% من عينة الدراسة في المرحلة العمرية من (من ٢٥ لأقل من ٣٥ عاماً)، تلاه نسبة ٣٩,٣% من العينة في المرحلة العمرية (١٩ لأقل من ٢٥ عاماً).
 - تبين أن نسبة ٥٨% من عينة الدراسة حاصلين على مؤهل تعليمي في حين أن نسبة ٣٤% من العينة في مرحلة التعليم الجامعي، وجاء نسبة ٨% من الحاصلين على مؤهل فوق الجامعي.

- البيانات التي تمثل مؤشراً للمستوى الاقتصادي لعينة الدراسة فجاءت كما يلي:

-يتضح أن نسبة ٦٠٪ من البينة تقطن شقة تمليك، تلاه نسبة ٢٥٪ من العينة التي تقطن منزل، ثم نسبة ١٥٪ من عينة الدراسة تقطن فيلا، وجاء نسبة ٣٠٪ من عينة الدراسة تقطن وحدة سكنية مؤجرة في مقابل نسبة ٧٠٪ تقطن وحدة سكنية مملوكة لها.

-وجاء نسبة ٥١٪ من عينة يعملوا في مقابل نسبة ٢٩٪ طلاب، ونسبة ٢٠٪ لا يعملوا.
-أما عن دخل عينة الدراسة، يتضح أن نسبة ٥٠٪ من عينة الدراسة دخلها (أكثر من ٦ آلاف جنيها)، تلاه نسبة ٤٤٪ من العينة يتراوح دخلها ما بين (٣ إلى أقل من ٦ آلاف) جنيهاً، وأخيراً نسبة ٦٪ من العينة التي أقل من ٣ آلاف جنيهاً.
-واستخلصت الباحثة من إجابات عينة الدراسة على إجابات عينة الدراسة على أسئلة (الدخل - طبيعة العمل - طبيعة المسكن ونوعه) مقياساً عاماً يعطي ملامح عن المستويات الاقتصادية للعينة،^(١٠١) حيث تبين أن ما يقرب من نصف عينة الدراسة تقريبا تتسم بمستوى اقتصادي مرتفع (٥١٪) في مقابل نسبة ٤٩٪ من عينة الدراسة في المستوى الاقتصادي المتوسط.

-أداة جمع البيانات: تم إعداد استمارة استبيان موحدة لجمع البيانات من جمهور الشباب المصري لتقييم دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز ثقافة الاختلاف السياسي، ويستخدم الاستبيان بشكل رئيسي في مجال الدراسات التي تهدف إلى استكشاف حقائق عن الممارسات الحالية واستطلاعات الرأي العام وميول الأفراد.

-اختبارات الصدق والثبات: تم اختبار صلاحية استمارة الاستبيان في جمع البيانات بإجراء اختبائي الثبات والصدق لها، وذلك على النحو التالي:^(١٠٢)

-اختبار الصدق (Validity): الصدق الظاهري: يعني صدق المقياس المستخدم ودقته في قياس المتغير النظري أو المفهوم المراد قياسه، تم عرض أداة جمع البيانات (صحف الاستقصاء) على مجموعة من المتخصصين والخبراء في مناهج البحث والإعلام وعلم النفس والإحصاء والسياسة.

-اختبار الثبات (Reliability): يقصد به الوصول إلى اتفاق متوازن في النتائج بين الباحثين في حالة استخدامهم لنفس الأسس والأساليب على نفس المادة الإعلامية، أي محاولة تخفيض نسب التباين لأقل حد ممكن من خلال السيطرة على العوامل التي تؤدي لظهوره في كل مرحلة من مراحل البحث، وتم تطبيق اختبار الثبات في الدراسة الميدانية على عينة تمثل ١٠٪ من العينة الأصلية بعد تحكيم صحيفة الاستقصاء ثم إعادة تطبيق الاختبار مرة ثانية على عينة ٥٪ من المبحوثين بعد إسبوعين من الاختبار الأول.

-المعالجة الإحصائية للدراسة: تم الاعتماد على برنامج التحليل الإحصائي (SPSS)^(١٠٣)، وذلك لتحليل بيانات الدراسة الميدانية، ويتمثل مستوى الدلالة المعتمدة في الدراسة الحالية في كافة اختبارات الفروض والعلاقات الارتباطية ومعاملات الانحدار في قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة ٩٥٪ فأكثر، أي عند مستوى معنوية ٠,٠٥ فأقل، وسيتم الاعتماد على المقاييس والمعاملات الإحصائية التالية:

-النسب المئوية والوزن النسبي.
-معامل الارتباط بيرسون (Pearson correlation coefficient) لمعرفة شدة العلاقة واتجاهها.
-تحليل الانحدار الخطي البسيط. والذي يهتم بقياس تأثير متغير مستقل واحد على المتغير التابع والذي يمثل الظاهرة محل الدراسة.

تاسعًا: نتائج الدراسة الميدانية:

الجزء الأول: نتائج الإجابة على تساؤلات الدراسة:

التساؤل الأول: إدراك عينة الدراسة لمفهوم الاختلاف:

أولًا: إدراك عينة الدراسة لطبيعة الاختلاف من حيث فائدته:

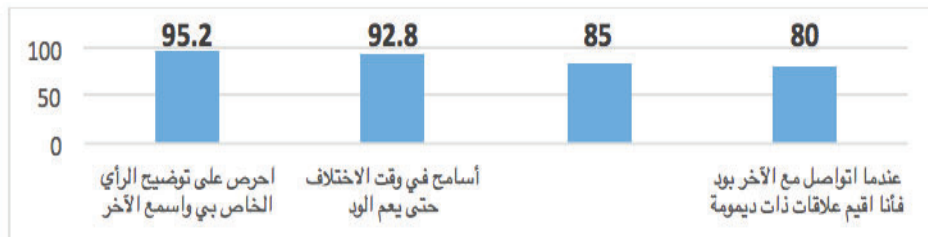


شكل رقم (١)- إدراك عينة الدراسة لطبيعة الاختلاف من حيث الاتجاه

يكشف الشكل السابق عن طبيعة إدراك عينة الدراسة لطبيعة الاختلاف السياسي، ما بين تقييمه بأنه أمر إيجابي من قبل نسبة ٥٤% من عينة الدراسة، في حين جاء نسبة ٣٥% من عينة الدراسة ترى أنه قد يجمع بين الإيجابية والسلبية في بعض الأحيان، في حين جاء نسبة الأقل ١١% ترى أنه أمر سلبي، وتقوم فكرة الإيجابية والسلبية، على أساس أن الاختلاف في الرأي يساعد في الوصول لحلول وسيطة ونقاط اتفاق، تمكن من الاستمرار وتحقيق التعايش السلمي، ويتضح من إجابات عينة الدراسة أن هناك اتجاهاً غالب لدى الشباب بأن اختلاف الرؤى لا يعني الخلاف، حيث هناك فرق بين تعريف الاختلاف والخلاف، (١٤) حيث أن الاختلاف والمخالفة أن يأخذ كل واحد طريقاً غير طريق الآخر في حالة أو قوله، والاختلاف هو أن يكون الطريق مختلفاً، والمقصود واحداً، والخلاف هو أن يكون كلاهما (أي الطريق والمقصود) مختلفاً، والاختلاف ما يستند إلى دليل، والخلاف ما لا يستند إلى دليل، والاختلاف من آثار الرحمة، والخلاف من آثار البدعة، ومما سبق يتضح أن الخلاف أعمق وأبعد من الاختلاف، فالأول مرفوض، والثاني مأذون فيه شرعاً إعمالاً لملكة الاجتهاد ومعطيات العقل.

ثانياً: إدراك عينة الدراسة لمفهوم الاختلاف في حياته العامة:

١- إدراك عينة الدراسة لمفهوم الاختلاف بشكل إيجابي:



شكل رقم (٢)- إدراك عينة الدراسة لطبيعة الاختلاف الإيجابي

يكشف الشكل السابق عن ارتفاع مستوى إدراك الشباب الجامعي لمفهوم الاختلاف الإيجابي في حياته العامة، حيث جاء في المقدمة الحرص على توضيح الرأي الخاص بهم مع الاستماع للطرف الآخر بوزن نسبي ٩٥,٢ درجة، تلاه التسامح في وقت الاختلاف حتى يعم جو الود والهدوء والاستقرار بوزن ٩٢,٨ درجة، تلاه في المرتبة الثالثة السعي للوصول لنقاط اتفاق مع الآخر حتى تستمر العلاقات بسلاسة بوزن ٨٥ درجة، وأخيراً الحرص أثناء التواصل مع الآخر على إقامة علاقات ذات ديمومة بوزن ٨٠ درجة.

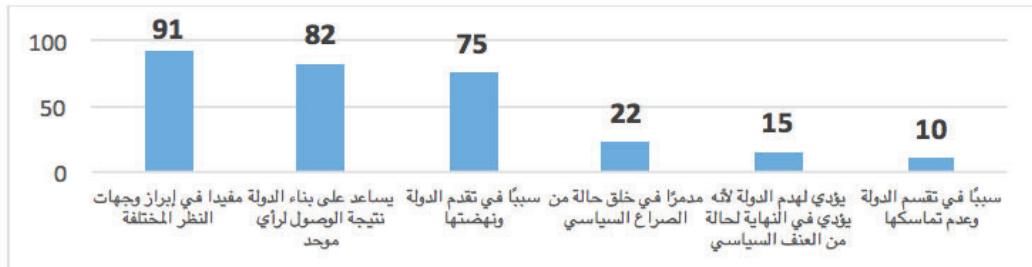
٢- إدراك عينة الدراسة لمفهوم الاختلاف بشكل سلبي:



شكل رقم (٣)- إدراك عينة الدراسة لطبيعة الاختلاف السلبي

يكشف الشكل السابق عن عدم اتجاه عينة الدراسة نحو الاختلاف السلبي، حيث تعززها للاختلاف الإيجابي، وهو الأمر الذي يعد طبيعياً خاصة بعد مواكبة المجتمع المصري لعدد من الثورات والاحتجاجات والاعتصامات التي تطالب بالحرية والرأي والرأي الآخر، وخوضه انتخابات رئاسية وبرلمانية فعلية يكون لرأيه قيمة، وبالتالي بدأ يعايش المجتمع المصري بشكل عام أجواء الحرية السياسية، علاوة على اهتمام الدولة بشكل خاص بتنمية ثقافية والسياسية للشباب في محافل ومبادرات رئاسية مختلفة، جاء أقل مظهر للاختلاف السياسي السلبي متمثلاً في عدم السعي للوصول لنقاط اتفاق بوزن ١٠ درجات، تلاه اعتبار السماح وقت الاختلاف خطأ بوزن ٢٠ درجة، تلاه اعتبار التواضع عند الاستماع لرأي الآخر ضعف بوزن ٢٥ درجة، وأخيراً جاء عينة من الدراسة بوزن ٢٢ درجة مقتنعة بأرائها فقط.

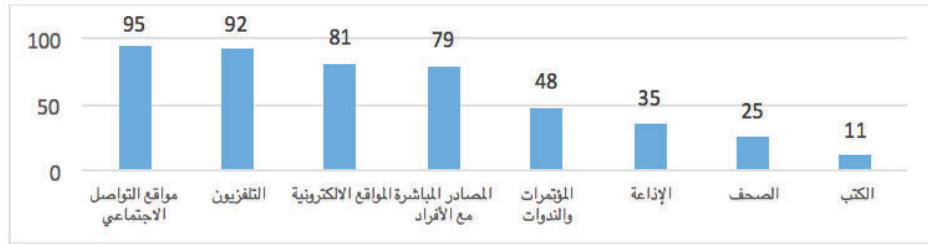
التساؤل الثاني: إدراك الشباب لأهمية مفهوم الاختلاف سياسياً على المجتمع:



شكل رقم (٤)- إدراك الشباب لأهمية مفهوم الاختلاف سياسياً على المجتمع

يكشف الشكل السابق عن ارتفاع مستوى إدراك الشباب المصري لأهمية الاختلاف السياسي في بناء الدول وتقدمها بل إنه يعزز من قدرة الدولة على مواجهة السلبيات وتحويلها للإيجابيات، لذا ارتفع مستوى تقييم عينة الدراسة باعتبار الاختلاف السياسي مفيداً في إبراز وجهات النظر المختلفة بوزن ٩١ درجة، تلاه التأكيد على أهميته في بناء الدولة وتوحيدها لأه من أساسيات الاختلاف البناء هو الوصول لنقاط اتفاق ما بين الآراء المختلفة وذلك بوزن ٨٢ درجة، وبالتالي أكد جزء كبير من عينة الدراسة على أنها سبباً لتقدم الأمم ونهضتها بوزن ٧٥ درجة، أما عن التوقعات السلبية بخصوص أهمية الاختلاف السياسي، فحظيت بأقل بوزن نسبي وهو الأمر الذي يعد طبيعياً حيث ومتفقاً مع ارتفاع مستوى الإدراك الإيجابي للاختلاف كأسلوب في حياتهم العامة.

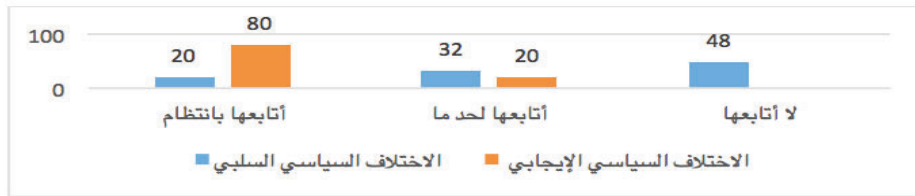
التساؤل الثالث: مكانة مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات من بين المصادر الأخرى:



شكل رقم (٥)- مكانة مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات

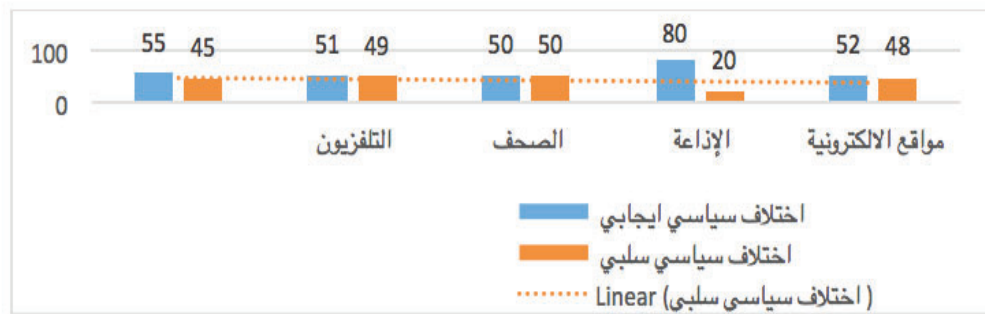
يتضح من الشكل السابق ارتفاع مكانة مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات السياسية، وهو ما يعد طبيعياً حيث ارتفاع إقبال الشباب المصري على استخدامها وكذلك ما أثبتته نتائج الدراسات السابقة من حيث تأثيراتها السياسية، وبالتالي احتلت المصدر الأول بوزن ٩٥ درجة في المعرفة السياسية ومتابعة القضايا الخلافية عبرها، تلاه التلفزيون بوزن ٩٢ درجة، ثم المواقع الإلكترونية أياً كانت طبيعتها بوزن ٨١ درجة، وبرز الاتصال المباشر مع الآخرين سواء الأهل أو الأصدقاء أو الجماعات المرجعية وتأثيراتهم على معارف ومعلومات الأفراد بوزن ٧٩ درجة. كما يتضح أن هناك مجموعة من المصادر التي حظيت بمتابعة أقل للمعلومات السياسية، تمثلت في المؤتمرات والندوات بوزن ٤٨ درجة، تلاه الإذاعة بوزن ٣٥ درجة، تلاه الصحف بوزن ٢٥ درجة، وأخيراً الكتب بوزن نسبي ١١ درجة.

التساؤل الرابع: متابعة المواد الإعلامية السياسية الخلافية:



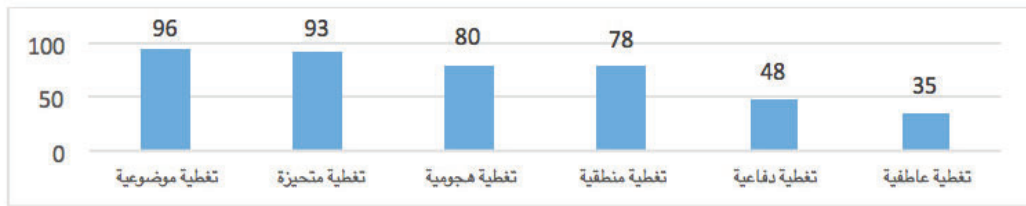
شكل رقم (٦)- متابعة المواد الإعلامية السياسية الخلافية

يتضح من الشكل السابق متابعة عينة الدراسة للمواد السياسية ذات الاختلاف السياسي الإيجابي بشكل مرتفع في مقابل انخفاض متابعة المواد السياسية ذات الاختلاف السياسي السلبي، وهو ما يتفق مع توجهات وآراء عينة الدراسة نحو الاختلاف الإيجابي، وبشكل عام كان تقييم الوسال الإعلامية بأنها تميل نحو الاختلاف السياسي الإيجابي، والذي برز في الإذاعة، في حين كان هناك تقارب بين باقي الوسائل ما بين نشر المواد السياسية ذات الاختلاف السياسي السلبي والإيجابي، وهو ما يوضحه تفصيلاً الشكل البياني التالي:



شكل رقم (٧)- مقارنة بين اتجاه الوسائل الإعلامية نحو الاختلاف السياسي السلبي والإيجابي

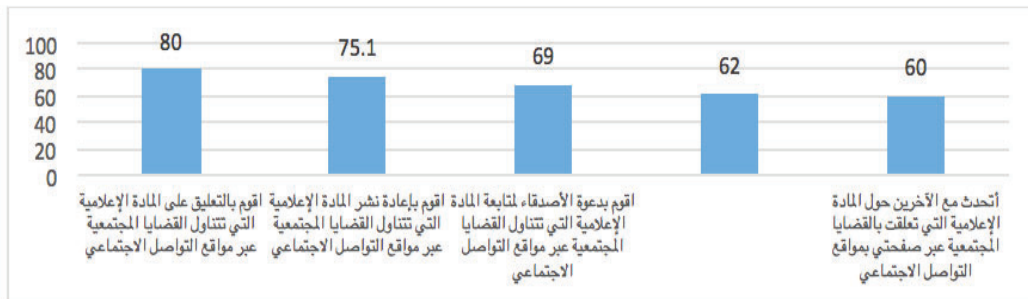
التساؤل الخامس: اتجاهات عينة الدراسة نحو التغطيات الإعلامية للقضايا السياسية الخلافية التي يتم مناقشتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي:



شكل رقم (٨)- اتجاهات عينة الدراسة نحو التغطيات الإعلامية للقضايا السياسية الخلافية التي يتم مناقشتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي

يتضح من الشكل السابق اتجاهات عينة الدراسة نحو التغطيات الإعلامية للقضايا السياسية الخلافية التي يتم مناقشتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وإن برز أن هناك تقارب ما بين التغطيات الإيجابية والسلبية في التقييم، وهو الأمر الذي يتفق مع نتيجة الشكل السابق، من حيث تقييم التغطيات الإعلامية من حيث الاختلاف السياسي على مستوى الوسائل الإعلامية والتي برز إشارة عينة الدراسة بأنها تتقارب ما بين السلبية والإيجابية، لذا كان تقييم طبيعة التغطية متفقاً مع النتيجة السابقة.

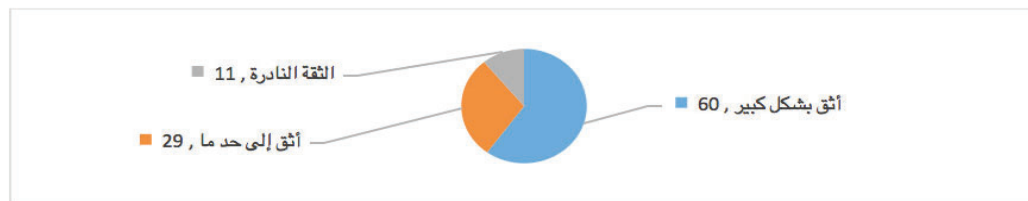
التساؤل السادس: أنماط تفاعل الشباب المصري مع المنشورات المتعلقة بالقضايا الخلاقية عبر صفحات مواقع التواصل الاجتماعي:



شكل رقم (٩)- أنماط تفاعل الشباب المصري مع المنشورات المتعلقة بالقضايا الخلاقية

يتضح من الشكل السابق تنوع أنماط تفاعل عينة الدراسة مع المنشورات المتعلقة بالقضايا الخلاقية عبر صفحات مواقع التواصل الاجتماعي، وهو الأمر الذي يتفق مع نتائج الدراسات السابقة بأن الشباب يقبل على استخدام هذه المواقع بكثافة ويمتلك مهارات التفاعل معها، وجاء في المقدمة القيام بالتعليق على المادة الإعلامية التي تتناول القضايا المجتمعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي بوزن ٨٠ درجة، تلاه في الترتيب الثاني القيام بإعادة نشر المادة الإعلامية التي تتناول القضايا المجتمعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي بوزن ٧٥,١ درجة، ثم في الترتيب الثالث القيام بدعوة الأصدقاء لمتابعة المادة الإعلامية التي تتناول القضايا المجتمعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي بوزن ٦٩ درجة، ثم في الترتيب الرابع البحث عن المادة الإعلامية عبر منصات القنوات على المواقع والاحتفاظ بها بوزن ٦٢ درجة، وأخيراً التحدث مع الآخرين حول المادة الإعلامية التي تعلقت بالقضايا المجتمعية بوزن ٦٠ درجة.

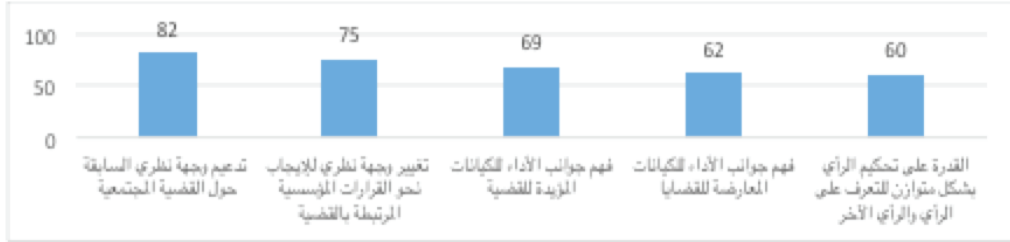
التساؤل السادس: درجة ثقة عينة الدراسة الميدانية في المعلومات السياسية الخلاقية التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي:



شكل رقم (١٠)- درجة ثقة عينة الدراسة الميدانية في المعلومات السياسية الخلاقية التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي

يكشف الشكل السابق عن ارتفاع مستوى ثقة عينة الدراسة في المعلومات السياسية التي لها طابع خلافي والمقدمة عبر صفحات مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة ٦٠٪، تلاه الثقة إلى حد ما بنسبة ٢٩٪، وأخيراً الثقة النادرة بنسبة ١١٪، ويتضح ارتفاع مستوى الثقة بشكل عام وهو ما يتفق مع ما تم توضيحه من نتائج الدراسات السابقة.

التساؤل السابع: أبرز تأثيرات التغطيات الإعلامية للقضايا المجتمعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي:



رقم (١١)- أبرز تأثيرات التغطيات الإعلامية للقضايا المجتمعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي

يكشف الشكل السابق عن أبرز تأثيرات التغطيات الإعلامية للقضايا المجتمعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وجاء في المقدمة تدعيم وجهات النظر الخاصة بهم حول القضايا المجتمعية المشاركة بوزن ٨٢ درجة، تلاه فهم الأداء الحكومي الرسمي بشكل أفضل بوزن ٧٥ درجة، ثم فهم جوانب الأداء للكيانات المؤيدة للقضايا المجتمعية والكيانات المعارضة بوزن ٦٩ و ٦٢ درجة على التوالي، وأخيراً القدرة على تحكيم الرأي بوزن ٦٠ درجة.

نتائج فروض الدراسة:

-الفرض الرئيسي الأول: يؤثر مستوى إدراكهم لمفهوم الاختلاف على تعزيز سلوكياتهم السياسية والتفاعل مع المنشورات السياسية الخلافية عبر مواقع التواصل الاجتماعي. يكشف التحليل الإحصائي عن وجود أثر ذي دلالة إحصائية بين مستوى إدراكهم لمفهوم الاختلاف على تعزيز سلوكياتهم السياسية والتفاعل مع المنشورات السياسية الخلافية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وبلغ معامل التحديد (٠,٤٤٤٢٢)، وهذا يعني أن المتغير المستقل (إدراك مفهوم الاختلاف) يفسر حوالي ٤٤٪ من التغيرات التي تحدث من حيث تعزيز سلوكياتهم السياسية والتفاعل مع المنشورات السياسية الخلافية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ويؤكد على معنوية هذا التأثير أن قيمة P- Value أقل من ٠,٠٥، وبلغت قيمتها (٠,٠٠٦)، وكانت قيمة ف (٣,٤٠٨)، وكانت معادلة الانحدار الخطي البسيط:

$$Y = 77,156 + 0,162 * X$$

وهو ما يعني أنه كلما مستوى إدراك عينة الدراسة الإيجابي لثقافة الاختلاف السياسي الإيجابية لدى عينة الدراسة بدرجة واحدة يؤدي ذلك إلى رفع تحقق السلوك التفاعلي الإيجابي عبر مواقع التواصل الاجتماعي بمقدار (B=٠,١٦٢)، وباستخدام تحليل الارتباط بيرسون تبين وجود علاقة طردية القوة نوعاً ما بين كلا المتغيرين حيث كانت قيمة معامل الارتباط (٠,٤٣٣) وذلك عند مستوى معنوية (٠,٠٠٠).

-الفرض الرئيسي الثاني: يؤثر مستوى إدراكهم لعائد الاختلاف السياسي على المجتمع في تعزيز سلوكياتهم السياسية عند التفاعل مع المنشورات السياسية الخلافية عبر المواقع. يكشف التحليل الإحصائي عن وجود أثر ذي دلالة إحصائية بين مستوى إدراكهم لعائد الاختلاف السياسي على المجتمع في تعزيز سلوكياتهم السياسية عند التفاعل مع المنشورات السياسية الخلافية عبر المواقع، وبلغ معامل التحديد (٠,٥١٢٢).

(=)، وهذا يعني أن المتغير المستقل (إدراك عائد الاختلاف السياسي على الدولة) يفسر حوالي ٥١% من التغيرات التي تحدث من حيث تعزيز سلوكياتهم السياسية والتفاعل مع المنشورات السياسية الخلافية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ويؤكد على معنوية هذا التأثير أن قيمة P- Value أقل من ٠,٠٥، وبلغت قيمتها (٠,٠٤)، وكانت قيمة ف (٤,١٠١) وكانت معادلة الانحدار الخطي البسيط:

$$\text{تعزيز السلوك التفاعلي السياسي } Y = 88,156 + 0,182 * X$$

وهو ما يعني أنه كلما مستوى إدراك عينة الدراسة الإيجابي لعائد ثقافة الاختلاف السياسي الإيجابية لدى عينة الدراسة على الدولة في تقدمها ونهضتها بدرجة واحدة يؤدي ذلك إلى رفع تحقق السلوك التفاعلي الإيجابي عبر مواقع التواصل الاجتماعي بمقدار (B=0,182)، وباستخدام تحليل الارتباط بيرسون تبين وجود علاقة طردية القوة نوعاً ما بين كلا المتغيرين حيث كانت قيمة معامل الارتباط (0,33) وذلك عند مستوى معنوية (0,000).

مقترحات الدراسة:

يتضح من نتائج الدراسة أن الشباب بشكل عام يميل نحو ثقافة الاختلاف الإيجابي وعدم الصراع، بشكل عام في حياتهم اليومية أو في متابعته للقضايا السياسية، وهو المناخ الإيجابي الذي يتطلب معه توسيع هوامش الحريات العامة، والتأكيد على حق الاختلاف بين البشر، والتعددية السياسية، وهو الأمر الذي لابد من ترجمة ذلك على المستوى القانوني والتشريعي، وعلى مستوى تطبيق النصوص القانونية والتشريعية، حيث الشروع بالعمل الجاد للقضاء على مظاهر العنف واللاتسامح على المستويين الرسمي والشعبي، وهذا يتطلب محاربة الأسباب التي أنتجت تلك المظاهر السياسية كانت أو اقتصادية أو اجتماعية أو ثقافية، وهو الأمر الذي يتحقق من خلال تكاتف مؤسسات الدولة كلا يقوم بدوره في ذلك، أما عن الأدوار المنوطة من كل جهة، فهي كما يلي:

-ترسيخ دور الأسرة المترابطة في بناء المجتمع: يتم تفعيل دور الأسرة والتنشئة الاجتماعية لتعزيز قيم التسامح لجيل قادر على التعايش وبناء جسور المحبة والسلام، وبناء مجتمع متسامح ومتفهم ويقبل الآخر ويحترم التعددية الثقافية عبر استغلال التحول الرقمي وتطوير البرامج التفاعلية المتنوعة الرياضية والمعرفية والفنية وغيرها، وإطلاق استراتيجيات إعلامية لإيصال رسالة التسامح الأكبر شريحة ممكنة.

كما يجب تفعيل دور مراكز التنمية الأسرية وغيرها من الجهات والمنظمات والمراكز ذات العلاقة، من أجل تنظيم الأنشطة والفعاليات والمهرجانات، المرتبطة بدور المرأة والأسرة، في نشر قيم التسامح في المجتمع والعالم، وكذلك بناء الشراكات وتوحيد جهود المهتمين بقضايا الأسرة من مختلف المؤسسات والجهات في القطاع الحكومي مثلما هناك اهتمام بقضايا الطفل والأسرة والمرأة وتنظيم الأسرة وغيره من الأفكار الاجتماعية التي تبنتها الدولة لأجل تحسين الأسرة وأوضاعها.

يقترح أن يكون هناك برامج ومشروعات مستدامة تهدف إلى زيادة الوعي ونشر ثقافة التسامح لدى أسر المجتمع المصري خاصة في ظل ما يتمتع به المجتمع المصري من الترابط والمحبة، وإن ظهرت العديد من مظاهر الاختلاف والتفكك الأسري، وبالتالي هناك الحاجة المجتمعية الملحة لتعزيز وبث روح التسامح في الأسرة والمجتمع، وذلك عبر تعزيز دور المراكز المجتمعية ومراكز التنمية الأسرية في تعزيز قيم التسامح، وأن يكون هناك تعزيز الوعي المجتمعي بمنظومة

قيم التسامح في مجال الأمومة والطفولة.

ويبرز دور الإعلام في تعزيز الرسائل الإيجابية للأسرة والمجتمع حول التسامح واحترام التنوع، ويُعد واجبًا على الإعلام المصري بشكل خاص التعريف بثقافات الآخرين والدعوة للانفتاح عليها والتعامل معها بحكمة وإنسانية، وبناء قناعات لدى المجتمع المصري بأن التعددية والتنوع في خصائص السكان هما مصدر عزم وقوة للمجتمعات البشرية.. وتنمية قدرات المجتمع المصري على الحوار الصادق والعمل المثمر مع بعضهم البعض، من أجل نبذ التطرف والتشدد وتحقيق الرخاء والحياة الكريمة، في كل مكان، فعلى الإعلاميين أن يكونوا أكثر إدراكًا لأهداف الدولة وأكثر قدرة على أداء أدوارهم المهمة في خدمة المجتمع والإنسان.

-التوعية المجتمعية عبر أليات مختلفة تتمثل فيما يلي:

١. إن التربية والتثقيف الحزبي، يساهم بشكل رئيسي في توليد مظاهر اللاتسامح السياسي، ومن أجل توسيع دوائر التسامح، لابد من القضاء على كافة أشكال التعصب الحزبي السياسي، وأشكال التحريض ضد المختلف سياسيا.
٢. توظيف الخطاب الديني في تعميم ثقافة وقيم التسامح وحق الاختلاف الإيجابي، والدعوة لنبذ كافة أشكال التحريض ضد المختلف، ونبذ التشدد والتطرف العقائدي.
٣. توجيه وسائل الإعلام المختلفة، واستثمارها بشكل أمثل، لتنمية رأي عام مضاد للنزعات المتشددة أيا كان نوعها، من خلال نشر فن الحوار والقبول بالاختلاف، ومحاربة كافة مظاهر التعصب وأشكال التمييز، ونقد وتصويب أداء السلطات باتجاه الحفاظ على حقوق الإنسان.
٤. عقد الندوات والمحاضرات وورش العمل حول كيفية إعادة بناء الشخصية المصرية على أساس التسامح واحترام الرأي الآخر، وإعادة صياغة المجتمع المصري، على أسس ديمقراطية قائمة على المساواة والعدل وتقبل الآخر وعدم التمييز، وأن يكون هناك تفعيل جيد لكافة المنصات الالكترونية إلى جانب الإعلام التقليدي في التوعية المجتمعية بثقافة التسامح وحق الاختلاف، بأن يكون هناك صفحات عبر مواقع التواصل الاجتماعي التي ثبت أنها الأعلى تفاعلاً من قبل الجمهور المصري تساعد على رفع الوعي بثقافة التسامح، ورصد ونشر الوعي ضد أي مظاهر تعصب وكراهية، في إطار تأسيس فكرة حق الاختلاف الإيجابي البناء للمجتمع.

وعن دور المؤسسة التعليمية، يقترح أن يكون هناك مناهج تعليمية تتعلق بدراسة حقوق الإنسان مما يتطلب تحليل البرنامج التعليمي والمنهج وتزويد المعلمين سواء التعليم الأساسي أو الجامعي بها، وأن يكون هناك تنوع في طرق تدريس ثقافة التسامح وحق الاختلاف، كتدريب الطالب على مواجهة المشكلات والقضايا الرئيسية التي تقف عائقًا أمام التسامح في بعض القضايا الخلافية، عبر اتباع آلية تبدأ بتحديد المشكلة وجمع المعلومات عنها وجدولتها وعرضها بغية الوصول إلى النتائج ومعرفة الآثار المترتبة عنها وإعادة تقويم الحلول الممكنة.

أما عن تعزيز دور المؤسسات الحكومية لأجل نشر ثقافة الاختلاف السياسي الإيجابية، بأن تسعى الحكومة لنشر قيم ومبادئ التسامح والوسطية وقبول الآخر ونبذ العنصرية والتطرف، عبر سن التشريعات والقوانين ووضع المؤشرات الوطنية إلى جانب الاستعانة بالمؤشرات الدولية، وتطوير آليات العمل في مختلف المؤسسات الحكومية، وتشجيعهم على مؤاممة وتطوير سياساتهم ومنظومة خدماتهم سعياً نحو خلق مؤسسات تتميز بتسامحها واحترامها للتعاضد والتعددية.

ويختص بهذا المجال بالعاملين في الوزارات والدوائر والمؤسسات بهدف زيادة الوعي ونشر ثقافة التسامح في آليات عملهم وممارساتهم اليومية، عبر إشراكهم في مجموعة من الفعاليات والأنشطة التي تتلاءم مع طبيعة عملهم تتسم بالثراء والمتعة والفائدة ولا تتطلب إضافة أعباء وظيفية، بل تسهم في تطوير منظومة مهاراتهم الوظيفية والحياتية، كما يسهم في أن تتميز المؤسسات بتسامحها واحترامها للتعايش والتعددية وتعزيز المقدرة على الابتكار الذي يجلبه التنوع.

ويتضمن التوجه العام للحكومة بخصوص هذه الجزئية، زيادة الوعي ونشر ثقافة التسامح في آليات العمل والممارسات اليومية للموظفين، وأن تكون مؤسسات القطاع الحكومي نموذج يحتذى به بتسامحها واحترامها للتعايش والتعددية وتعزيز المقدرة على الابتكار وتوظيف التنوع الثقافي لبث روح التسامح في المجتمع، وأن يكون هناك اهتمام بمؤشرات ومقاييس وأبحاث للتسامح وقياس التسامح في المؤسسات من خلال الجوائز والبرامج الوطنية المستدامة في التسامح.

أما عن تعزيز التسامح لدى الشباب ووقايتهم من التعصب والتطرف:

يتم تفعيل دور الشباب في مختلف مجالات العمل الإنساني والاهتمام بدورهم في تعزيز قيم التسامح والتعايش، ووقايتهم من التعصب والتطرف، وتمكينهم للمساهمة في صناعة المستقبل المشرق، حيث التركيز على تمكين وتأهيل جيل جديد من الشباب كي يكونوا طاقة إيجابية تسهم في نشر قيم التسامح والتعايش بالاعتماد على ركائز أهمها: نشر قيم التسامح والتعايش للأفراد والأسر والمجتمعات، وأن تعزيز قيم التسامح ومسؤولية الجميع، وتحفيز الشباب من أجل تحقيق الخير والرخاء في المجتمع وتوعيتهم بمخاطر التطرف والتشدد، ودعم قدراتهم على مواجهته.

وقد اتجهت الدولة نحو إعلاء قيمة الشباب بإعداد منتدى الشباب العالمي في شرم الشيخ والذي يضم الشباب من مختلف دول العالم، ويتضمن التأكيد على ثقافة الترابط والتسامح وتبادل الثقافي، وتعميق الشعور والاعتزاز لدى الشباب بمختلف فئاته، وإتاحة الفرصة أمام الشباب للمشاركة الفاعلة في تنمية المجتمع، وجعل التسامح والتعايش مجالاً للريادة المجتمعية والعمل الخدمي العام، بل وجعلها كذلك، مجالاً للإبداع والابتكار والمبادرة في ربوع الوطن كله، إلى جانب التأكيد على مكانة «المسؤولية المجتمعية» باعتبارها عنصراً مهماً في نشر السلام والتقدم في الدولة.

أما على صعيد المقترحات البحثية:

- إعداد دراسات تتبعية ميدانية وتحليلية لتطور مفهوم الاختلاف، لأنه بطبيعته كمفهوم يتأثر بالتغيرات التي تحدث بالبيئة سواء على النظم التعليمية أو السياسية أو الاقتصادية وغيره.
- أن يكون هناك دراسات تحليلية لكافة وسائل الإعلام ما بين التقليدية والحديثة، وذلك لأن الاهتمام منصب على مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيراته ولكن هناك إغفال لدور الإذاعة والصحف، فضلاً عن تحليل كافة صفحات مواقع التواصل الاجتماعي وعدم التركيز على موقع الفيس بوك في المقدمة.

المراجع:

1. عزام أبو الحمام. تأثير العوامل السياسية والاجتماعية والاقتصادية على صحافة الإنترنت العربية: من وجهة نظر المحررين. رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة الشرق الأوسط: كلية الإعلام، 2011). ص 79.
2. سميرة بلعربي. الصراع السياسي في الجزائر من خلال الصحافة الفرنسية: دراسة مقارنة بين يوميتي Figaro Le و Libération
3. من 13 جانفي «يناير» 1992 إلى 15 أفريل «أبريل» 1999. المجلة العربية للإعلام والاتصال. الجمعية السعودية للإعلام والاتصال. العدد 17. مايو 2017. ص 379
4. إبراهيم عثمان. النظرية المعاصرة في علم الاجتماع. (عمان: دار الشروق، 2008). ص 188.
5. الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء (سبتمبر 2017) الكتاب الإحصائي السنوي.
6. <http://www.alexa.com/topsites/countries/EG>. accessed in: 30/12/2020
7. الدراسات في هذا السياق:
- أميرة إسماعيل خالد (2017) « دوافع استخدام الجمهور المصري لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة»، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام. قسم الإذاعة والتلفزيون).
- محمد فتحي توفيق الصائغ (2015) « استخدامات الشباب المصري لموقع اليوتيوب YouTube والإشباع المتحققة منها»، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون).
- هشام سعيد فتحي عمر البرجي (2015) «تأثير استخدام شبكات التواصل الاجتماعي عبر الإنترنت على العلاقات الاجتماعية للأسرة المصرية»، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون).
- دعاء حامد الغوايبي (2014) دور مواقع التواصل الاجتماعي في إدراك المرأة المصرية لحقوقها: دراسة ميدانية، المؤتمر العلمي الدولي العشرون بعنوان «مستقبل الإعلام المصري في ظل الدستور 2014»، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 22-23 يونيو، ص ص 279: 351.
- خالد عبده (2014) «علاقة الشباب الجامعي بمواقع الإعلام البديل على الانترنت» رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون).
- نرمين زكريا خضر (2009) «الآثار النفسية والاجتماعية لاستخدام الشباب لمواقع الشبكات الاجتماعية- دراسة علي مستخدمي مواقع الفيس بوك»، ورقة بحثية مقدمة إلى مؤتمر الأسرة والإعلام وتحديات العصر، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 15-17 فبراير.
- محمود حمدي عبد القوي (2009) «دور الإعلام البديل في تفعيل المشاركة السياسية لدى الشباب، دراسة تطبيقية على الشبكات الاجتماعية الافتراضية، ورقة بحثية مقدمة إلى مؤتمر الإعلام والإصلاح والواقع والتحديات، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 7-9 يوليو.
- مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار (2010) «الإعلام الإلكتروني في مصر.. الواقع والتحديات»، تقرير شهري يصدر عن مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار- مجلس الوزراء المصري، السنة الرابعة، العدد 38، ص 4.
- أميرة إسماعيل خالد (2017) « دوافع استخدام الجمهور المصري لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة»، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام. قسم الإذاعة والتلفزيون).
8. Tanja Bosch (2108) « Digital Media and Political Citizenship: Facebook and Politics in South Africa».

Perspectives on Political Communication in Africa. Pp 145-158

9. هناء قيصران (2017) « تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الثقافة السياسية -دراسة تطبيقية على عينة من تلاميذ ثانوية شكري محمد ببلدية طولقة-» في: مجلة الفكر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خضير بسكرة، العدد السادس عشر، ديسمبر، ص 346: 368.
10. أميمة أحمد رمضان (2018) «تعرض الشباب الجامعي للمضامين الساخرة على مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بتشكيل معارفهم واتجاهاتهم نحو قضايا المجتمع المصري : دراسة تطبيقية»، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة المنيا: كلية التربية النوعية، قسم الإعلام التربوي).
11. محمد نبيل الألفي. إدماج الشباب في الحكم من خلال تفعيل مشاركتهم بالعمليات الانتخابية المختلفة: دراسة ميدانية. في: المؤتمر السنوي الأول لشباب الباحثين بعنوان «رؤية شباب الباحثين لمستقبل مصر». المركز العربي للبحوث والدراسات. وزارة الشباب والرياضة. 13-14 ديسمبر 2014.
12. ياسمين محمد إبراهيم (2018) «استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بالاتجاه نحو اداء الحكومة»، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم العلاقات العامة والإعلان).
13. ريم الجابري أحمد. العلاقة بين استخدام موقع التواصل الاجتماعي «تويتر» ومستوى الوعي السياسي لدى الشباب المصري. رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة القاهرة: كلية الإعلام. قسم الإذاعة والتلفزيون. 2017).
14. عبد الله حميد العنزى (2014) «دور وسائل الإعلام الكويتية في تعزيز الثقافة السياسية لدى الشباب الكويتي» رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة الشرق الأوسط: قسم الإعلام) ص 74-79.
15. محمد رضا محمد (2007) «علاقة التعرض للصحافة المطبوعة والإنترنت بمستوى المعرفة السياسية للشباب المصري» رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الصحافة) ص 214.
16. إنجي محمد بركة (2013) «دور البرامج الحوارية التلفزيونية في دعم المشاركة السياسية للجمهور المصري» رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون) ص 302.
17. إيمان السيد جمعة (2016) «دور المواقع الاجتماعية في تنمية الوعي السياسي والاتجاهات نحو الأحداث الجارية لدى شباب المصريين المغتربين بالدول العربية» رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة المنصورة: كلية التربية النوعية، قسم الإعلام التربوي) ص 348-362.
18. Trevor Diehl, Brian E Weeks, Homero Gil de Zúñiga. «Political persuasion on social media: Tracing direct and indirect effects of news use and social interaction». *New Media & Society*, 2016, Vol. 18(9) pp.1875-1895.
19. وريا روستم، مرجع سابق، ص 157.
20. Martin Kimberly (2008) «The Effects of Social Networking Websites and Youth Voter Participation» Paper Presented at the Annual Meeting of the APSA 2008 Annual Meeting, Hynes Convention Center, Boston, Massachusetts. P2.
21. Madeline Storck (2011) «The Role of Social Media in Political Mobilisation: A Case Study of the January 2011 Egyptian Uprising» Unpublished Ma Thesis, University of St Andrews, Scotland. P32.
22. طه نجم، وأنور الرواس (2011) «العلاقة بين تعرض الشباب العماني لوسائل الإعلام الجديدة ومستوى المعرفة السياسية»، مجلة دفاثر السياسة والقانون، (سلطنة عُمان، جامعة السلطان قابوس، العدد الرابع).

23. Jeffery Ghannam, social media in the Arab world, Center for international media association. A Report to the Center for International Media Assistance, February 3, 2011.
24. عماد الدين أحمد جابر (2015) «دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الشباب العربي نحو الثورات العربية: دراسة ميدانية»، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة. العدد الخمسون، يناير/ مارس، ص 153: 234.
25. جيهان حسن أمين حسن (2014) «دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي: دراسة حالة لشباب ثورة 25 يناير»، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة: معهد الدراسات والبحوث التربوية)
26. داليا أحمد عاصم (2014) «ثقافة الفضاء الافتراضي ورأس المال الاجتماعي دراسة استطلاعية لأليات التفاعل الاجتماعي على موقع الفيس بوك»، رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة الإسكندرية: كلية الآداب، قسم الاجتماع).
27. أحمد حموده (2013) «دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية»، رسالة ماجستير غير منشورة، (القاهرة: معهد الدراسات والبحوث العربية، قسم الدراسات الإعلامية).
28. (Nagwa Elgazzar.) 2013(“The role of social media networks in enhancing political change amongst Adolescents in Egypt”: a survey, sterling International journal of postgraduate research, Vol, 1.No,2,.
29. Alberto Ardèvol-Abreu, Catherine M Hooker, Homero Gil de Zúñiga (May2018) «Online news creation, trust in the media, and political participation: Direct and moderating effects over time». The Sage Journals, Vol. 19, Pp 577-594.
30. Tanja Bosch.Op. Cit.
31. بسمة على يحيى (2017) «الممارسات التفاعلية للإعلام الجديد وعلاقتها بسلوكيات الشباب المصري»، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة المنصورة: كلية الآداب. قسم الإعلام).
32. نورهان رجب أحمد حسن (2017) «تأثير استخدام الشباب المصري لمواقع التواصل الاجتماعي على مشاركتهم السياسية»، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة كلية الإعلام. قسم الإذاعة والتلفزيون).
33. سمر فاروق محمود (2015) «استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بمستوى مشاركتهم السياسية: دراسة ميدانية»، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة بورسعيد، كلية التربية النوعية، قسم الإعلام التربوي).
34. (Joanne Waitoa, Regina Scheyvens, Te Rina Warren,(2016) « Political persuasion on social media: Tracing direct and indirect effects of news use and social interaction». New Media & Mociety, Vol. 18(9)pp 1875-1895.
35. Alcides Velasquez.) January 2014(” Youth collective activism through social media: The role of collective efficacy”. New Media & Society, Vol.14.
36. هشام رشدي محمود علي خير الله (2013) «معالجة الصحافة الإلكترونية لقضايا الفساد في المجتمع المصري وتأثيرها على المشاركة السياسية للشباب الجامعي»، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة المنصورة: كلية التربية النوعية، قسم الإعلام).
37. ياسمين محمد إبراهيم (2014) «الاتصال التفاعلي من خلال مواقع الشبكات الاجتماعية وعلاقتها برأس المال الاجتماعي»، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم العلاقات العامة والإعلان).

38. (Matthew J. Kushin & Masahiro Yamamoto.) 2009("Did social media matter? college students, use of online media and political decision making in the 2008 election", paper presented to association for education in journalism & mass communication(Boston, USA,).
39. (Moran, Christian T.) 2013(«Understanding Wisconsin Legislators» Use of Social Media,» Theses and Dissertations, Paper 299.
40. Di Grazia J, Mc Kelvey K, Bollen J, Rojas F.) 2013 (" More Tweets, More Votes: Social Media as a Quantitative Indicator of Political Behavior". PLOS ONE ,8 (11)
41. Bryan Boroughs (2010) «Social Networking Websites and Voter Turnout» Unpublished Ma Thesis, Department of Public Policy and Policy Management, Faculty of Arts and Sciences, Georgetown University. P4.
42. Josh Pasek, Kate Kenski, Daniel Romer and Kathleen Jamieson (2006) «Americas Youth and Community Engagement: Mass Media Use, Civic Activity, and Political Awareness in 14- To 22-Year-Olds» Communication Research, The Sage Journals, Vol. 33, No. 3. Pp115-135.
43. Dietram A. Scheufele, James Shanahan and Sei-Hill Kim, Op. Cit., P430.
44. Loren Rullman, Op. Cit., P28.
45. Alex Afouxenidis) 2014("Social Media and Political Participation: An Investigation of Small Scale Activism in Greece Advances in Applied Sociology, Vol.4, No.1, pp1-4 online: (<http://www.scirp.org/journal/aasoci>)
46. Leticia Bode, Emily K. Vraga, Porismita Borah & Dhavan V. Shah.) 2014 ("A New Space for Political Behavior: Political Social Networking and its Democratic Consequences". Journal of Computer-Mediated Communication, Vol.19, pp.414-429.
47. T.A. Indina (2014("Social media communication effects on user's behavior change". Personality and Individual Differences, April, Vol, 60.
48. Homero Gil De Zuniga, Logan Molyneux & Pei Zheng.) 2014("Social Media, Political Expression, and Political Participation: Panel Analysis of Lagged and Concurrent Relationships". journal of communication, August, Vol,64, Issue 4,pp 612-634.
49. Michael Xenos, Ariadne Vromen and Brian D. Loader.) 2014("The great equalizer? Patterns of social media use and youth political engagement in three advanced democracies". Information, Communication & Society, Vol. 17, No.2, pp 151-167.
50. Lloyd George Waller ."Political Participation in Jamaica: The Use of Facebook to "Cure" the Problem of Political Talk Among the Jamaican Youth". SAGE,2013 .avlibale on: sagepub.com
51. (Carlson, Matt & Ben- Potath, Eram.) 2012 ("The People's Debate» the CNN/ YouTube Debates and the Demotic Voice in Political Journalism", Journalism Practice, Vol 6, No 3, pp 302-316.
52. (Lev- On, Azi.) 2012 ("YouTube Usage in Low- Visibilty Political Campaigns". Journal of Information

- Technology and Politics, Vol 9, No 2, Pp 205-216.
53. Gulati, Girish J. & Williams, Christine B.) 2010 ("Congressional Candidates' Use of YouTube in 2008 Its Frequency and Rationals". Journal of Information Technology and Politics, Vol 7, No 2-3, Pp 93-109.
54. Klotz, Robert J.) 2010 ("The Sidetracked 2008 YouTube Senate Campaign". Journal of Information Technology and Politics, Vol 7, No 2-3, Pp. 110-123.
55. Stuart Bender.) 2017 ("Happy to provide the knives": Governmentality and threats of violence via social media in the case of Roosh V and Return of Kings, First Monday, Vol 22, No. 3-6.
56. Qin, Bei; Stromberg, David; Wu, Yanhui.) 2017 («Why Does China Allow Freer Social Media? Protests versus Surveillance and Propaganda», The Journal of Economic Perspectives, Vol. 31, No. 1, Pp. 117-140.
57. إيمان محمد أحمد سعيد (2016) «التوظيف السياسي لتراكيب الصورة الفوتوغرافية (الفوتومنتاج) في شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيراتها على الشباب الجامعي»، رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الصحافة)
58. ميرال مصطفى عبد الفتاح (2017) «التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بمستويات الإغتراب السياسي لدى الشباب المصري» في: المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الخامس، يناير/ مارس، ص ص 173: 232.
59. محمود جمال سيد عبد الرحمن. « دور المواقع الإلكترونية للصحف والقنوات الفضائية الإخبارية في إمداد الجاليات المصرية بالمعلومات حول الأحداث السياسية في مصر»، رسالة دكتوراه غير منشورة. (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، 2015)
60. شريف محمد نبيل مصطفى (2015) « المعالجة الإعلامية لأحداث العنف وتأثيرها على الأزمت الاقتصادية بعد الثورة»، رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون)
61. غادة عبد التواب اليماني (2015) «التأثيرات المعرفية والتذكيرية للفيديوهات الصحفية المصاحبة للأحداث الإرهابية» في: المجلة العلمية لبحوث الصحافة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الثاني، إبريل/ يونيو، ص ص 111: 180.
62. هدير أحمد محمد طه (2015) «أطر معالجة القنوات الإخبارية لأحداث العنف السياسي في مصر» دراسة تحليلية مقارنة «، رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة حلوان: كلية الآداب، قسم الإعلام، شعبة الإذاعة والتلفزيون)
63. فتحي محمد شمس الدين (2014) «معالجة القضايا السياسية في الأفلام السينمائية العربية المقدمة على الفضائيات المتخصصة وإدراك الشباب المصري لمفهوم الديمقراطية»، رسالة دكتوراه غير منشورة. (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون)
64. عبد الله ممدوح مبارك العود (2012) «دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين»، رسالة ماجستير منشورة. (جامعة الشرق الأوسط: كلية الإعلام).
65. حاتم محمد عاطف (2006) «هل تهدد الإنترنت سيادة الدولة أم تعمل على تعزيزها: دراسة حالة مصر»، بحث منشور بالمؤتمر (25) للرابطة الدولية لبحوث الإعلام والاتصال (IAMCR)-مجتمع المعرفة للجميع، استراتيجيات الإعلام والاتصال، الجامعة الأمريكية بالقاهرة - 23 28 يوليو.
66. إيمان موسى حسانين موسى (2013) «اتصالات الكلمة الإلكترونية عبر مواقع الشبكات الاجتماعية ودورها في المشاركة السياسية لشباب»، رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة المنصورة: كلية التجارة، قسم إدارة الأعمال).

67. غادة ممدوح سيد أمين(2012) « معالجة العنف في الأفلام العربية والأجنبية بالقنوات الفضائية وعلاقته بالميل العدواني لدى الشباب المصري»، رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون).
68. محمد رضا أمين(2011) «التعرض لأخبار العنف والإنفلتات الأمني من التلفزيون والمواقع الإلكترونية وتأثيرها على انفعالات الخوف لدى الجمهور المصري»، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة. العدد الثامن والثلاثون، يوليو- ديسمبر، ص ص 37: 95.
69. عبد الرزاق الدليمي(2011) «الفييس بوك والتغير في تونس ومصر»، المؤتمر العلمي عن دور وسائل الاعلام في التحولات المجتمعية في الوطن العربي، كلية الإعلام، جامعة اليرموك، إربد.
70. سهر عثمان عبد الحليم(2006) «علاقة تعرض الشباب للصحافة المطبوعة والإلكترونية باتجاهاتهم نحو ظاهرة الإرهاب: دراسة تحليلية ميدانية»، رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الصحافة).
71. وسام محمد السبع(2009) «معالجة الصحافة لقضايا العنف السياسي في مملكة البحرين، دراسة تحليلية مقارنة لصحيفتي أخبار الخليج والوسط»، رسالة ماجستير غير منشورة. (البحرين: الجامعة الأهلية، كلية الآداب والتربية والعلوم، قسم الإعلام والعلاقات العامة).
72. (Eyal Kare, Metzger, Miriam J,lingsweiler, Ryan -W, Mahcod Yao, Mike.Z) 2006«Aggressive political opinion and exposure to violent Media», Mass communication and society, vol.9, no.4.
73. شيماء ذو الفقار(2006) «الاعتماد على التلفزيون في معرفة أخبار الكوارث وعلاقته بمستوى السخط السياسي لدى الجمهور المصري»، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد السابع، العدد الثاني، يونيو/ديسمبر.
74. Seongyi Yun. « Selective Exposure and Political Polarization of Public Opinion on the Presidential Impeachment in South Korea: Facebook vs. KakaoTalk». KOREA OBSERVER. Vol. 49. No.1 .Spring 2018. pp.137-159
75. ريهام سامي(2015) «دور التلفزيون والمواقع الاجتماعية في تشكيل اتجاهات الرأي العام نحو الجماعات الإسلامية»، رسالة دكتوراه غير منشورة. (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون).
76. أشرف جلال(2015) «أطر المعالجة الإعلامية لظاهرة الإرهاب في الإعلام المصري». دراسات إعلامية. مركز الجزيرة للدراسات.
77. (A.I. On Yekosor) 2014 (” Television Violence and the Propensity for Violent Behavior Among Youths in Tertiary Institutions in Port Harcourt”, Nigeria. New Media and Mass Communication, Vol.21, pp.50-55. Online: www.iiste.org.
78. عايد وريكات وانجود المجالي(2014) «اختبار نظرية الاحتواء في تفسير السلوك المنحرف لدى الأحداث في دور التربية والتأهيل الأردنية»، المجلة الأردنية للعلوم الاجتماعية، المجلد 7، العدد 3.
79. Brahim R.A & Ismail A.I.) 2012(” Media of Crisis: Trusts And Power of Influence of the ICT media”, Fountain Journal of Management and Social Sciences, 1 (2),pp. 29 – 38.
80. Silvia Knobloch-Westerwick& Jingbo Meng.) 2011(“Reinforcement of the Political Self Through Selective Exposure to Political Messages”, journal of communication, Vol, 61, Issue 2, pp. 349–368.
81. Michael Che-ming Chan and Jing Guo.) 2013 (“The Impact of Political Identity, Efficacy and Selective

- Media Exposure on Political Participation: A Comparative Study of Young Adults in the United States and Hong Kong”, Centre for Chinese Media and Comparative Communication Research.
82. Mansoor Moaddel.) 2012 «(The Arab Spring and Egyptian Revolution Makers» Predictors of Participation Population Studies Center Research, Report 12-775.
83. ممدوح عبد الواحد محمد(2012) « شبكات التواصل الاجتماعي والتحولات السياسية في المجتمع المصري: دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجامعي»، ورقة بحثية مقدمة للمؤتمر العلمي الثامن عشر، «الإعلام وبناء الدولة الحديثة»، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
84. Sahar Khamis, Paul B., Gold and Katherine Vaughn.) 2012(«Beyond Egypt’s Facebook Revolution « and Syria’s « YouTube Uprising « Comparing Political Contexts, Actors and Communication Strategies», Arab Media Society , No. 15.
85. Nadine Kassem Chebib and Rabia Minatullah Sohail) 2011(« The Reasons Social Media Contributed To The 2011 Egyptian». In International Journal of Business Research and Management (IJBRM), Vol. 2 ,Issue 3
86. شيما ذو الفقار(2011) «دور وسائل الإعلام الاجتماعية في التعبئة السياسية قبل ثورة 25 يناير»، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد العاشر، العدد الثالث، ص 327:398.
87. ELIZABETH A. MINTON, T. BETTINA CORNWELL and LYNN R. KAHLE, «(2017) A theoretical review of consumer priming: Prospective theory, retrospective theory, and the affective-behavioral-cognitive model», Journal of Consumer Behaviour, J. Consumer Behav., 16:pp 309-321 .
88. Catherine r. squires and sarah j. jackson. Reducing Race: News Themes in the 2008 Primaries. In: International Journal of Press/Politics. Vol 15. No (4). 2010. Pp 375-400
89. Paul R. Brewer et al (2003) «Priming or Framing: Media Influence on Attitudes Towards Foreign Countries», In: International Gazette. Vol 65. No 6. Dec. Pp 492-494.
90. Daniel Stevens., Susan Banducci., Jeffrey Karp and Jack Vowels. (2009) «Media, Priming, and Leadership Evaluations in Britain» Paper presented at the annual meeting of the Midwest Political Science Association 67th Annual National Conference, Chicago, IL, Apr 02, p.4
91. Todd Donovan. Caroline J. Tolbert. Daniel A. Smith. Priming Presidential Votes by Direct Democracy. The Journal of Politics, Vol. 70, No. 4, October 2008, Pp. 1217-1231.
92. Gabriel S. Lenz. Learning and Opinion Change, Not Priming: Reconsidering the Priming Hypothesis. American Journal of Political Science, Vol. 53, No. 4, October 2009, Pp. 821-837
93. Jae Kook Lee., «Exploring effects of knowledge and interest on agenda setting» Paper presented at the annual meeting of the Association for Education in Journalism and Mass Communication, Chicago, IL, Aug (2008), p.6
94. Edwin A. Locke, Theory Building, Replication, and Behavioral Priming Where Do We Need to Go From Here? First Published May 18, 2015 Research Article Available in :<https://journals.sagepub.com/>

doi/abs/10.1177/1745691614567231

95. Ryan clasen, «Information Effects and Campaign Effects: Maximum Effects for Minimum Citizens?» Paper Presented at the Annual Meeting of the APSA 2008 Annual Meeting, Hynes convention center, Massachusetts, Aug 28, (2008), p.11.
96. Wouter van der Brug. Holli A. Semetko. Patti M. Valkenburg. Media Priming in a Multi-Party Context: A Controlled Naturalistic Study in Political Communication. In: Political Behavior. Vol29. 2007. Pp 115-141. Pp 115-141.
97. Jae Kook Lee., «Exploring effects of knowledge and interest on agenda setting» Paper presented at the annual meeting of the Association for Education in Journalism and Mass Communication, Chicago, IL, Aug (2008), p.7.
98. MEREDITH JEAN MORRIS , THE PRIMING EFFECTS OF MEDIA FRAMES IN REGARD TO NEWS IMAGES AND STEREOTYPES HELD BY HISPANIC AUDIENCES, B.S. J. University of Florida, 2006, A thesis submitted in partial fulfillment of the requirements for the degree of Master of Arts in the Nicholson School of Communication in the College of Sciences at the University of Central Florida Orlando, Florida Summer Term 2013. Available in: http://etd.fcla.edu/CF/CFE0004894/MeredithMorris_FinalThesis.pdf
99. آية محمد على. التعرض للبرامج الحوارية التلفزيونية ومواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بمستوى الثقة السياسية لدى الجمهور المصري. رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة القاهرة: كلية الإعلام. قسم الإذاعة والتلفزيون، 2017)
100. محمد عبد الحميد. البحث العلمي في الدراسات الإعلامية. (القاهرة: عالم الكتب. 1997)، ص ص 158-159.
101. تم تكوين المقياس الاقتصادي من إجابات عينة الدراسة على الأسئلة المشار إليها سابقا، حيث تم إعادة تكوين فئات المتغيرات/ الأسئلة الأقل في القيمة بدرجة صفر والمتوسطة القيمة بدرجة 50 والأعلى في القيمة بدرجة 100، ثم استخراج إجمالي المتوسطات الحسابية لهذه المتغيرات الثلاثة وضربها في مائة، للحصول على الدرجة النهائية التي تعطي دلالة على مستوى العينة على المقياس المتبع والمتدرج من (0-100).
102. عاطف عدلي العبد. تصميم وتنفيذ لاستطلاعات وبحوث الرأي العام والإعلام: الأسس النظرية والنماذج التطبيقية. (القاهرة: دار الفكر العربي، 2002).
103. جولي بالانت، ترجمة خالد العامري، التحليل الإحصائي باستخدام برامج «Spss»، ط2، (القاهرة: دار الفاروق للنشر والتوزيع، 2006).
- تمثلت معادلة الانحدار الخطي البسيط: $Y = A + BX$ ، وتفسر المعادلة كما يلي:
- الرمز (y) يعبر عن المتغير التابع.
 - والرمز (X) يعبر عن المتغير المستقل.
 - والرمز (a) يعبر عن قيمة ثابتة Constant
 - والرمز (B) يعبر عن ميل الانحدار γ على المتغير المستقل.
104. راجعت الباحثة ما يلي:
- مخطوطة الجمل - معجم وتفسير لغوي لكلمات القرآن، حسن عز الدين بن حسين بن عبد الفتاح أحمد الجمل،

- (٥٦/٢)، الطبعة الأولى، ٢٠٠٣ - ٢٠٠٨ م، الهيئة المصرية العامة للكتاب، مصر.
- لسان العرب، محمد بن مكرم بن علي أبو الفضل، جمال الدين ابن منظور الأنصاري، (٩٤،٩٠/٩)، (الطبعة الثالثة، ١٤١٤) دار صادر، بيروت.
- وهبة الزحيلي. مفهوم الخلاف النوعي من منظور شرعي. ندوة تطور العلوم الفقهية: النظرية الفقهية. وزارة الأوقاف. سلطنة عمان. 2013. ص 4
- بدور بنت عبد الله المطوع. الخلاف والاختلاف، ضبط المراد، وتحديد المآل: دراسة تأصيلية نقدية. المجلد الرابع من العدد الخامس والثلاثين لحولية كلية الدراسات الإسلامية والعربية للبنات بجامعة الإسكندرية. 2019. العدد 4، المجلد 35. ص 747، متاح على الرابط الإلكتروني: https://bfda.journals.ekb.eg/article_63682_610efa3c906d4b-f9e74730c734b1d399.pdf
- ماهر ياسين فحل الهيبي. أثر اختلاف الأسانيد والمتون في اختلاف الفقهاء. دار الكتب العلمية، بيروت، لبنان. 2009. ص 9.