

معالجة القضايا المجتمعية الجدلية على مواقع التواصل الاجتماعي واتجاهات المستخدمين نحوها

د. سارة حمزة عبد الله السيسي*

ملخص الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى تحديد أكثر القضايا المجتمعية الجدلية ظهورًا على سطح المجتمع، من خلال نوعية القضايا المعروضة على الصفحات عينة الدراسة (صالون التنويريين، سيدات مصر، ثورة المرأة، فتاوى البلد) كما تهدف إلى رصد ردود أفعال المتفاعلين من مستخدمي هذه الصفحات على القضايا الجدلية المعروضة، ومعرفة اتجاه الجمهور المستخدم نحوها، من خلال رصد تعليقات الجمهور عليها وتحليلها. وتنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية، التي اعتمدت على منهج المسح بالعينة، خلال الفترة في الأول من سبتمبر وحتى نهاية شهر نوفمبر في العام ٢٠٢٢م، بواقع (٧٧٢) مضمون. إضافة إلى أول (١٠) تعليقات للقراء على هذه القضايا، باستخدام أداة تحليل المضمون بشقيها الكمي والكيفي

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها تصدر القضايا الدينية الجدلية اهتمام الصفحات عينة الدراسة حيث جاءت في الترتيب الأول بنسبة ٣٣.٨%، بين القضايا الجدلية موضوع الدراسة، وجاء اهتمامهم بقضايا وحقوق المرأة في الترتيب الثاني بنسبة ٢٥.١%، بينما جاءت القضايا الاجتماعية في الترتيب الثالث بنسبة ١٣%، وجاء الاهتمام بالقضايا الحقوقية في الترتيب الرابع بنسبة ١٢.٧%، واحتلت القضايا النفسية المرضية الترتيب الخامس بنسبة ١٢.٤%، بينما جاءت القضايا الاقتصادية في الترتيب السادس والأخير بنسبة ٣%. كما نلاحظ اهتمام صفحة سيدات مصر بنشر الموضوعات الخاصة بالدفاع عن الهوية بما يخدم قضايا المرأة وعدم المساس بحقوقها. وكانت أغلب تعليقات الجمهور سلبية في الترتيب الأول بنسبة ٥٤.٨%، تليها التعليقات المحايدة في الترتيب الثاني بنسبة ٣٩.١%، بينما جاءت التعليقات المؤيدة في الترتيب الثالث بنسبة ٦%.

الكلمات المفتاحية: القضايا المجتمعية الجدلية، اتجاهات المستخدمين، التواصل الاجتماعي

*المدرس بقسم الصحافة والإعلام بكلية الدراسات الإسلامية والعربية بنات - جامعة الأزهر

Addressing controversial societal issues on social media and Users' attitudes towards them

Abstract

This study aims to identify the most controversial societal issues that appear on the surface of society, through the quality of the issues presented on the pages of the study sample (Salon of Enlightenment, Women of Egypt, Women's Revolution, Fatwas of the country) and also aims to monitor the reactions of the interacting users of these pages to the controversial issues presented, and to know the attitude of the audience used towards them, by monitoring and analyzing the comments of the public on them.

This study belongs to the descriptive research, which relied on the sample survey methodology, during the period 1Sept, til 30Nov, in the year 2022, by772 content, in addition to the first 10 comments of readers on these issues, using the content analysis tool in both its quantitative and qualitative aspects.

The study reached several results, the most important of which are that controversial religious issues topped the attention of the pages of the study sample, as they came in first place with 33.8%, among the controversial issues under study, and their interest in women's issues and rights came in second place by 25.1%,also note the interest of the Egyptian Women page in publishing topics related to the defense of identity in a way that serves women's issues and does not prejudice their rights. Most of the public's comments were negative in first place with 54.8%, followed by neutral comments in second place with 39.1%, while favorable comments came in third place with 6%.

Keywords: Controversial societal issues, user trends, Social media

مقدمة

يشهد العصر الحالي كثيراً من التطورات التكنولوجية الهائلة، والتي تزداد مع مرور الزمن تطوراً وتأثيراً في حياتنا ومجتمعنا، حيث نجد أن السمة التي أصبحت مميزة لمجتمعنا الحالي هي التغيير والتطور، ويدرك أفراد المجتمع هذه القيمة المهمة للتغيير والتطور خاصة فيما يتعلق بالمستجدات التكنولوجية، ولما كانت وسائل التواصل الاجتماعي من أبرز المستجدات التكنولوجية والتي أصبحت المصدر الأكبر للحصول على المعلومات والمعارف ولما كانت القضايا المجتمعية من أهم القضايا التي شغلت الرأي العام في الآونة الأخيرة، حيث برزت مشكلة حقيقية في كثير من المجتمعات الإسلامية، بسبب اضطراب العقل الجمعي في بلورة موقفه النهائي من وحدانية الإسلام كمصدر للقيم وأساس لتعريف الهوية وللأسف فإن الجهود التي يقدمها المثقفون الإسلاميون لاترقى لمستوى الصراع الدائر ولا تحدث تأثيرات إيجابية حقيقية في هذا الصدد وفي بعض الأحيان تقدم أطروحات عكسية تهمش دور الإسلام في إعادة تعريف الهوية وقيم المجتمع .

ومن هنا يكتسب البحث أهمية مضاعفة، فهو ليس ترسيخ لمبادئ دينية، بل هو عملية مقاومة أصيلة ولازمة لأكبر عملية تجريف حضاري يتعرض لها العالم الإسلامي كله، خاصة مابعد ثورات الخامس والعشرين من يناير عام ٢٠١١، والثلاثين من يونيو عام ٢٠١٣، حيث سادت الساحة الإعلامية مساحة من الغوغائية أو ما يدعى البعض بأنها نوع من الحرية، سواء كانت تلك الحرية حرية الرأي أو حرية الاتجاه، أو الحرية الأيديولوجية أو السياسية، وما تبع ذلك من تناول العديد من القضايا والموضوعات والمسائل الشائكة اجتماعياً واقتصادياً وسياسياً، التي امتدت لتشمل الجوانب الأخلاقية والدينية، وما نتج عن ذلك التناول من تبادل المواقف والانطباعات والاتجاهات والمصالح وتصاعدت التفاعلات الجدلية بين مؤيدين ومعارضين، معتدلين ومتعصبين، اتجاهات دينية معتدلة واتجاهات متطرفة، ومناقشة كل هذه القضايا عبر مختلف الوسائل الإعلامية ومن بينها وسائل التواصل الاجتماعي.

وربما ساهم في تصاعد هذه المواقف وترقية تلك الاتجاهات استخدام الأساليب والحجج الإقناعية للتدليل على سداد الرأي وسلامة الموقف، مع التأكيد على ضرورة إفساد حجة الخصم، بهدف استدراج المتلقي المستهدف وكسب ثقته وإقناعه بوجهة نظر معينة أو تبني فكر محدد .

ونحن بصدد دراسة القضايا الشائكة سياسياً واجتماعياً وثقافياً ودينيا والتي تحمل جدلاً حديثاً حول دور الدين والمؤسسات الدينية في مصر بما قد يغفل دور مثل هذه النوعية من الصفحات في توجيه مسيرة الرأي العام المصري، بل والعالمي تجاه فكر محدد .

حيث تتبلور مشكلة الدراسة في معالجة القضايا المجتمعية الجدلية على مواقع التواصل الاجتماعي (الفيس بوك) واتجاهات المستخدمين نحوها .

مشكلة الدراسة :-

أسهمت مواقع التواصل الاجتماعي في إحداث تطوراً كبيراً ليس فقط في مجال الإعلام، ولكن في حياة الأفراد على كافة الأصعدة وعملت على تشكيل عالماً افتراضياً يتطور

يوماً بعد يوم، فاتحاً المجال على مصراعيه أمام الأفراد والجماعات والتنظيمات لإبداء آرائهم في مختلف القضايا والموضوعات بحرية غير مسبوقه وفي كثير من الأحيان غير مسئولة، الأمر الذي زاد معه استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وظهر ذلك جلياً على الكثير من الصفحات ذات الطابع الخاص؛ والتي تحمل مضاميناً جدلية مجتمعية، سواءً كانت دينية أو سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية.

ومن هنا يمكن بلورة مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيسي وهو كيف يمكن معالجة القضايا المجتمعية الجدلية

على مواقع التواصل الاجتماعي فيس بوك واتجاهات المستخدمين نحوها ؟

أهمية الدراسة:

تتبع أهمية هذه الدراسة من عدد من المتغيرات والعوامل منها:

أولاً: تستمد هذه الدراسة أهميتها من موضوعها، نظراً لأن موضوع القضايا المجتمعية الجدلية يمكن أن يغير في اتجاه الجمهور بما لا يخدم استمرارية الحفاظ على الهوية الاجتماعية للأمم والشعوب العربية والإسلامية؛ مما ينتج عنه صراع على مستوى الفرد والجماعة، يتبعه في أغلب الأحوال سلوكيات تعمل على تمزيق النسيج الاجتماعي في نهاية الأمر.

ثانياً: أن تحليل تعليقات المستخدمين والذي تراه الباحثة أداة لقياس اتجاه جمهور هذه الصفحات بطريقة غير مباشرة، واستعراض الحلول التي يطرحها مستخدموا هذه المواقع؛ الأمر الذي يعكس واقع المجتمع العربي بصورة أوضح.

ثالثاً: أن هذه الصفحات وما تحويها من قضايا هي في الأساس انعكاس فعلي للمسكوت عنه من قضايا المجتمعات العربية، والتي لم يفصح عنها الغالبية في الواقع، نظراً لعدة أمور: أهمها الخجل، والتخوف من مواجهة المجتمع أو أحد أفراد بصورة علنية بهذه القضايا، والتي تعد خرقاً لكثير من الثوابت في هذا المجتمع.

رابعاً: تعد صفحات التواصل الاجتماعي من أهم أشكال الاتصال الاجتماعي وأبرزها والتي أتاحتها شبكة الإنترنت، وانتشرت انتشاراً واسعاً في الدول العربية والإسلامية، واحتلت مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة موقع فيس بوك face book موقعاً متميزاً ومساحة لا يستهان بها في الوقت الحالي على وجه الخصوص، وأصبح استخدامها من الضروريات اليومية لأفراد المجتمع على اختلاف مستوياتهم التعليمية والاجتماعية.

خامساً: تهتم هذه الدراسة بالبحث في طبيعة القضايا المجتمعية الجدلية المعروضة على مواقع التواصل الاجتماعي " فيس بوك " والتي تعتبر انعكاساً لا يستهان به لواقع المجتمع العربي، واتجاهات الجمهور المستهدف نحوها.

سادساً: تعتبر هذه الدراسة من أولى الدراسات التي تعرضت للقضايا المجتمعية الجدلية على موقع التواصل الاجتماعي " فيس بوك"، كما يتضح من خلال الدراسات السابقة.

سابعاً: أهمية مواقع التواصل الاجتماعي الواضحة، والتي من الممكن - إذا وظفت توظيفاً مناسباً- أن تسهم في إعلاء قيم المعرفة والنقد والمراجعة وحوار الذات، وهي القيم التي ينطلق منها أي مشروع تنموي ثقافي^(١).

أهداف الدراسة:

وتهدف هذه الدراسة إلى:

- ١- تحديد أكثر القضايا المجتمعية الجدلية ظهورًا على سطح المجتمع، من خلال نوعية القضايا المعروضة على هذه الصفحات.
- ٢- التعرف على كيفية معالجة المواقع- محل الدراسة- للقضايا الجدلية المعروضة.
- ٣- التعرف على أهم القضايا المطروحة من خلال هذه الصفحات.
- ٤- التعرف على السلوكيات السلبية التي تنتشرها هذه الصفحات من خلال مضمونها.
- ٥- رصد ردود أفعال المتفاعلين من مستخدمي هذه الصفحات على القضايا الجدلية المعروضة.
- ٦- رصد اتجاه الجمهور المستخدم نحو القضايا الجدلية المطروحة، من خلال رصد تعليقات الجمهور عليها وتحليلها.
- ٧- تحديد العلاقة بين القضايا الجدلية المطروحة من خلال هذه الصفحات ، واتجاه الجمهور نحوها.
- ٨- التعرف على الاستمالات المستخدمة في الرسائل المقدمة بالقضايا الجدلية المطروحة بالصفحات محل الدراسة .

تساؤلات الدراسة :-

- ١- مانوعية المادة المنشورة من حيث الشكل في معالجة القضايا المجتمعية الجدلية على الصفحات عينة الدراسة؟
- ٢- ماالقالب الفني الخاص بالمتشور النصي الخاص بالقضايا المجتمعية الجدلية في الصفحات عينة الدراسة ؟
- ٣- ما عناصر الإبراز المصاحبة للمتشور النصي الخاص بالقضايا المجتمعية الجدلية في الصفحات عينة الدراسة ؟
- ٤- هل استمالات الإقناع المستخدمة في معالجة القضايا المجتمعية الجدلية على الصفحات عينة الدراسة منطقية أم عاطفية أم تجمع بين الاستمالتين ؟
- ٥- مااتجاه المعالجة نحو القضايا المجتمعية الجدلية على الصفحات عينة الدراسة ؟
- ٦- ماالهدف المستخدم في معالجة القضايا المجتمعية الجدلية على الصفحات عينة الدراسة ؟
- ٧- مناطق التغطية الخاصة بالمادة المنشورة عن القضايا المجتمعية الجدلية بالصفحات عينة الدراسة؟
- ٨- ماطريقة عرض المضمون المقدم حول القضايا المجتمعية الجدلية على الصفحات عينة الدراسة ؟
- ٩- هل اتجاهات الجمهور المستخدمين نحو القضايا المجتمعية الجدلية بالصفحات عينة الدراسة مؤيداً للقضية أم معارضاً لها ؟

الدراسات السابقة :-

قسمت الباحثة محاور الدراسات السابقة إلى محورين

١- أدوار وسائل الإعلام الاجتماعي وتأثيراتها المجتمعية :-

٢- تناول وسائل الإعلام للقضايا الجدلية :-

أولاً:- دراسات تتعلق بأدوار وسائل الإعلام الاجتماعي وتأثيراتها المجتمعية:-

١- دراسة فاطمة الزهراء أمير النجار (٢٠٢٠)^(٧)، بعنوان " أطر معالجة النخبة الالكترونية المصرية على شبكتي فيس بوك وتويتر للقضايا المجتمعية - دراسة تحليلية"، حيث استهدفت الدراسة التعرف على أطر معالجة النخبة الالكترونية المصرية على شبكتي فيس بوك وتويتر للقضايا المجتمعية في ضوء نظرية تحليل الإطار الإعلامي من خلال التعرف على مصادر وأهداف محتوى حسابات النخبة الالكترونية المصرية، وأيضاً الكشف عن آليات التآطير المستخدمة ورصد تأثير الخصائص التفاعلية لشبكتي فيس بوك وتويتر على محتوى حسابات النخبة الإلكترونية المصرية عليهما، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسة الوصفية التحليلية والتي تستهدف جمع البيانات وتسجيلها ومن ثم تحليل هذه البيانات وتفسيرها بما يمكن من استخلاص نتائج ودلالات خاصة بموضوع الدراسة، واستخدمت الدراسة منهج المسح الإعلامي للحسابات الشخصية للنخب المصرية من مستخدمي شبكتي فيس بوك وتويتر مجتمع الدراسة الذي تم سحب عينة الدراسة منه وذلك خلال العام ٢٠١٧ في أشهر (فبراير - يونيو - أكتوبر)، وقد خلصت الدراسة إلى أنه في سياق نوعية القضايا المطروحة على شبكتي فيس بوك وتويتر جاءت القضايا المجتمعية على فيس بوك متنوعة في موضوعاتها، وجاء أكثر من نصف المحتوى مهتما بالشأن السياسي حصراً على تويتر بينما كان هناك تنوع نسبي بين المجالات المجتمعية المختلفة على شبكة فيس بوك ، فجاءت واجهة فيس بوك كانعكاس لكل الاهتمامات المجتمعية، وقد ظهرت آليات التفاعلية على شبكة فيس بوك من خلال (التعليق - الإعجاب - إعادة المشاركة) .

٢- دراسة محمد محمد عمارة (٢٠١٧)^(٨)، بعنوان " أطر معالجة البرامج الكوميديّة الساخرة للقضايا المجتمعية داخل المجتمع المصري : برنامج أسعد الله مسانكم نموذجاً " حيث استهدفت الدراسة رصد وتوصيف وتحليل مضمون البرنامج الكوميدي الساخر " أسعد الله مسانكم " تجاه القضايا المجتمعية داخل المجتمع المصري وذلك من خلال رصد وتحليل الموضوعات والقضايا التي يتناولها البرنامج الكوميدي محل الدراسة واتجاهات معالجته لها وطبيعة الرؤية التي يقدمها حول ذلك، وتعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية وقام الباحث بتوظيف منهج المسح الإعلامي في الدراسة محل البحث من البرنامج الكوميدي الساخر " أسعد الله مسانكم " والذي تبثه قناة MBC في الفترة من (٢٠١٧/١/١) إلى (٢٠١٧/٦/٣٠) باستخدام أداة تحليل المضمون، وقد خلصت الدراسة إلى تصدر الموضوعات الاجتماعية المرتبة الأولى من حيث اهتمام البرنامج محل الدراسة، حيث جاء ذلك معبراً عن مجموعة كبيرة من القضايا والمشكلات التي ترتبط بالمشاهد، كما اهتم البرنامج بالموضوعات الاقتصادية والسياسية وقلت نسبة اهتمامه بالموضوعات الفنية والرياضية والثقافية، إلى جانب ماسبق ، كانت اتجاهات البرنامج نحو القوى الفاعلة المرتبطة بالقضايا سلبية إلى حد كبير تفوق اتجاهاته المحايدة

والإيجابية، مما عكس رؤية البرنامج حول التعاطف مع المشاهد وتحميل الجهات الرسمية مسؤولية تردي الأوضاع .

٣- دراسة سماح محمد محمدي سعد (٢٠١٦)^(٤)، بعنوان " أطر معالجة الصحف الأسبوعية للأزمات المجتمعية - دراسة تحليلية "، حيث تسعى الدراسة إلى تحقيق هدف رئيسي مؤداه رصد وتحليل أطر المعالجة الصحفية للأزمات في الجرائد والمجلات الأسبوعية خلال العام ٢٠١٦، وذلك من خلال التعرف على مدى اهتمام الصحف الأسبوعية محل الدراسة بالقضايا المتعلقة بالأزمات خلال فترة الدراسة، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي اعتمدت على منهج المسح بصفة رئيسية كما تم الاعتماد على المنهج المقارن وذلك من خلال أداة تحليل المضمون للصحف عينة الدراسة والمتمثلة في الجرائد الأسبوعية " أخبار اليوم - الأهالي - الأسبوع - الفجر - الأهرام العربي " والمجلات الأسبوعية " آخر ساعة - صباح الخير - روز اليوسف - أكتوبر " خلال ثلاثة شهور " مايو - يونيو- يوليو " ٢٠١٦، وقد خلصت الدراسة إلى أن الموضوعات الاقتصادية جاءت في صدارة نوعية الأزمات التي تم مناقشتها في الصحف الأسبوعية عينة الرصد والتحليل بنسبة ٤٧.٨%، وجاءت الأزمات الاجتماعية في المرتبة الثانية، وأوضحت الدراسة أن قضية تسريب الامتحانات مما ترتب عليه تعرض الطلاب لصدمة نفسية كبيرة في الترتيب الأول بين الأزمات الاجتماعية بنسبة ٢٠%، بينما جاء التأكيد على تحسين مستوى الخدمات الحكومية العامة والمرافق لما تسببت فيه من أزمات تعرض لها الأهالي من عدم جودة مرافق المياه والصرف الصحي في الترتيب الأول بنسبة ٦٦.٧% في مجلة روز اليوسف .

٤- دراسة ياسمين سعيد محمد عبد المنعم (٢٠١٥)^(٥)، بعنوان معالجة البرامج الحوارية التليفزيونية بالفضائيات المصرية الخاصة للقضايا المجتمعية، حيث استهدفت الدراسة التعرف على طبيعة القضايا المجتمعية التي تعالجها البرامج الحوارية التليفزيونية عينة الدراسة، بالإضافة إلى التعرف على كيفية توظيف الصفوة في مناقشة القضايا المجتمعية التي تقدمها البرامج الحوارية وأيضا الخروج بتوصيات من خلال نتائج الدراسة الحالية لتطوير البرامج الحوارية؛ حتى تقدم على الوجه الأمثل والذي من شأنه خدمة جمهور المشاهدين من خلال تقديم خدمة إعلامية سليمة، وتعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، وقد اختارت الباحثة عينة من البرامج الحوارية وهي (برنامج هنا العاصمة - برنامج ٢٥-٣٠- برنامج آخر النهار) وذلك في الفترة من ١ مارس ٢٠١٤ حتى ٣١ مايو ٢٠١٤، باستخدام أداة تحليل المضمون وقد خلصت الدراسة إلى اعتماد البرامج الحوارية عينة الدراسة على الفقرات الإخبارية بنسبة ٦٦.٤% في تناول القضايا المجتمعية، كما تصدر برنامج آخر النهار مع محمود سعد مقدمة البرامج الحوارية عينة الدراسة من حيث تناول القضايا المجتمعية على مدار فترة التحليل بنسبة ٥٥.٧% وكذلك الأكثر اهتمام بتناول القضايا السياسية بنسبة ٥٨.٤% .

٥- محمد معوض إبراهيم نصر وآخرون (٢٠١٣)^(٦)، دور الحملات الإعلامية المقدمة بالفتوات الفضائية في توعية الشباب الجامعي بالقضايا المجتمعية - دراسة تحليلية حيث استهدفت الدراسة معرفة اللغة المستخدمة في الحملات الإعلامية المقدمة بالفتوات

الفضائية محل الدراسة، بالإضافة إلى التعرف على أسلوب عرض رسائل الحملات الإعلامية المقدمة بالقنوات الفضائية محل الدراسة ورصد أهم القضايا المجتمعية وأسلوب طرحها والتي تناولتها الحملات الإعلامية المقدمة بالقنوات الفضائية محل الدراسة، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية واستخدمت منهج المسح بالعينة وذلك من خلال تحليل مضمون الحملات الإعلامية المقدمة بالقنوات الفضائية العربية المتمثلة في (قناة المحور - القناة الفضائية المصرية - قناة دريم ١ - قناة دريم ٢ - قناة CBC - قناة الحياة) لمدة دورة تليفزيونية شملت ٣ أشهر تمثلت في (أغسطس - سبتمبر - أكتوبر) لعام ٢٠١١م، وقد خلصت الدراسة إلى أن القضايا التي ناقشتها الحملات الإعلامية محل الدراسة تمثلت في القضايا السياسية بنسبة ٥٣%، ثم القضايا الأمنية والأخلاقية في المرتبة الثانية بنسبة ١١.٧%، وجاء طرح القضايا في الحملات الإعلامية محل الدراسة مصاحباً لاقتراح حلول لها وذلك بنسبة ٨٣.٤%، ثم الطرح مجرد في المرتبة الثانية ثم طرح مصاحب لتوضيح أسبابها في المرتبة الثالثة بنسبة ٥.٩%.

٦- دراسة علي بن شويل القرني (٢٠٠٧) (٧)، بعنوان الخطاب الصحفي السعودي دراسة تحليلية لتعددية الرؤية المجتمعية، استهدفت الدراسة التحقق من الموضوعية والتقليل من أخطاء التحيز، وقد اعتمد التحليل الكمي لهذه الدراسة على أسلوب تحليل المضمون المتبع في الدراسات الإعلامية المعينة بمضامين المادة الإعلامية، وقد تم اختيار العينة لمدة ثلاث سنوات من سبتمبر ٢٠٠٠ وهي بداية مايتعارف بانتفاضة القدس التي أججها دخول شارون إلى ساحة المسجد الأقصى ثم وصولاً إلى أحداث ١١ سبتمبر ٢٠٠١م، وماتلاها من حرب أفغانستان ثم احتلال العراق وتنتهي العينة الزمنية إلى نهاية سبتمبر ٢٠٠٣م، وذلك باستخدام أسلوب العينة العشوائية المنتظمة بمعدل ثمانية وسبعين عدداً خلال فترة الثلاث سنوات، وقد خلصت الدراسة إلى أن النسبة الطاغية من المقالات قد تمحورت حول القضية الفلسطينية بنسبة تزيد على النصف من مجمل التغطيات المقالية تلاها المقالات ذات العلاقة بالعراق بنسبة ٢٨% كما أوضحت الدراسة أن هناك توجهاً عاماً بين وسائل الإعلام السعودية في دعم الخطاب التجديدي في المؤسسات الاجتماعية وقد عكست هذه الدراسة مانسبته ٩٥% من توجهات عامة نحو حركة التجديد في المؤسسات والفكر والممارسة والتطبيقات.

ثانياً :- دراسات تتعلق بتناول وسائل الإعلام للقضايا الجدلوية :-

١- دراسة محمد ابراهيم المنوفي وآخرون (٢٠٢٢) (٨)، بعنوان "جدلية العلاقة بين البنية الثقافية التقليدية والبنية الثقافية المنشودة باعتبارهما ركيزتا القهر والتحرر: دراسة نقدية"، حيث استهدفت الدراسة التعرف على ملامح البنية الثقافية التقليدية الحاكم لنظامنا التعليمي، وأيضاً التعرف على معالم البنية الثقافية المنشودة وثقافة الإبداع واستخدمت الدراسة المنهج النقدي، وخلصت الدراسة إلى أن هناك مظاهر لإعاقة الإبداع، ووجود العديد من المعوقات التي تمنع الإبداع، بالإضافة إلى العديد من مظاهر القمع الفكري في البنية الثقافية التقليدية؛ سواء داخل المنزل أو المدرسة، ووجود العديد من عوامل تكريس التسلط التربوي مثل الجمود الفكري، والاستلاب الحضاري وغياب التفكير الناقد، مما يؤدي إلى انتشار القهر، كما توصلت الدراسة إلى وجود العديد من متطلبات تنمية البنية

الأهداف الفرعية في سياق الهدف الرئيسي للدراسة، والذي يتمثل في التعرف على أهداف ومنهجية المعالجات البرمجية للقضايا التي تتضمنها المناظرات عينة البحث والتحليل، بالإضافة إلى تحليل القضايا والموضوعات المثارة عبر المناظرات التليفزيونية المثارة عبر الحلقات عينة التحليل، والتي يقدمها برنامج أجرأ الكلام، بالإضافة إلى رصد مضامين المقولات الإقناعية التي تحتويها تلك القضايا والموضوعات المتضمنة داخل المناظرات عينة الدراسة ودراسة أساليب معالجة ومحاججة طرفي المناظرة في دعم وجهات النظر المختلفة حيال تلك القضايا من قبل كل من الإسلاميين والمتأسلمين، واعتمدت الباحثة على منهج المسح من خلال عينة عمدية شملت عينة الدراسة ٣٧ حلقة من برنامج " أجرأ الكلام " في الفترة من أواخر ٢٠١١ - ٢٠١٥، وقد خلصت الدراسة إلى أن المناظرات عينة الدراسة تناولت قضايا وموضوعات جدلية اعتمد فيها الإسلاميون على المنهجية والموضوعية ومعقولية الكلمات الدالة والسياق الدلالي للكلمات في إطار من الوسطية والاعتدال والتزام الأخلاقية إلى حد كبير مقابل النزعة المتطرفة التي تصل إلى الفوضوية في إطلاق الاتهامات لدى المتأسلمين من خلال تأطير أغلبية القضايا والمشكلات الواردة خلال المناظرات محل البحث، إن لم يكن جميعها إلى غياب تطبيق المجتمعية، سواء كانت اقتصادية أو اجتماعية أو سياسية، جميعها يمكن السيطرة عليها من خلال أسلمة السلطة، أسلمة الدولة وأسلمة المجتمع، تقدم الأسلاميون على المتأسلمين في توظيف استراتيجيات " التركيز والتخفيف " بينما تفوق المتأسلمين على الإسلاميين في توظيف استراتيجيات الجدل والهجوم من قبل الطرف المتعصب .

٥- دراسة Azza Abdel Fattah Abdeen (2018) بعنوان (١٢) *Evaluation of Attitudinal Lexis in Twitter Political # Hashtags: A Corpus-Based Appraisal Analysis* يعتبر البحث دراسة لغوية باستخدام منهج علم المدونات لتحليل مجموعة من التغريدات في تويتر يصل عددها إلى ٤٠٨٢؛ تم مشاركتها خلال أربع وعشرين ساعة من إصدار ترانمب قرار منع مسلمي بعض الدول من دخل الولايات المتحدة في يناير ٢٠١٧، وتهدف الدراسة إلى اظهار كيف يوظف مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي اللغة لخلق توجه عام مما يؤدي إلى خلق مجتمع مشارك لنفس الرأي ويتم ذلك عن طريق تطبيق نظرية التقييم لمارتن ووايت ٢٠٠٥؛ على المفردات الأكثر تكرار وتحليل دلالتها ومعدل تأثيرها وقد تم ذلك بمقارنة المادة التحليلية الرئيسية تزخر بكثير من المفردات السلبية في التعبير عن الغضب حيال القضية الجدلية في تويتر وتوضح كيف هذا السلوك في العالم الافتراضي إلى مظاهرات على أرض الواقع .

٦- دراسة إيناس عبد الحميد الخريبي (٢٠١٨) (١٣)، بعنوان تأثير أنماط التحيز السائدة في معالجة الأحداث الجدلية على تشكيل الاتجاهات العدائية لدى النخبة نحو هذه التغطية استهدفت الدراسة الأولى التعرف على اتجاهات النخبة الأكاديمية نحو التغطية الإعلامية لأحداث عزل الرئيس السابق، وتم تطبيقها على عينة من النخبة الأكاديمية قوامها ١٣٧ مبحوثاً، بينما هدفت الدراسة الثانية إلى التعرف على اتجاهات النخبة الأكاديمية نحو التغطية الإعلامية لمشروع قناة السويس الجديدة وتم تطبيقها على عينة من المبحوثين بلغ قوامها ١٩٠ ليصل حجم العينة في الدراستين إلى ٣٨٧ مبحوثاً من النخبة الأكاديمية من كليات وأقسام الإعلام بعدد من الجامعات الحكومية والخاصة، وقد خلصت الدراسة إلى

أن هناك علاقة بين انغماس الفرد في الحدث محل الجدل وإدراكه لعدائية التغطية الإعلامية وقد تبين أن هناك تبايناً في نمط المشاركة، حيث إن هناك مشاركة تدعم قضيتي الدراسة العزل والمشروع الجديد وهي تؤثر في إدراكه لعدائية التغطية الإعلامية، حيث إن إدراك عدائية التغطية يحدث إذا تباين محتواها مع نوع مشاركة الفرد؛ ففي قضية الدراسة الثانية: كان هناك غالباً علاقة بين درجة الانغماس والمشاركة الإيجابية شراء أسهم والدفاع عن المشروع وإدراك الفرد لحيدانية وسائل الإعلام وعدم تحيزها لوجهة نظر واحدة.

التعليق على الدراسات السابقة:

-تنوعت المناهج البحثية التي اعتمدت عليها الدراسات السابقة إلا أن التركيز كان على استخدام منهج المسح بالعينة ووظفت معظمها أداة تحليل المضمون بشقيه الكمي والكيفي لجمع البيانات عن جميع متغيرات الدراسة .
-ندرة الدراسات التي تناولت القضايا المجتمعية الجدلية، فمعظم الدراسات تتعلق بالأوضاع المجتمعية بعيداً عن القضايا الجدلية الموجودة داخل المجتمع .
- استفادت الباحثة من الدراسات السابقة في تحديد مجتمع وعينة الدراسة التحليلية.
- ساعدت الدراسات السابقة الباحثة على تحديد منهج الدراسة وصياغة التساؤلات الخاصة لها وتحديد المفاهيم الإجرائية.

الدراسة الاستطلاعية على موقع " فيس بوك "

قامت الباحثة بإجراء دراسة استطلاعية على موقع التواصل الاجتماعي " فيس بوك " وذلك لرصد القضايا المجتمعية الجدلية ومتابعة المواد المنشورة على بعض الصفحات للوقوف على أكثر هذه الصفحات عرضاً للقضايا الجدلية وأكثرها انتشاراً وجذباً للمعجبين على موقع التواصل الاجتماعي " فيس بوك " ومعرفة ماتقدمه هذه الصفحات من قضايا مجتمعية جدلية وبمقتضى هذه الدراسة تم تحديد مجتمع الدراسة في :-

١- صالون التنويريين

٢- سيدات مصر

٣- ثورة المرأة

٤- فتاوى البلد

وكذلك تحديد المحتوى الذي سيتم تحليله من محتويات هذه الصفحات، حيث حددت الباحثة المحتوى المكتوب فقط على هيئة قضية للتحليل، إضافةً لردود مستخدمي الموقع على القضية المطروحة .

نوعية الدراسة والمنهج المستخدم:

تنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية، التي تستهدف تحليل وتصوير وتقييم خصائص مجموعة معينة أو موقف معين يغلب عليه صفة التحديد، وذلك بهدف الحصول على معلومات كافية ودقيقة عنها، دون الدخول في أسبابها أو التحكم فيها، وبغض النظر عن وجود فروض محددة مسبقاً^(٤).

وتعتمد الدراسة على منهج المسح بالعينة، وهو ما يعرف بالجهد العلمي المنظم للحصول على معلومات أو أوصاف عن الظاهرة محل الدراسة،^(٥) كما يعرف منهج

المسح بالعينة بأنه: أحد الأشكال الخاصة لجمع المعلومات عن حالة الأفراد وسلوكهم وإدراكهم ومشاعرهم واتجاهاتهم، وهو الشكل الرئيس لجمع المعلومات عندما تشتمل الدراسة على المجتمع الكلي، أو تكون العينة كبيرة ومنتشرة بالشكل الذي يصعب معه الاتصال بمفرداتها، مما يوفر جانباً كبيراً من الوقت والنفقات والجهد المبذول، وهو المنهج الرئيس لدراسة الجمهور ووسائل الإعلام في إطارها الوصفي أو التحليلي^(١٦). وتسعى الباحثة من خلال الدراسة الوصفية إلى: وصف اتجاهات مستخدمي موقع "فيس بوك" نحو القضايا المجتمعية الجدلية التي تعكسها هذه الصفحات.

مجتمع عينة الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة التحليلية في:

أ- القضايا الجدلية المجتمعية على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي فيس بوك، حيث تم اختيار (٤) صفحات لرصد هذه القضايا كما تعكسها هذه الصفحات والتي بلغت (٧٧٢) مضمون، مقسمة إلى (٤٩١) صالون التتويريين، و(١٤٣) من صفحة فتاوى البلد، و(٨٩) من صفحة سيدات مصر، و (٤٩) من صفحة ثورة المرأة .
ب- تعليقات القراء على هذه القضايا؛ بهدف معرفة اتجاه القراء نحو القيم التي تعرضها الصفحات من خلال عرض وتحليل القضايا الجدلية .

وقد حددت الباحثة اختيار أول (١٠) تعليقات؛ لتقوم بتحليلها كعينة لتعليقات القراء؛ نظراً لكثرة التعليقات، الأمر الذي يتعذر معه مسح شامل لكل التعليقات، كما أن نظام الصفحة يرشح التعليقات التي حازت نصيباً أكبر من علامات الإعجاب لتكون على رأس التعليقات في أي منشور.

أي أن العينة المختارة- العشر تعليقات الأول- هم خليط من عينة عشوائية من التعليقات، بالإضافة إلى موافقة أكبر عدد من المتفاعلين على ما ورد بها من اتجاه نحو الجدل الذي تشير إليه القضية، أو الحل الذي يقدمه صاحب التعليق.

وقد تم اختيار هذه الصفحات بناءً على الدراسة الاستطلاعية على النحو الآتي:

- ١- عدد الإعجابات التي تتميز بها كل صفحة، والتي تعتبر بمثابة ميزة لها على الصفحات الأخرى ومؤشراً لانتشارها.
- ٢- عدد القضايا التي تعرضها كل صفحة، وعدد التعليقات من قبل المستخدمين؛ وذلك لضمان ثراء المادة التحليلية.
- ٣- نوع القضايا الجدلية المعروضة والتي توضح مدى اقتناع الجمهور والوسيلة بهذه القضية من عدمها وهذه الصفحات هي:

١- صالون التتويريين

٢- سيدات مصر

٣- ثورة المرأة

٤- فتاوى البلد

- الفترة الزمنية: ثلاثة أشهر كاملة، بدأت في الأول من سبتمبر وحتى نهاية شهر نوفمبر في العام ٢٠٢٢م.

أدوات جمع البيانات:

اعتمدت الباحثة في جمع بيانات الدراسة على أداة تحليل المضمون بشقيها الكمي والكيفي: حيث قامت الباحثة باستخدام استمارة تحليل مضمون القضايا المجتمعية الجدلية في الصفحات عينة الدراسة على موقع "فيس بوك"، وذلك من خلال الفئات العلمية لتحليل المضمون.

تحديد وحدات التحليل:

استخدمت الباحثة الوحدات التالية في تحليل مضمون القضايا المجتمعية الجدلية المنشورة على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي عينة الدراسة:

- ١- الوحدة الطبيعية: وقد استخدمتها الباحثة للتعرف على:
وحدة المواد المنشورة كوحدة للتحليل فيما يتعلق بالقضايا المجتمعية الجدلية التي تناولها المضمون للصفحات عينة الدراسة.
وحدة الموضوع أو الفكرة: كوحدة أساسية للتحليل وهي عبارة عن فكرة تدور حول قضية معينة، لأنها تعد من أكبر وأهم وحدات تحليل المضمون وتكشف عن الآراء والاتجاهات الرئيسية في المادة المنشورة وهي تتضمن الفكرة الأساسية التي يدور حولها تحليل المضمون وهي تناسب طبيعة موضوع الدراسة.

إجراءات الصدق والثبات للدراسة التحليلية:

تحققت الباحثة من صدق أداة جمع البيانات من خلال عرض الاستمارة على مجموعة من المحكمين^(١٧) والذين أقرروا بصلاحيته للاستمارة للتطبيق، ولتحقيق الثبات قامت الباحثة بإجراء إعادة الترميز بعد فترة زمنية "أسبوع" من الانتهاء من التحليل، وبمساعدة باحثة أخرى (حيث دمجت بين إعادة الباحثة لترميز عينة مما تم ترميزه، مع إدخال رمز آخر في العملية) للتأكد من ثبات الاستمارة.
١- وقد أعطت الباحثة رمز (أ) للترميز الأول الذي قامت به، ورمز (ب) للترميز الثاني، ورمز (ج) لترميز الباحثة المعاونة^(١٨)، وقد أجرت الباحثة إعادة الترميز لعدد (١٥٥) مفردة بما يعادل (٢٠%) من العينة الكلية التي تم تحليلها والتي بلغت (٧٧٢) مضمون، مقسمة إلى (٤٩١) صالون التنويريين، و(١٤٣) من صفحة فتاوى البلد، و(٨٩) من صفحة سيدات مصر، و(٤٩) من صفحة ثورة المرأة.

وعن طريق تطبيق معادلة "هولستي" للثبات: حيث معامل الثبات = $M \times 2$

- حيث $M =$ عدد الوحدات التي اتفق عليها المرزمان. $N1+N2$

- $N2+N1 =$ مجموع الوحدات التي تم تحليلها وهي (١٥٥) وحدة

جدول رقم (١)
يوضح معامل الثبات لاستمارة تحليل المضمون

المرمزان	الخلاف	الاتفاق	نسبة الاتفاق
أ، ب	١٢	١٤٣	%٩٢
أ، ج	٩	١٤٦	%٩٤
ب، ج	١٠	١٤٥	%٩٣,٥

- معامل الثبات بين أ، ب = $\frac{١٤٣ \times ٢}{٣١٠} = ٠.٩٢$

- معامل الثبات بين أ، ج = $\frac{١٤٦ \times ٢}{٣١٠} = ٠.٩٤$

- معامل الثبات بين ب، ج = $\frac{١٤٥ \times ٢}{١٤٥} = ٠.٩٣$

- معامل الثبات = $٠.٩٣ = ٠.٩٣ + ٠.٩٤ + ٠.٩٢$

- وتبين أن معامل الثبات = ٠.٩٣ مما يدل على وجود درجة تطابق كبيرة نسبياً بين التحليل الأول والثاني

المعالجة الإحصائية للبيانات:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة التحليلية، تم ترميز البيانات وإدخالها إلي الحاسب الآلي، ثم معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية وذلك باستخدام برنامج "الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية "SPSS" (Statistical Package for Social Science). وتم استخدام الاختبارات والمعالجات الإحصائية التالية:

- التكرارات البسيطة Frequency. والنسب المئوية Percent.
- اختبار كاي ٢ (Chi Square Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المتغيرات الاسمية (Nominal).
- معامل التوافق (Contingency Coefficient) لقياس شدة العلاقة في حالة ثبوتها في اختبار كاي ٢، وهو يقيس شدة العلاقة بين متغيرين اسميين في جدول أكثر من ٢×٢. وقد اعتبرت العلاقة ضعيفة إذا كانت قيمة المعامل أقل من ٠.٣٠٠، ومتوسطة إذا كانت ما بين ٠.٣٠٠ : ٠.٦٠٠، وقوية إذا كانت أكثر من ٠.٦٠٠.

مستوى الدلالة المعتمد في هذه الدراسة:

اعتمد الباحث على مستوى دلالة يبلغ ٠.٠٥، لاعتبار الفروق ذات دلالة إحصائية من عدمه. وقد تم قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة ٩٥% فأكثر، أي عند مستوى معنوية ٠.٠٥ فأقل.

مفاهيم الدراسة:

١- **القضايا المجتمعية الجدلية:** - تعرف القضية بأنها حكم عام بوجود علاقة بين مجموعة من الوقائع، فهي ظاهرة يهتم بها الرأي العام خلال فترة زمنية معينة وتثير جدلاً وحوارات بين المهتمين بقضايا المجتمع بأسره بهدف الوصول في نهاية الأمر إلى حلول يمكن تطبيقها^(١٩).

وتعرف القضايا المجتمعية الجدلية بأنها القضايا التي يختلف حولها أهل الدين الواحد أو المذاهب المختلفة أو الأديان المختلفة، ألا وهي القضايا المجتمعية أياً ما كانت تلك القضايا سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية أو اقتصادية أو دينية، المهم هنا هو الجدل القائم حول هذه القضايا بهدف تبني اتجاه أو فكر معين حولها^(٢٠)، وقصدت الباحثة في هذه الدراسة تغطية الجدل القائم حول أهم القضايا المجتمعية الموجودة على الساحة الإعلامية حيث شهدت الساحة الكثير من الجدل في بعض الفتاوى الدينية الغربية عن المجتمعات الإسلامية، إضافة إلى التطرق للقضايا الجدلية المتعلقة بالمرأة المصرية.

٢- **مواقع التواصل الاجتماعي:** - شبكات اجتماعية تفاعلية تتيح التواصل للمستخدمين في أي وقت وفي أي مكان من العالم، ويعد موقع الفيس بوك من معطيات العصر وثورة التكنولوجيا، وتبادل العلاقات بين الأفراد والتعارف في عالم افتراضي^(٢١).

٣- **الاتجاه:** هو تنظيم من المعتقدات له طابع الثبات النسبي حول موضوع أو موقف معين يؤدي بصاحبه إلى الاستجابة بشكل تفضيلي، والاتجاه من هذا المنظور هو تنظيم يختلف في مدى عموميته أو خصوصيته وفي اتساعه أو ضيقه طبقاً لما يتضمن من أجزاء أو عناصر^(٢٢).

كما عرفه البعض بأنه: "نزوع ثابت للاستجابة نحو أحد المؤثرات، وهو حالة من الاستعداد داخل الفرد لتأييد أو رفض موضوع ما"، ويعرف إجرائياً بأنه: "مجموعة من المكونات الإدراكية المعرفية (معارف- معلومات)، والوجدانية (مشاعر، معتقدات، تقييمات)، والسلوكية القابلة للقياس^(٢٣)".

محاولات طمس الهوية وطرح الأفكار التنويرية

الدين الإسلامي يحرم ازدراء الأديان ورموزها، ويحرم الإساءة إلى غير المسلمين؛ لأن هذا يؤدي إلى هدم السلام الاجتماعي والإنساني، ويؤدي مشاعر أتياع الأديان الأخرى، وهو ما يوجب الفهم الصحيح لبعض المفاهيم التي وردت في كتب الفقه، والتي تحاول الجماعات المتطرفة من خلال الفهم المغلوط لها أن تثير الفتن والبغضاء مع المسلمين وغير المسلمين، مما يؤدي إلى الصراع والقتال والحروب الأهلية والفتن، وصراع الثقافات والحضارات، قال تعالى " ولا تسبوا الذين يدعون من دون الله فيسبوا الله عدوا بغير علم"^(٢٤)

ومن هذا المنطلق فإن هذه الأفكار والمبادئ المنحرفة عن صحيح الإسلام، التي تبنتها الجماعات المتطرفة المسماة زورا وبهتانا بالإسلامية، ظهرت ونمت نتيجة لأن هذه الجماعات نفسها أنشأها أعداء العرب والإسلام؛ لإحداث فتنة داخل المجتمعات العربية، وتفتيتها من خلال حروب أهلية لتدمير المجتمعات العربية والإسلامية^(٢٥).

وعلى أية حال فإن القارئ المتمتع لتاريخ المصريين، قديماً وحديثاً على السواء يلاحظ كيف أن الاختلاف الديني بين أبناء الوطن في مصر لم يمنع التعايش المشترك فيما بينهم لقرون عديدة حتى وإن كانت هناك بعض المشاحنات والتوترات التي حدثت،

هنا أو هناك في ظل ظروف مجتمعية شتى تكافقت على إعلاء مظاهر الخلاف وأضعفت من مظاهر الوحدة والاتحاد، ذلك أن حوادث التوتر بين المسلمين والأقباط إنما ترتبط ارتباطاً وثيقاً بالأوضاع الاقتصادية والاجتماعية والثقافية السائدة في المجتمع، وإذا كانت تلك الأوضاع قد ساعدت أحياناً على تغذية مظاهر الفرقة والانقسام أحياناً قليلة، فإن سمة " التنوع في إطار الوحدة " أو " الوحدة الحاضنة للتنوع " قد مثلت مشهداً بديعاً في كثير من الأحيان، وفي نهاية كل حادث من حوادث التوتر، بشكل أكد لنا كيف أن مصر دولة ثرية وغنية ذات تنوع خلاق، يستطيع أبنائها احتواء الاختلاف، وهو ما عبرت عنه الكثير من حوادث التاريخ، التي تبرز قيمة الوحدة الوطنية بين المصريين، ما يؤكد اتحاد الشعب المصري مهما اختلف الانتماء الديني بين أبنائه ومهما تعددت الانتماءات الضيقة بينهم، فما يجمع المصريين أكثر كثيراً مما يفرقهم .

حيث إن ثمة مساحة كبيرة مشتركة تجمع المواطنين المصريين على الرغم من تنوع الانتماء الديني، وعلى الرغم أيضاً من الاختلاف المذهبي داخل الدين الواحد، وهي تشابهات عبرت عنها القيم والعادات والأعراف والتقاليد، وكثيراً ما نشاهد عبر مظاهر الحياة اليومية، في الأفراح والأحزان في الأعياد القومية والمناسبات الدينية، في الموالد الشعبية، والممارسات الاجتماعية، من التعاون في مختلف المناسبات، بصورة تعكس قدراً كبيراً من المحبة والتسامح وقبول الآخر والرغبة في تأكيد العيش المشترك والتعاون البناء .

تعتبر تلك المساحة من التشابه في حقيقة الأمر عن وحدة الشخصية المصرية وقدرتها على استيعاب كل جديد، ليتسع مخزون الشخصية ويزداد ثراؤها، وهي سمة أساسية ميزت المصريين، لاسيما وأن هناك الكثير من العناصر التي تجمع المصريين، مثل اللغة والثقافة والمصلحة المشتركة، بالإضافة إلى رابطة الدم^(٢٦).

ولكن ماتزال هناك تحديات كثيرة ومشكلات كبيرة يواجهها المصريون سوياً أملاً في تطوير الحاضر وبناء مستقبل أفضل، ومن ذلك مثلاً مشكلات الفقر والجهل والامية والغلاء وارتفاع الأسعار والهجرة غير الشرعية وهجرة العقول الواعدة، بالإضافة إلى مواجهة مشكلة التطرف والعنف والإرهاب، ولعلها المشكلة الأبرز في الوقت الحالي، حيث باتت تطل علينا بين الحين والآخر بوجه قبيح يسعى إلى هزيمة الدولة المصرية والعودة بها خلفاً إلى الوراء وتعطيل كل خطوة تستهدف الإصلاح والتنمية .

فإذا كان المجتمع المصري مازال يعاني بين الحين والآخر، هنا أو هناك من وقوع بعض المشكلات والتوترات بين المواطنين وهي مشكلات وتوترات بعضها على خلفية دينية وبعضها الآخر لخلفية سياسية أو خلفية اقتصادية - اجتماعية فإنه الأمر الذي يتطلب استراتيجية مجتمعية متكاملة، تربوية وتعليمية ودينية وثقافية وإعلامية وتشريعية، عبر مساهمة مختلف مؤسسات الدولة على المستويين الرسمي والمدني، بهدف تدعيم مبدأ المواطنة وتعزيز قيمة الحوار بين المواطنين المصريين، وغيرها من قيم المحبة والتسامح وقبول الآخر والوحدة الوطنية ونبذ العنف ورفض التعصب ومواجهة الإرهاب وخطاب الكراهية في إطار من التعاون والتنسيق.^(٢٧)

وهذا يدلنا على عدم تنافي روابط الإنسان مع وطنه وشعبه مع روابط العقيدة والدين؛ لأن في الدين من التعاليم ما يأمر الإنسان بالمحافظة على تلك الروابط التي تشكل منها الهوية الوطنية .

ويؤيد هذا الإنسجام بين الهويتين الدينية والوطنية أن الشريعة قد أوجبت الجهاد الدفاعي عن الوطن والشعب واعتبرت من يقتل في سبيل الدفاع عنهما شهيداً .
ومن ثم فإن المواطنة تنطبق على جميع المواطنين الذين يعيشون في وطن واحد دون تفاوت بينهم، وتستدعي المساواة بينهم في الحقوق والواجبات المنبثقة من هذا الانتماء الوطني^(٢٨).

فالدين والدولة يتطلبان منا جميعاً التكافل المجتمعي وأن لا يكون بيننا جائع ولا محروم ولا عار ولا مشرد ولا محتاج .

وختاماً نؤكد : أن من يتوهمون صراعاً لا يجب أن يكون بين الدين والدولة ويرونه صراعاً محتماً إما لا يفهمون الأديان فهماً صحيحاً، أو لا يعون مفهوم الدولة وعياً تاماً، فالخلل لعلاقة له بالدين الصحيح ولا بالدولة الرشيدة، إنما ينشأ الخلل من سوء الفهم لطبيعة الدين أو لطبيعة الدولة أو لطبيعتها معاً^(٢٩).

قضايا جدلية تخص المرأة المصرية :-

واقع المرأة المصرية في ظل استراتيجية ٢٠٣٠

تعد المرأة كيان اجتماعي وذات لا يمكن تجاهها حيث إنها تمثل نصف المجتمع وعاملاً أساسياً في تكوين الأسرة، وقد ساهمت منظومة القيم المجتمعي والتطور الثقافي والعادات والممارسات على أرض الواقع في تغيير الصورة الذهنية عن دور المرأة المصرية فقد اشتمل الدستور المصري الصادر عام ٢٠١٤ على أكثر من ٢٠ مادة دستورية لضمان حقوق المرأة في شتى المجالات، وفي عام ٢٠١٧ جاء إعلان الرئيس المصري عبد الفتاح السيسي عاماً للمرأة المصرية والذي تزامن مع اعتماد القيادة السياسية في مصر استراتيجية ٢٠٣٠؛ لتمكين المرأة والتي أعدها المجلس القومي للمرأة بالتعاون مع منتدى المجتمع المدني^(٣٠).

إضافة لما سبق نجد أن قضايا المرأة لا تخلو من الجدل سواء في الفتاوى الخاصة بها أو ما يتعلق بحقوقها، حيث تعتبر قضايا المرأة من أهم القضايا التي يتم مناقشتها في وسائل الإعلام في السنوات الأخيرة، وجاء هذا الإهتمام متماشياً مع الاتجاه السياسي العام الذي أصبح يولي المرأة وقضاياها اهتماماً متزايداً، وتتبع أهمية قضايا المرأة وخصوصيتها من أنها تتشابك مع كل القضايا المجتمعية الأخرى مثل قضايا الاستقلال السياسي أو التحرر الثقافي، أو الذاتية الثقافية .

فقضية المرأة هي جزء لا يتجزأ من قضية المجتمع ككل، ولأنها ليست قضية تحرر فقط، وإنما قضية اجتماعية وقومية، كما أنها قضية تنموية بالمعنى الواسع الذي يضع في اعتباره المشاركة في اتخاذ القرار وفي القيام بالمسؤولية وتحملها، ومن هنا كانت قضيتها واجبة التحرك مع باقي قضايا المجتمع التي تسعى إلى النهضة والتحديث بما يتناسب مع روح العصر^(٣١).

حيث تخوض مصر اليوم معركة مصيرية لإعادة البناء على أسس جديدة بعد ثورتين أفرزتا تطلعات مشروعة نحو حياة أفضل لكافة المصريين ومستقبل يليق بالمكانة الحضارية لمصر وبطموحات بناتها وأبنائها، وفي هذا السياق كان للمجلس القومي للمرأة شرف السعي لخلق حوار مجتمعي واسع النطاق من أجل تطوير استراتيجية وطنية لتمكين المرأة المصرية تتوافق حولها كافة القوى الوطنية والأجهزة المعنية في الدولة في ظل إرادة سياسية حاسمة في دعمها للمرأة المصرية بالقضاء على كافة أشكال التمييز، وكفالة الحقوق الأساسية والحماية والرعاية للمرأة في كافة ربوع الوطن وتشمل الاستراتيجية على أربعة محاور وهي التمكين السياسي وتعزيز الأدوار القيادية للمرأة

والتمكن الاقتصادي، والتمكين الاجتماعي، والحماية فضلا عن العمل الجاد على تغيير ثقافة المجتمع نحو المرأة، وتعزيز سبل حصولها على حقوقها القانونية . وقد حققت مصر خلال السنوات الأخيرة إنجازات هامة في مجال تمكين المرأة والمساواة بين الجنسين، تتمثل أهمها في صدور الدستور المصري (إطار ١) الذي يتضمن نصوصا عديدة تكفل لها الفرص المتكافئة، ويمنع التمييز الذي يمكن أن يمارس ضدها ويضمن لها الحماية وقد نتج عن تفعيل الدستور حصول المرأة المصرية على نسبة تمثيل في مجلس النواب هي الأعلى منذ إنشاء البرلمان المصري، وكفل لها ربع مقاعد المجالس المحلية، كما شغلت المرأة المصرية لأول مرة منصب المحافظ وعلى الصعيد الاجتماعي فقد تضائلت الفجوة بين الجنسين في الالتحاق بالمدارس وتراجعت مستويات وفيات الأمومة، كما تم إدخال عدد من التعديلات على قوانين الأحوال الشخصية وتخليط العقوبات القانونية في جرائم الختان والتحرش، ولكن على الرغم من هذه الإنجازات لازال أمام المجتمع المصري تحدٍ كبير لتمكين القاعدة العريضة من نساء مصر وهو ما يتطلب استراتيجية متكاملة تشارك في تفعيلها كل فئات المجتمع ومؤسساته

وتبنى الاستراتيجية الوطنية لتمكين المرأة المصرية ٢٠٣٠ على خمس عناصر هي

- ١- أن تقدر المرأة ذاتها وتثق في إمكاناتها .
 - ٢- أن تتوفر للمرأة الخيارات ويكون لها الحق في تحديد خياراتها .
 - ٣- أن يكفل للمرأة الحق في النفاذ والحصول على الفرص والموارد .
 - ٤- أن تملك المرأة القدرة على التحكم في مقدرات حياتها .
 - ٥- أن يكون للمرأة القدرة على التأثير في اتجاه التغيير الاجتماعي ايجابيا^(٣٢) .
- وبالرغم من كل هذه الجهود لدعم المرأة وتمكينها إلا أننا نجد موجات العنف ضد المرأة وامتهان كرامتها؛ فضلا عن انتهاز البعض الفرصة لتوظيف نصوص دينية بشكل مجافي لروح الدين بغرض تقليص مساهمة المرأة في المجال العام وحصر دورها في الحياة على الزواج والإنجاب لهذا كان السبب لطرح قضايا المرأة كقضية جدلية مجتمعية، وإبراز الضوء على بعض قضاياها مثل العنف ضد المرأة وحقوقها في العمل والتعليم؛ بما في ذلك الحماية والرعاية لشخصها ودورها الرئيس في بناء الأسرة فضلا عن حقوقها القضائية وما يتعلق بدورها السياسي والاقتصادي والفكري، ودعم هذا الدور الخافت في كثير من مجتمعاتنا الإسلامية خاصة بعد انتشار الفتاوى التي تحذر من الخطر التغريبي فضلا عن طرح قضايا نسوية عدة - منها خلع الحجاب، دعاوى التحرر، عدم احترام العادات والتقاليد - حيث تجد في معظمها يغلب عليها هاجس الخوف، ومن ثم الغيرة والدفاع عن المرأة، ولاشك في أن مبررات هذا التحوط حقيقية وواقعية، ولكنها قد تكون على حساب قضايا أخرى تمس حياة المرأة ومعاناتها اليومية ولا تجد الإجراء المناسب والمبادرات التصحيحية الضامنة لها، فهذا البحث محاولة لمعرفة الموقف الديني من ذلك كله محاولة لرد الشبهات والمدافعة عن القضايا الجدلية التي تحاصر المرأة المصرية^(٣٣) .

الحرية والمسئولية الاجتماعية لمواقع التواصل الاجتماعي :-

ينمثل مفهوم " المسئولية الاجتماعية " في أن يكون كل فرد من أفراد المجتمع أو كل شركة أو حتى جماعة مسؤلاً عن تصرفاته تجاه المجتمع بأكمله، وتزامناً مع عصر التكنولوجيا والثورة المعلوماتية التقنية وهيمنة شبكات التواصل الاجتماعي، وقد امتد هذا المفهوم وتطور ليتعدى المفهوم العملي في ممارسات الحياة المختلفة إلى البعد الإلكتروني عبر وسائل التواصل الاجتماعي، حيث أصبح يشمل ويعني بالتفاعل الرقمي بين

مستخدمي رواد شبكات السوشيال ميديا، فباتت المسؤولية الاجتماعية عبر الانترنت تعني أن يتحلى الإنسان بالمسؤولية نحو تصرفاته وأقواله ونشره للمعلومات ولا سيما تواصله مع الآخرين عبر مواقع وقنوات الإعلام الاجتماعي^(٣٤)، فلا يستغل هذه المنصات في نشر الأفكار الهدامة التي تتعارض مع القيم والمبادئ والعقائد والثقافات، فأصبح لكل شخص القدرة على المشاركة وتشكيل بيئة وبنية الآخرين بنفسه دون الاكتفاء بتبادل المعلومات، وهو ما يعد أقصى حالات المشاركة الاتصالية والاجتماعية ليمتزج الاتصال الشخصي والجمعي والجماهيري في بيئة واحدة أعادت تشكيل الحياة الاتصالية للفرد^(٣٥).

حيث ترى الباحثة أن هذه التطبيقات تعتبر مرآة تعكس القيمة والثيمة للوطن والبيئة التي يتربى بها الفرد وينتمي إليها، فالقيم التي تحكمتنا لا تختلف عن تلك التي نتحلى بها في كافة المجالات سواء الدينية أو الوطنية أو الاجتماعية، ومن هنا يصبح من المهم تمييز الخطوط الفاصلة بين ما يعتبره الشخص حرية شخصية، وما يمليه الواجب من مسؤوليات شتى، فحين تصل المسألة للرأي العام تخرج من دائرة الحرية الشخصية، وتدخل في نطاق واسع لاتربطه حدود أو قيود، ولذا فإن رواد مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة المسؤولين منهم عن إدارة الصفحات لا يمثلون أنفسهم فقط بل كل من حولهم، حيث إنها أصبحت عالماً افتراضياً يساعد الكثيرين على طرح أفكارهم وفلسفاتهم، وبالتالي هي أسرع وسيلة للوصول إلى الأشخاص في هذا العالم وخاصة إذا كان الهدف من هذه المواقع حصد أكبر نسبة من المتابعين، أو طرح بعض الأفكار والقضايا سواء كانت مقبولة أو غير مقبولة، إلا أن الفارق بينهما يكمن في الهدف من وراء استخدام هذه الصفحات فمنهم من يرى أن لديه غايه ورسالة يؤمن بها ويسعى إليها، وذلك من خلال الفكر والكلمة والصورة والفيديو التي تؤثر على حياة وسلوكيات الأشخاص سلبيًا وإيجابيًا وبالتالي يمتلك إعجاب الملايين، ومنهم من يرى أن الهدف حصد أكبر عدد من المتابعين وفي الغالب فإن الشخصيات السوية والمسئولة هي التي لديها القدرة والامكانيات العلمية والأخلاقية والدينية والثقافية لإيصال أهدافهم للناس ومنهم من لا يعرفه، ولكن يتمتع بالحكمة والفطرة الإنسانية الصحيحة المستنيرة والجيدة لإيصال رسائلهم الهدافة، ومنهم من لا يمتلك لاهذا ولا ذاك ولكن هدفه جمع أكبر عدد من المتابعين والمشاهدات وتشكل هذه النوعية من الصفحات تهديداً وخطراً كبيراً على الأفراد بل المجتمع بأكمله .

حيث باتت تمثل الشبكات الاجتماعية مصدراً مهماً للمعلومات الخاطئة والأخبار المزيفة ومجال أفكار مسمومة لنشر الفوضى والتضليل الإعلامي، إلا أن التأثير السلبي بدأ يظهر دوره في مواقع التواصل الاجتماعي شيئاً فشيئاً؛ لاسيما في نشر الثقافات المنحرفة وبث الكراهية والطائفية والنزاعات القبلية وتكفير الناس وسب الدين وغيرها من الأمور السلبية.

فأصبحت مواقع التواصل الاجتماعي من أهم الوسائل التي ارتكزت عليها المخططات الاستراتيجية الإرهابية لنشر العنف والفوضى والإرهاب والأعمال الإجرامية، ونشر الشائعات والأخبار المغلوطة، وزعزعة القناعات الفكرية والثوابت العقائدية والمقومات الأخلاقية والاجتماعية التي من شأنها إحداث بلبلة داخل المجتمع وخلق حالة لا أمن؛ فضلاً عن بعض الأفراد من ذوى الأفكار الهدامة من خلال مواقع التواصل الاجتماعي في مواجهة الدول و زعزعة الأمن و زرع الفتن، وتدمير مرتكزات التنمية ونشر الفوضى والدماء ونشر الشائعات المغرضة وازدراء الأديان والتشكيك فيها، إثارة النعرات الإقليميه، والدينيه، والعرقية، والعقائديه، والطبقية وتحريف الحقائق بسوء نية، وتلفيق التهم، والتشهير والإساءة للسمعة، السخرية والقذف والسب والشتم، واستخدام

الألفاظ النابية والعبارات الجارحة، والخروج على الثوابت المجتمعية، تشجيع التطرف، والعنف والتمرد؛ والتي من شأنها تهديد أمن المجتمع واستقراره السياسي ونسيجه الاجتماعي وبث الرعب بين المواطنين وترويعهم لإظهار عدم أمن واستقرار البلاد^(٣٦). وانطلاقاً من الأهمية والمسئولية الاجتماعية لهذه المنصات كان لزاماً على الأفراد الاحترام المتبادل بين الثقافات والشعوب التي نتعامل معها عبر هذه المنصات، ومما يترتب على عاتقنا كمستخدمين لقنوات التواصل الاجتماعي تحت مظلة المسئولية الاجتماعية، وعدم تداول الشائعات وترويجها وعدم نشر الآراء المخالفة لمنظومات المجتمع وعقيده ونشر صورة إيجابية لنفسنا وبلدنا وديننا .

سيدات مصر

انشأت هذه الصفحة في ٣ يناير ٢٠١٦ تحت اسم Women of Egypt، وتم تغييره إلى "Women of Egypt" - سيدات مصر^(٣٧)، في ٢٢ فبراير ٢٠٢٠م، ويدير هذه الصفحة شخصيات من مصر والولايات المتحدة الأمريكية وعدد تسجيلات الإعجاب ٧٨٩ ألف كما يتابعها ٨٥٨ ألف متابع على الرابط التالي:

<https://www.facebook.com/thewomenofegypt?mibextid=ZbWKw> ،

حيث أطلقت اليكساندرا كينياس مبادرة " سيدات مصر " مع بداية ٢٠١٦، وهي ناشطة نسوية مصرية أمريكية تقيم في الولايات المتحدة الأمريكية، وتهتم بالكتابة عن قضايا تمكين المرأة المصرية وتصحيح المفاهيم المغلوطة عن وضع المرأة المصرية وأنشأت مبادرة " سيدات مصر " كإسهام منها لخدمة قضايا المرأة المصرية؛ كما تعتبر دينا المهدي المسئولة عن الصفحة .

وقد أسست هذه المنصة لدعم المرأة وتحسين قدراتها لتغيير الصورة التي يستقبلها الغرب عن النساء المصريات، وإحياء ذكرى لنماذج من النساء المؤثرات في الحركات النسوية المصرية - كما تدعم الصفحة النساء بإبراز بطولاتهن، فالنساء من جميع الأعمار مدعوات لمشاركة قصصهم وتشرط الصفحة أن يكنّ النساء مصريات الجنسية، كما تشجع الصفحة النساء على العمل وتنمية الثقة بالنفس لتحفيز الأخريات منهن لتحدو حذوهن، كما لا تتبع الصفحة أي منظمة أو جماعة معينة، فهي مبادرة شخصية لغرض توجيه المرأة للنهوض والمحاربة من أجل حقوقها فهذه رسالة للمرأة أن تكون قوية وواثقة من نفسها لتحقيق طموحاتها وكسر التقاليد التي تعرقل نهوضها.

وتري هذه الصفحة أن مستقبل مصر يقع في أيدي المرأة، فتأمل أن تكون سعيدة وتنجول بحرية وتتمتع ببيئة عمل بدون تفرقة عنصرية وتريد من الفتيات الصغيرات تحقيق الحلم بأن تكون رئيس أو رائد فضاء أو مسئولة عن حرب أو أي شيء ترغب به دون عرقلة بحجة أنهن إناث فلا أحد بإمكانه أن يتجاهل أنه على مدى العقود الأخيرة ظهرت أصوات تطالب بتهميش المرأة ونتيجة لهذه الجهود المنظمة حدث تراجع في مكانتها ووضعها الاجتماعي والعملية مقارنة بوضعها في الستينات مثلاً عندما ازدهرت مكانتها، ووصلت إلى أوجها، ونتيجة لما تعرضت له المرأة في العقود الفائتة، فإن صفحة " سيدات مصر " تهدف إلى استعادة مكانة المرأة والدفع بها للمطالبة باكتساب المزيد من الحقوق .

صالون التنويريين

انشأت هذه الصفحة في ٢٢ أكتوبر ٢٠١٧، ويديرها أشخاص من كندا ومصر والولايات المتحدة، حيث يمكن لأي شخص رؤية أعضاء المجموعة ومايقومون بنشره وهي صفحة تنويرية، اجتماعية سياسية من أجل الحفاظ على هويتنا، ويتابعها ٤٩ ألف متابع على الرابط التالي^(٣٨)

<https://www.facebook.com/Maximus2018?mibextid=ZbWKwL>

وتهتم هذه المنصة بكل ما يخص القضايا المجتمعية كالمواطنة والقضايا الخاصة بالهوية سواء كانت هوية دينية أو تاريخية أو عائلية أو سياسية إضافة إلى الأفكار التنويرية .

ثورة المرأة

انشأت هذه الصفحة في ١١ سبتمبر ٢٠١٩، ويديرها مجموعة من الأشخاص في مصر وفرنسا والأردن وسوريا ويتابعها ١٥٩ ألف متابع على الرابط التالي:^(٣٩)

<https://www.facebook.com/profile.php?id=100068866046091&mibextid=ZbWKwL>

وهي مهتمة بكل ما يخص المرأة وقضاياها وخاصة العنف الذي تتعرض له سواء كان لفظي أو بدني وعمل مبادرات توعوية لمواجهة .

فتاوى البلد

انشأت هذه الصفحة في ٢١ سبتمبر ٢٠١٣ تحت اسم فيديو صدى البلد، وتم تغييره إلى فيديو البلد في ٢١ أغسطس ٢٠١٦، ثم تغير إلى فتاوى البلد في ٢٦ نوفمبر ٢٠٢٢م وتعتبر هي الصفحة الرسمية لصدى البلد فيديو ويدير هذه الصفحة ٣٦ شخص من جمهورية مصر العربية، ويتابعها مليون شخص على الرابط التالي^(٤٠)

<https://www.facebook.com/FataweElbalad?mibextid=ZbWKwL>

وتهتم بالفتاوى الدينية والرد عليها من خلال المتخصصين، كما تعمل على مواجهة الفتاوى الجدلية ووضع الضوابط لها من خلال المتخصصين.

نتائج الدراسة التحليلية :-

جدول (٢)

أعداد المضامين المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي فيس بوك عن القضايا الجدلية عينة الدراسة

الصفحة	ك	%
ثورة المرأة	49	6.35
سيدات مصر	89	11.53
صالون التنويريين	491	63.60
فتاوي البلد	143	18.52
الإجمالي	772	100.0

يوضح الجدول السابق أعداد المضامين المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي فيس بوك عن القضايا الجدلية عينة الدراسة، وذلك بتصدر صفحة صالون التنويريين بنسبة ٦٣.٦٠ %، تليها صفحة فتاوى البلد في الترتيب الأول بنسبة ١٨.٥٢ %، ثم صفحة سيدات مصر في الترتيب الثالث بنسبة ٢.٣ %، وجاء في الترتيب الرابع صفحة ثورة المرأة بنسبة ٦.٣٥ %، وقد لاحظت الباحثة خلال فترة الدراسة اهتمام صفحة صالون التنويريين بالحديث عن القضايا الجدلية والخارجة عن المؤلف وعن طبيعة الشعب المصري الأمر الذي يعمل على إثارة الرأي العام بل وخلق نوع من البلبل

كالحديث عن الفتاوى الغير مألوفة أو السخرية من علماء الدين وغيرها من الأمور التي تثير حفيظة الشعب المصري، بينما اهتمت صفحة فتاوى البلد بالرد على هذه الشبهات بأخذ آراء المتخصصين، وعرض وجهات نظر مختلفة، كما اهتمت صفحتي سيدات مصر وثورة المرأة بالتركيز على القضايا النسوية وإبراز العنف المجتمعي الذي قد تتعرض له المرأة المصرية .

جدول (٣)

معالجة صفحات مواقع التواصل الاجتماعي عينة الدراسة للقضايا الجدلية

المجموع	الصفحة								شكل المادة المنشورة	
	فتاوى البلد		صالون التثويريين		سيدات مصر		ثورة المرأة			
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
15.8%	122	0.0%	0	24.8%	122	0.0%	0	0.0%	0	منشور نصي فقط
40.5%	313	0.0%	0	41.5%	204	84.3%	75	69.4%	34	نص مع صورة
1.3%	10	0.0%	0	2.0%	10	0.0%	0	0.0%	0	نص مع فيديو
0.4%	3	0.0%	0	0.6%	3	0.0%	0	0.0%	0	نص مع رابط
18.7%	144	4.2%	6	22.8%	112	12.4%	11	30.6%	15	منشور صورة
5.2%	40	6.3%	9	6.3%	31	0.0%	0	0.0%	0	منشور فيديو
18.1%	140	89.5%	128	1.8%	9	3.4%	3	0.0%	0	منشور رابط
100.0%	772	100.0%	143	100.0%	491	100.0%	89	100.0%	49	المجموع

٢١٥.٥٧٠ = ٢١٥.٥٧٠ درجات الحرية = ١٨ مستوى الدلالة = ٠.٠٠١ معامل التوافق = ٠.٦٩٤ .

من خلال عرض الجدول السابق يتضح :

احتلال النص والصورة المرتبة الأولى بنسبة ٤٠.٥%، وجاء عرض المادة المنشورة كصورة فقط في الترتيب الثاني بنسبة ١٨.٧%، بينما جاء عرض المادة المنشورة كنص فقط في الترتيب الثالث بنسبة ١٥.٨%، يليها عرض المادة على هيئة فيديو في الترتيب الرابع بنسبة ٥.٢%، بينما جاء وجود روابط لمواقع الكترونية في الترتيب الخامس بنسبة ٠.٤%، حيث تمثلت هذه الروابط إما للقناة الخاصة بالصفحة أو الأشخاص أصحاب المادة المنشورة على اليوتيوب، أو الإحالة إلى المواقع الصحفية المختلفة على الانترنت، وهذا يوضح اهتمام الصفحات عينة الدراسة بالمزج بين النص والصورة أو الصورة فقط، حيث تعد المؤثرات البصرية متمثلة في الصور من أكثر الأدوات تأثيراً وإقناعاً وجذب الآخرين، وربما يعود لرغبة القائمين على هذه الصفحات بتحقيق أحد أهم الأهداف من انشائها وهو إما الترويج لفكر أو لثقافة معينة أو إثبات صحة الأخبار المتداولة بها عن طريق الصور.

وبإجراء اختبار كا٢ تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الصفحات عينة الدراسة و القضايا الجدلية محل الدراسة حيث بلغت قيمة كا٢ = ٧١٥.٥٧٠ وهي دالة

عند مستوي معنوية = ٠.٠٠١ وقد بلغ معامل التوافق = ٠.٦٩٤، أي أنه كانت هناك اختلافات واضحة بين الصفحات عينة الدراسة فيما يتعلق بتناولها للقضايا الجدلية. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة إيمان سيد علي عبد المطلب^(٤١) بعنوان "معالجة مواقع التواصل الاجتماعي لقضايا التطبيع مع اسرائيل دراسة تحليلية"، والتي توصلت إلى احتلال النص والصورة الترتيب الأول بنسبة ٣٧.١%.

جدول (٤)

القالب الفني المنشور على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي عينة الدراسة للقضايا الجدلية

المجموع	الصفحة								القالب الفني للمنشور	
	فتاوي البلد		صالون التنويريين		سيدات مصر		ثورة المرأة			
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
16.5%	127	32.2%	46	11.4%	56	24.7%	22	6.1%	3	خبر
5.3%	41	1.4%	2	5.5%	27	5.6%	5	14.3%	7	قصة خبرية
20.7%	160	47.6%	68	15.7%	77	12.4%	11	8.2%	4	تقرير
24.2%	187	2.8%	4	27.1%	133	33.7%	30	40.8%	20	مقال
0.8%	6	2.8%	4	0.4%	2	0.0%	0	0.0%	0	حديث
0.6%	5	1.4%	2	0.4%	2	1.1%	1	0.0%	0	تحقيق
30.7%	237	11.9%	17	37.7%	185	22.5%	20	30.6%	15	صورة وتعليق
1.2%	9	0.0%	0	1.8%	9	0.0%	0	0.0%	0	أخرى تذكر
100.0%	772	100.0%	143	100.0%	491	100.0%	89	100.0%	49	المجموع

كا = ١٩٠.٧٤٨ درجات الحرية = ٢١ مستوى الدلالة = ٠.٠٠١ معامل التوافق = ٠.٤٤٥.

من خلال عرض الجدول السابق يتضح :

احتلال الصورة والتعليق كقالب فني مناسب للمادة المنشورة حيث جاءت في الترتيب الأول بنسبة ٣٠.٧%، وجاء استخدام المقالات في الترتيب الثاني بنسبة ٢٤.٢%، وجاء التقرير في الترتيب الثالث بنسبة ٢٠.٧%، بينما جاء الخبر الصحفي في الترتيب الرابع بنسبة بلغت ١٦.٥%، تلاه استخدام القصة الخبرية في الترتيب الخامس بنسبة ٥.٣%، بينما جاء الحديث والتحقيق في الترتيب السادس والسابع بنسبة بلغت ٠.٨%، ٠.٦% على التوالي ومن خلال العرض السابق يتضح اهتمام الصفحات عينة الدراسة بعرض المادة المنشورة كصورة مصاحبة بتعليق مما يعكس مدى حرص هذه الصفحات على توضيح الرؤية والعرض من نشر المادة وما تحمله من أفكار ومعاني تعمل على جذب القارئ ولفت انتباهه تجاه القضايا الجدلية وكسب تأييد الجمهور لما قد تحتويه من بعض الحجج والأساليب المتنوعة .

وبإجراء اختبار كا تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الصفحات عينة الدراسة و القضايا الجدلية محل الدراسة حيث بلغت قيمة كا = ١٩٠.٧٤٨ وهي دالة عند مستوي معنوية = ٠.٠٠١ وقد بلغ معامل التوافق = ٠.٤٤٥، أي أنه كانت هناك اختلافات واضحة بين الصفحات عينة الدراسة فيما يتعلق بتناولها للقالب الفني الخاص بالقضايا الجدلية .

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة فتحي محمد شمس الدين^(٤٢) بعنوان "معالجة القضايا السياسية في شبكات التواصل الاجتماعي واتجاه الشباب المصري نحو أحداث ٣٠ يونيو : صفحة حركة تمرد وجبهة الانقاذ الوطنى نموذجاً"، التي توصلت إلى احتلال المنشور النصي مع الصورة مقدمة المواد المنشورة بنسبة ٢٣%.

وتختلف هذه النتيجة مع دراسة محمود حلمي عمارة^(٤٣) بعنوان "التغطية الإعلامية للرياضات الخاصة بالأشخاص ذوي الإعاقة في البرامج التلفزيونية المتخصصة وصفحات الفيسبوك دراسة مقارنة"، التي توصلت إلى أن الأخبار جاءت في مقدمة القوالب الفنية المستخدمة .

جدول (٥)

الصور المصاحبة للمنشور على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي عينة الدراسة للقضايا الجدلية

المجموع	الصفحة								الصور المصاحبة للمنشور	
	فتاوي البلد		صالون التويريين		سيدات مصر		ثورة المرأة			
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
15.4%	119	0.0%	0	24.2%	119	0.0%	0	0.0%	0	بدون صور
73.8%	570	98.6%	141	61.9%	304	94.4%	84	83.7%	41	صورة واحدة
5.8%	45	0.7%	1	7.3%	36	0.0%	0	16.3%	8	صورتان
0.9%	7	0.0%	0	1.4%	7	0.0%	0	0.0%	0	ثلاث صور
4.0%	31	0.7%	1	5.1%	25	5.6%	5	0.0%	0	أكثر من ثلاثة
100.0%	772	100.0%	143	100.0%	491	100.0%	89	100.0%	49	المجموع

٢٤٩ = ١٢٩.٨٤٩ درجات الحرية = ١٢ مستوى الدلالة = ٠.٠٠١ معامل التوافق = ٠.٣٧٩.

يتضح من الجدول السابق مايلي :

احتلال المنشور الخاص بالقضايا الجدلية محل الدراسة مصاحبا بصورة واحدة في الترتيب الأول بنسبة ٧٣.٨%، وجاء عدم استخدام صور في الترتيب الثاني بنسبة ١٥.٤%، وجاء استخدام صورتان في الترتيب الثالث بنسبة ٥.٨%، بينما جاء استخدام أكثر من ثلاث صور في الترتيب الرابع بنسبة ٤%، وجاء استخدام ثلاث صور في الترتيب الخامس والأخير بنسبة بلغت ٠.٩%، وترى الباحثة أن هذا يعكس حرص صفحات مواقع التواصل الاجتماعي عينة الدراسة على توثيق موضوعاتها بالصور فهي تعتبر وسيلة بصرية مهمة؛ تعمل على جذب انتباه القارئ خاصة بعد ظهور الكثير من المستحدثات الالكترونية التي تميز هذا العصر، حيث فرضت زيادة الوعي بالأدوار المستحدثة التي تقوم بها الصورة الصحفية سواء في المجالات السياسية أو الاجتماعية أو الثقافية وقدرتها على تزييف الوعي والإيحاء بآراء ومعان مغايرة أو تأكيد صحة كلام المصدر والبرهنة على مصداقيته .

وبإجراء اختبار كا٢ تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الصفحات عينة الدراسة و القضايا الجدلية محل الدراسة حيث بلغت قيمة كا٢ = ١٢٩.٨٤٩ وهي دالة عند مستوي معنوية = ٠.٠٠١ وقد بلغ معامل التوافق = ٠.٣٧٩، أي أنه كانت هناك

اختلافات واضحة بين الصفحات عينة الدراسة فيما يتعلق باستخدامها للصور المصاحبة للمنشور الخاص بالقضايا الجدلية

جدول (٦)

نوع الصور المصاحبة للمنشور على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي عينة الدراسة للقضايا الجدلية

المجموع	الصفحة								نوع الصور	
	فتاوي البلد		صالون التويريين		سيدات مصر		ثورة المرأة			
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
2.3%	15	3.5%	5	2.7%	10	0.0%	0	0.0%	0	شخصية
58.7%	383	58.0%	83	63.7%	237	23.6%	21	85.7%	42	موضوعية
2.9%	19	0.0%	0	4.3%	16	2.2%	2	2.0%	1	خرائط
36.0%	235	38.5%	55	29.0%	108	74.2%	66	12.2%	6	انفوجرافيك
0.2%	1	0.0%	0	0.3%	1	0.0%	0	0.0%	0	أكثر من نوع
100.0%	653	100.0%	143	100.0%	372	100.0%	89	100.0%	49	المجموع

كا = ٨٧.٣١٤ درجات الحرية = ١٢ مستوى الدلالة = ٠.٠٠١ معامل

التوافق = ٠.٣٤٣

من خلال عرض الجدول السابق يتضح :

اهتمام الصفحات عينة الدراسة بعرض الصور الموضوعية عن القضايا الجدلية محل الدراسة حيث جاءت في الترتيب الأول بنسبة ٥٨.٧%، وجاء الانفوجراف في الترتيب الثاني بنسبة ٣٦%، وجاءت الصور الشخصية في الترتيب الثالث بنسبة ٢.٣%، بينما جاء استخدام أكثر من نوع في الترتيب الرابع والأخير بنسبة ٠.٢%، ومن خلال هذا العرض يتضح حرص الصفحات عينة الدراسة بتقديم صور حية عن الموضوعات الخاصة بالقضايا الجدلية فهي تعكس آراء وتوجهات هذه الصفحات وماتحمله من مضامين وقيم مجتمعية سواء كانت إيجابية أم سلبية بغرض خلق رأي عام يتفق مع ماتعرضه هذه الصفحات .

وبإجراء اختبار كا تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الصفحات عينة الدراسة و القضايا الجدلية محل الدراسة حيث بلغت قيمة كا = ٨٧.٣١٤ ، وهي دالة عند مستوي معنوية = ٠.٠٠١ ، وقد بلغ معامل التوافق = ٠.٣٤٣ ، أي أنه كانت هناك اختلافات واضحة بين الصفحات عينة الدراسة فيما يتعلق بنوع الصور المصاحبة للمنشور الخاص بالقضايا الجدلية .

جدول (٧)

لون الصور المصاحبة للمنشور على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي عينة الدراسة للقضايا الجدلية

المجموع	الصفحة								لون الصور	
	فتاوي البلد		صالون التويريين		سيدات مصر		ثورة المرأة			
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
84.4%	551	98.6%	141	78.0%	290	93.3%	83	75.5%	37	الوان
10.7%	70	0.7%	1	17.2%	64	3.4%	3	4.1%	2	أبيض وأسود
4.9%	32	0.7%	1	4.8%	18	3.4%	3	20.4%	10	الاثنتين معا
100.0%	653	100.0%	143	100.0%	372	100.0%	89	100.0%	49	المجموع

كا = ٧٠.٦٤٤ درجات الحرية = ٦ مستوى الدلالة = ٠.٠٠١ معامل التوافق = ٠.٣١٢

من خلال عرض الجدول السابق يتضح :

حرص الصفحات عينة الدراسة على استخدام الصور الملونة حيث جاءت في الترتيب الأول بنسبة ٨٤.٤%، وجاء استخدام الصور الأبيض والأسود في الترتيب الثاني بنسبة ١٠.٧%، بينما جاء استخدام الاثنتين معا في الترتيب الثالث بنسبة ٤.٩%، وهذا يعكس الطبيعة التكنولوجية الخاصة بصفحات التواصل الاجتماعي من سهولة استخدام الألوان وعناصر الجذب الأخرى وخاصة بعد ظهر تقنيات الذكاء الاصطناعي لضمان جذب الانتباه والوصول لأكبر عدد من المتلقين .

وبإجراء اختبار كا٢ تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الصفحات عينة الدراسة والقضايا الجدلية محل الدراسة حيث بلغت قيمة كا٢ = ٧٠.٦٤٤، وهي دالة عند مستوي معنوية = ٠.٠٠١، وقد بلغ معامل التوافق = ٠.٣١٢، أي أنه كانت هناك اختلافات واضحة بين الصفحات عينة الدراسة فيما يتعلق بلون الصور المصاحبة للمنشور الخاص بالقضايا الجدلية .

جدول (٨)

عنوان الصورة المصاحبة للمنشور على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي عينة الدراسة للقضايا الجدلية

المجموع	الصفحة								عنوان الصورة	
	فتاوي البلد		صالون التويريين		سيدات مصر		ثورة المرأة			
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
79.6%	520	100.0%	143	69.4%	258	96.6%	86	67.3%	33	يوجد
20.4%	133	0.0%	0	30.6%	114	3.4%	3	32.7%	16	لا يوجد
100.0%	653	100.0%	143	100.0%	372	100.0%	89	100.0%	49	المجموع

كا = ٨١.٢١٤ درجات الحرية = ٣ مستوى الدلالة = ٠.٠٠١ معامل التوافق = ٠.٣٣٣

من خلال عرض الجدول السابق يتضح :

اهتمام الصفحات عينة الدراسة بوجود عناوين مصاحبة للصورة حيث جاءت في الترتيب الأول بنسبة ٧٩.٦%، وجاء عدم وجود صور في الترتيب الثاني بنسبة

٢٠.٤%، وهذا يعكس حرص هذه الصفحات على توضيح الغرض المقصود من الصورة والمنشور المصاحب لها ولتيسير إيصال الرسالة إلى الجمهور .
وبإجراء اختبار كا^٢ تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الصفحات عينة الدراسة و القضايا الجدلية محل الدراسة حيث بلغت قيمة كا^٢ = ٨١.٢١٤ ، وهي دالة عند مستوي معنوية = ٠.٠٠١ وقد بلغ معامل التوافق = ٠.٣٣٣ ، أي أنه كانت هناك اختلافات واضحة بين الصفحات عينة الدراسة فيما يتعلق بوجود عنوان للصور المصاحبة للمنشور الخاص بالقضايا الجدلية .

جدول (٩)

روابط الإحالة المصاحبة للمنشور على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي عينة الدراسة للقضايا الجدلية

المجموع	الصفحة								روابط الإحالة	
	فتاوي البلد		صالون التنويريين		سيدات مصر		ثورة المرأة			
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
26.0%	201	91.6%	131	9.0%	44	29.2%	26	0.0%	0	يوجد
74.0%	571	8.4%	12	91.0%	447	70.8%	63	100.0%	49	لا يوجد
100.0%	772	100.0%	143	100.0%	491	100.0%	89	100.0%	49	المجموع

كا^٢ = ٤١١.٣٣٦ درجات الحرية = ٣ مستوى الدلالة = ٠.٠٠١ معامل التوافق = ٠.٥٩٠

من خلال عرض الجدول السابق يتضح:

عدم اعتماد الصفحات عينة الدراسة على روابط الإحالة عن الموضوعات الجدلية حيث جاء عدم استخدام روابط في الترتيب الأول بنسبة ٧٤%، وجاء استخدام روابط في الترتيب الثاني بنسبة ٢٦%، حيث كان استخدام هذه الروابط مقصوراً على الإحالة لصفحات اليوتيوب الشخصية الخاصة بالأشخاص موضوع القضايا الجدلية أو الإحالة إلى مواقع بعض الصحف عن الموضوع المنشور .

وبإجراء اختبار كا^٢ تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الصفحات عينة الدراسة و القضايا الجدلية محل الدراسة حيث بلغت قيمة كا^٢ = ٤١١.٣٣٦ ، وهي دالة عند مستوي معنوية = ٠.٠٠١ ، وقد بلغ معامل التوافق = ٠.٥٩٠ ، أي أنه كانت هناك اختلافات واضحة بين الصفحات عينة الدراسة فيما يتعلق بروابط الإحالة المصاحبة للمنشور الخاص بالقضايا الجدلية .

جدول (١٠)
موافقة العنوان لمضمون المنشور على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي عينة
الدراسة للقضايا الجدلية

المجموع	الصفحة								موافقة العنوان لمضمون المنشور	
	فتاوي البلد		صالون التويريين		سيدات مصر		ثورة المرأة			
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
92.7%	713	100.0%	143	89.3%	436	100.0%	89	91.8%	45	يوافق
7.3%	56	0.0%	0	10.7%	52	0.0%	0	8.2%	4	لا يوافق
100.0%	769	100.0%	143	100.0%	488	100.0%	89	100.0%	49	المجموع

كا = ٢٦.٥٠٤ درجات الحرية = ٣ مستوى الدلالة = ٠.٠٠١ معامل
التوافق = ٠.١٨٣

من خلال عرض الجدول السابق يتضح :

موافقة العناوين المنشورة للمحتوى المقدم على صفحات المواقع عينة الدراسة حيث جاء موافقتها للمضمون في الترتيب الأول بنسبة ٩٢.٧%، وجاء عدم موافقة المضمون في الترتيب الثاني بنسبة ٧.٣%، وقد لاحظت الباحثة استخدامهم لبعض العناوين الساخرة أو الخارجة عن الإطار العام الذي تدور حوله القضية بغرض توجيه الرأي العام للآراء والأفكار المختلفة عن القضية المطروحة، حيث نجد أن صفحة صالون التويريين أكثر الصفحات استخداماً للعناوين الغير موافقة للمضمون فجاءت في الترتيب الأول بنسبة ١٠.٧%، بين باقي الصفحات عينة الدراسة .

وبإجراء اختبار كا٢ تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الصفحات عينة الدراسة و القضايا الجدلية محل الدراسة حيث بلغت قيمة كا٢ = ٢٦.٥٠٤، وهي دالة عند مستوي معنوية = ٠.٠٠١ وقد بلغ معامل التوافق = ٠.١٨٣، أي أنه كانت هناك اختلافات واضحة بين الصفحات عينة الدراسة فيما يتعلق بموافقة العناوين للمضمون المنشور عن القضايا الجدلية.

جدول (١١)
الألوان المصاحبة للمنشور النصي على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي عينة
الدراسة للقضايا الجدلية

المجموع	الصفحة								الألوان	
	فتاوي البلد		صالون التويريين		سيدات مصر		ثورة المرأة			
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
38.9%	300	98.6%	141	25.7%	126	29.2%	26	14.3%	7	ألوان
22.7%	175	0.7%	1	34.8%	171	3.4%	3	0.0%	0	أبيض وأسود
38.5%	297	0.7%	1	39.5%	194	67.4%	60	85.7%	42	الاثتان معا
100.0%	772	100.0%	143	100.0%	491	100.0%	89	100.0%	49	المجموع

كا = ٣٥٢.٢٦٤ درجات الحرية = ٦ مستوى الدلالة = ٠.٠٠١ معامل
التوافق = ٠.٥٦٠

يتضح من الجدول السابق :

اهتمام الصفحات عينة الدراسة بعرض المنشور النصي ملونا حيث جاء استخدام الألوان في الترتيب الأول بنسبة ٣٨.٩%، وجاء استخدام اللونين معا "ملون، وبييض وأسود" في الترتيب الثاني بنسبة ٣٨.٥%، بينما جاء استخدام اللون الأبيض والأسود في الترتيب الثالث بنسبة ٢٢.٧%، وقد جاءت هذه النتيجة نظرا للطبيعة الخاصة لمواقع التواصل الاجتماعي من حيث إنها وسيلة بصرية إضافة للطبيعة الالكترونية التي تتسم بها، كما أن غلبة استخدام الصور الملونة في المادة المنشورة جعل الطابع العام للمحتوى ملونا .

وبإجراء اختبار كا^٢ تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الصفحات عينة الدراسة و القضايا الجدلية محل الدراسة حيث بلغت قيمة كا^٢ = ٣٥٢.٢٦٤، وهي دالة عند مستوي معنوية = ٠.٠٠١، وقد بلغ معامل التوافق = ٠.٥٦٠، أي أنه كانت هناك اختلافات واضحة بين الصفحات عينة الدراسة فيما يتعلق بالألوان المصاحبة للمنشور النصي عن القضايا الجدلية.

جدول (١٢)

الفيديو المصاحب للمنشور النصي على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي عينة الدراسة للقضايا الجدلية

المجموع	الصفحة								الفيديو	
	فتاوي البلد		صالون التثويريين		سيدات مصر		ثورة المرأة			
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
10.6%	82	20.3%	29	10.6%	52	1.1%	1	0.0%	0	يوجد
89.4%	690	79.7%	114	89.4%	439	98.9%	88	100.0%	49	لا يوجد
100.0%	772	100.0%	143	100.0%	491	100.0%	89	100.0%	49	المجموع

كا^٢ = ٢٨.٣٣١ درجات الحرية = ٣ مستوى الدلالة = ٠.٠٠١ معامل

التوافق = ٠.١٨٨

من خلال عرض الجدول السابق نلاحظ :

قلة استخدام الفيديوهات عن القضايا الجدلية حيث جاء عدم استخدام فيديو عن الموضوع الجدلي المنشور في الترتيب الأول بنسبة ٨٩.٤%، وجاء وجود فيديو عن قضايا الدراسة في الترتيب الثاني بنسبة ١٠.٦%، وهذا يرجع إلى أن أغلب الفيديوهات كانت إما من خلال الإحالة إلى روابط إلكترونية على صفحات اليوتيوب عن الأشخاص موضوع الدراسة، أو رصد للأحداث والوقائع موضوع القضايا الجدلية وكان أغلبها متركز في الأحداث الإيرانية الأخيرة لمناهضة العنف ضد المرأة ونزعها للحجاب ومخالفة القواعد والأعراف الإيرانية، كما جاء أيضا استخدام فيديوهات توضح بعض المقاطع الخاصة بالفتاوى المنسوبة إلى بعض رموز الأزهر الشريف والتعليق عليها على حسب اتجاه الصفحة بين مؤيد ومعارض لهذه القضية .

وبإجراء اختبار كا^٢ تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الصفحات عينة الدراسة و القضايا الجدلية محل الدراسة، حيث بلغت قيمة كا^٢ = ٢٨.٣٣١، وهي دالة

عند مستوي معنوية = ٠.٠٠١، وقد بلغ معامل التوافق = ٠.١٨٨، أي أنه كانت هناك اختلافات واضحة بين الصفحات عينة الدراسة فيما يتعلق باستخدام الفيديوهات المصاحبة للمنشور النصي عن القضايا الجدلية.

جدول (١٣)

القضايا الجدلية موضوع الدراسة على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي عينة الدراسة

المجموع	الصفحة								القضايا الجدلية	
	فتاوى البلد		صالون التنويريين		سيدات مصر		ثورة المرأة			
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
13.0%	100	21.7%	31	11.8%	58	7.9%	7	8.2%	4	اجتماعية
3.0%	23	4.2%	6	2.6%	13	2.2%	2	4.1%	2	اقتصادية
33.8%	261	33.6%	48	40.5%	199	3.4%	3	22.4%	11	دينية فكرية
12.4%	96	7.0%	10	13.4%	66	10.1%	9	22.4%	11	نفسية مرضية
12.7%	98	9.8%	14	13.6%	67	14.6%	13	8.2%	4	حقوقية
25.1%	194	23.8%	34	17.9%	88	61.8%	55	34.7%	17	قضايا المرأة
100.0%	772	100.0%	143	100.0%	491	100.0%	89	100.0%	49	المجموع

كا = ١١٥.٧٦٦ درجات الحرية = ١٥ مستوى الدلالة = ٠.٠٠١ معامل التوافق = ٠.٣٦١

من خلال عرض الجدول السابق يتضح :

تصدر القضايا الدينية الجدلية اهتمام الصفحات عينة الدراسة حيث جاءت في الترتيب الأول بنسبة ٣٣.٨%، بين القضايا الجدلية موضوع الدراسة، وجاء اهتمامهم بقضايا وحقوق المرأة في الترتيب الثاني بنسبة ٢٥.١%، بينما جاءت القضايا الاجتماعية في الترتيب الثالث بنسبة ١٣%، وجاء الاهتمام بالقضايا الحقوقية في الترتيب الرابع بنسبة ١٢.٧%، واحتلت القضايا النفسية المرضية الترتيب الخامس بنسبة ١٢.٤%، بينما جاءت القضايا الاقتصادية في الترتيب السادس والأخير بنسبة ٣%، وهذه النتيجة تعكس مدى حرص الباحثة على توضيح الرؤية الخاصة بهذه الصفحات عن القضايا الجدلية وخاصة القضايا الدينية والقضايا الجدلية الخاصة بالمرأة، حيث نجد انتشار بعض الفتاوى الدينية الخارجة عن الإطار العام، إضافة إلى ظهور بعض الدعاوى لإعطاء المرأة بعض المكاسب متناسين أن ماتقوم به المرأة من واجبات وحقوق تجاه زوجها وبيتها إنما هو بدافع المودة والرحمة والفرط الإنسانية التي جبلها الله عليها غير أن الإسلام أعطاهم من الحقوق والواجبات لا ينكرها أصحاب الفطرة السليمة وليس الذين يأخذون الدين على ظاهره فقط دون فهم المقاصد الحقيقية من هذه الأحكام .

وبإجراء اختبار كا تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الصفحات عينة الدراسة و القضايا الجدلية محل الدراسة حيث بلغت قيمة كا = ١١٥.٧٦٦، وهي دالة عند مستوي معنوية = ٠.٠٠١ وقد بلغ معامل التوافق = ٠.٣٦١، أي أنه كانت هناك اختلافات واضحة بين الصفحات عينة الدراسة فيما يتعلق بنوع القضايا الجدلية.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة فاطمة الزهراء أمير النجار، شيرين سلامة السعيد الدسوقي^(٤٤)، بعنوان أطر معالجة النخبة الإلكترونية المصرية على شبكتي فيس بوك وتويتر للقضايا المجتمعية، دراسة تحليلية التي توصلت إلى أن القضايا الدينية جاءت في مقدمة القضايا التي تم تناولها في حساب أمير منير حيث مثلت نسبة ٧٣% من إجمالي القضايا، تلاها القضايا الاجتماعية بنسبة ٢٤%.

وتختلف هذه النتيجة مع دراسة آيات أحمد رمضان^(٤٥) بعنوان "قيم المجتمع العربي كما تعكسها صفحات المشكلات على موقع face book واتجاهات المستخدمين نحوها، والتي توصلت إلى ان تناول صفحات المشكلات للجوانب الأسرية في الترتيب الأول بنسبة ٥٧%، وجاء في الترتيب الثاني المشكلات الاقتصادية بنسبة ٢١%.

جدول (١٤)

القضايا الاجتماعية الجدلية على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي عينة الدراسة

المجموع	الصفحة								القضايا الاجتماعية	
	فتاوي البلد		صالون التنويريين		سيدات مصر		ثورة المرأة			
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
28.0%	28	32.3%	10	27.6%	16	14.3%	1	25.0%	1	غرس اتجاهات وسلوكيات
58.0%	58	61.3%	19	51.7%	30	85.7%	6	75.0%	3	الدفاع عن الهوية
14.0%	14	6.5%	2	20.7%	12	0.0%	0	0.0%	0	الاستهتار
100.0%	100	100.0%	31	100.0%	58	100.0%	7	100.0%	4	المجموع

كا = ٦.٩٢١ درجات الحرية = ٦ مستوى الدلالة = ٠.٣٢٨ غير دالة

من خلال عرض الجدول السابق يتضح :

حرص صحف الدراسة على إبراز قضايا الدفاع عن الهوية سواء كانت الهوية الدينية أو الاجتماعية أو الثقافية وغيرها، حيث جاء الدفاع عن الهوية في الترتيب الأول بين القضايا الاجتماعية الجدلية وذلك بنسبة ٥٨%، وجاء غرس اتجاهات وسلوكيات في الترتيب الثاني بنسبة ٢٨%، بينما جاء الاستهتار في الترتيب الثالث بنسبة ١٤%، حيث نلاحظ اهتمام صفحة سيدات مصر بنشر الموضوعات الخاصة بالدفاع عن الهوية بما يخدم قضايا المرأة وعدم المساس بحقوقها وإظهار نماذج تؤيد المرأة وحقوقها وإطلاق الحملات المختلفة لتوعية المرأة وتعريفها بحقوقها كحملة إقرني التي أطلقها المركز المصري لحقوق المرأة، وحملة تاء مربوطة التي أطلقتها كلية الآداب جامعة بنها .

وبإجراء اختبار كا ٢١ تبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الصفحات عينة الدراسة ونوع القضايا الاجتماعية الجدلية حيث بلغت قيمة كا = ٦.٩٢١ عند مستوي معنوية ٠.٣٢٨ وهي غير دالة، أي أنه لم تكن هناك اختلافات واضحة بين الصفحات عينة الدراسة فيما يتعلق بتناولها للقضايا الاجتماعية الجدلية.

جدول (١٥)

القضايا الاقتصادية الجدلية على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي عينة الدراسة

المجموع	الصفحة								القضايا الاقتصادية	
	فتاوي البلد		صالون التنويريين		سيدات مصر		ثورة المرأة			
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
4.3%	1	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	50.0%	1	بطالة
52.2%	12	66.7%	4	38.5%	5	100.0%	2	50.0%	1	محدودية الدخل
8.7%	2	0.0%	0	15.4%	2	0.0%	0	0.0%	0	عدم تكافؤ الفرص
34.8%	8	33.3%	2	46.2%	6	0.0%	0	0.0%	0	مقترحات لزيادة الاستثمار
100.0%	23	100.0%	6	100.0%	13	100.0%	2	100.0%	2	المجموع

٢١ = ١٥.٥٠٥ درجات الحرية = ٩ مستوى الدلالة = ٠.٠٧٨ غير دالة

يتضح من الجدول السابق :

تصدر الموضوعات الخاصة بمحدودية الدخل غلبة القضايا الاقتصادية الجدلية موضوع الدراسة، حيث جاءت في الترتيب الأول بنسبة ٥٢.٢%، وجاء تقديم مقترحات لزيادة الاستثمار في الترتيب الثاني بنسبة ٣٤.٨%، بينما جاء عدم تكافؤ الفرص في الترتيب الثالث بنسبة ٨.٧٥%، بينما أتت الموضوعات الخاصة بالبطالة في الترتيب الرابع والأخير بنسبة ٤.٣%، وقد اهتمت صفحات الدراسة بالتركيز على محدودية الدخل إما من خلال ذكر نماذج لأشخاص حقيقية طورت من نفسها كقصة رؤوف غبور الذي خلق كيانا اقتصاديا منذ صغره دون الاعتماد على أحد، أو العكس من خلال التمرد على الوضع الحالي للأشخاص والاعتماد على غيرهم سواء كانت زوجة، والدة أو غيرها .

وبإجراء اختبار كا ٢ تبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الصفحات عينة الدراسة ونوع القضايا الاقتصادية الجدلية حيث بلغت قيمة كا ٢ = ١٥.٥٠٥، عند مستوي معنوية ٠.٠٧٨ وهي غير دالة، أي أنه لم تكن هناك اختلافات واضحة بين الصفحات عينة الدراسة فيما يتعلق بتناولها للقضايا الاقتصادية الجدلية.

جدول (١٦)
القضايا الدينية الجدلية على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي عينة الدراسة

المجموع	الصفحة								القضايا الدينية	
	فتاوى البلد		صالون التنويريين		سيدات مصر		ثورة المرأة			
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
6.5%	17	10.4%	5	6.0%	12	0.0%	0	0.0%	0	حرية الاعتقاد
10.7%	28	0.0%	0	13.6%	27	33.3%	1	0.0%	0	التبني
17.6%	46	6.3%	3	21.1%	42	0.0%	0	9.1%	1	التشكيك في العقيدة
27.2%	71	18.8%	9	27.6%	55	0.0%	0	63.6%	7	التعصب
20.7%	54	0.0%	0	25.6%	51	0.0%	0	27.3%	3	السخرية من علماء الدين
1.9%	5	8.3%	4	0.5%	1	0.0%	0	0.0%	0	مدح علماء الدين
15.3%	40	56.3%	27	5.5%	11	66.7%	2	0.0%	0	ترسيخ القيم
100.0%	261	100.0%	48	100.0%	199	100.0%	3	100.0%	11	المجموع

كا = ١٢٢.٢٥٠ درجات الحرية = ١٨ مستوى الدلالة = ٠.٠٠١ معامل التوافق = ٠.٥٦٥

نلاحظ من الجدول السابق :

تصدر قضايا التعصب الديني غلبة القضايا الدينية الجدلية حيث جاء التعصب في الترتيب الأول بنسبة ٢٧.٢%، بينما جاء السخرية من علماء الدين الترتيب الثاني بنسبة ٢٠.٧%، واحتل التشكيك في العقيدة الترتيب الثالث بنسبة ١٧.٦%، فقد تصدرت صفحة صالون التنويريين الترتيب الأول بين صفحات الدراسة قضية التشكيك في العقيدة فجاءت في الترتيب الأول بنسبة ٢١.١%، كما جاء ترسيخ القيم الترتيب الرابع بين القضايا الدينية الجدلية موضوع الدراسة فجاءت بنسبة ١٥.٣%، بينما جاءت قضايا التبني الترتيب الخامس بنسبة ١٠.٧%، وكان أغلب الحديث عن قضايا التبني قضية الطفل شنودة الذي نشأ داخل أسرة مسيحية حيث ألفت صفحة سيدات مصر و صفحة صالون التنويريين اللوم على القانون المصري الذي يمنع التبني ومحاولات خلق رأي عام يناهض الوضع القائم دون انتظار رأي الكنيسة أو الأزهر في هذا الشأن بل قامت بالهجوم عند معرفة ما حدث، وجاء الحديث عن حرية الاعتقاد الترتيب السادس بنسبة ٦.٥%، مع ملاحظة تصدر صفحة فتاوى البلد صفحات الدراسة في تناول قضية حرية الاعتقاد فجاءت في الترتيب الأول بنسبة ١٠.٤%، فهذه الصفحة تقدم صحيح الدين من خلال العلماء والمتخصصين وعرضها للرأي والرأي الآخر، بينما جاء في الترتيب السابع والأخير مدح علماء الدين وذلك بنسبة ١.٩% .

وبإجراء اختبار كا تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الصفحات عينة الدراسة والقضايا الدينية الجدلية محل الدراسة حيث بلغت قيمة كا = ١٢٢.٢٥٠، وهي دالة عند مستوي معنوية = ٠.٠٠١ وقد بلغ معامل التوافق = ٠.٥٦٥، أي أنه كانت هناك اختلافات واضحة بين الصفحات عينة الدراسة فيما يتعلق بالقضايا الدينية الجدلية.

جدول (١٧)
القضايا النفسية الجدلية على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي عينة الدراسة

المجموع	الصفحة									القضايا النفسية
	فتاوي البلد		صالون التنويريين		سيدات مصر		ثورة المرأة			
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
8.3%	8	10.0%	1	4.5%	3	11.1%	1	27.3%	3	الشذوذ
12.5%	12	30.0%	3	12.1%	8	11.1%	1	0.0%	0	الخوف
26.0%	25	0.0%	0	30.3%	20	11.1%	1	36.4%	4	انعدام ثقة
28.1%	27	60.0%	6	24.2%	16	33.3%	3	18.2%	2	سلوك غير سوي
3.1%	3	0.0%	0	4.5%	3	0.0%	0	0.0%	0	إدمان
21.9%	21	0.0%	0	24.2%	16	33.3%	3	18.2%	2	ازدواجية الشخصية
100.0%	96	100.0%	10	100.0%	66	100.0%	9	100.0%	11	المجموع

كا = ٢٢.٨٨٨ درجات الحرية = ١٥ مستوى الدلالة = ٠.٠٨٧ غير دالة

من خلال عرض الجدول السابق :

نلاحظ تركيز صفحات مواقع التواصل الاجتماعي على إظهار جوانب السلوك غير السوية في مواقف و حياة الأشخاص موضوع القضايا الجدلية كإشاعة الأخبار الكاذبة، وعمل المرأة المساج للرجل، وسرقة الأحذية من المساجد مقارنة هذا السلوك بما يحدث في الكنائس بل وتعميمها هذه التصرفات على كافة المسلمين فنجد أن إظهار صفحات الدراسة لجوانب السلوك غير السوي جاء في الترتيب الأول بنسبة ٢٨.١%، يليها إنعدام الثقة في الترتيب الثاني بنسبة ٢٦%، بينما جاء ازدواجية الشخصية كأحد القضايا النفسية الجدلية في الترتيب الثالث بنسبة ٢١.٩%، وكان من أهم مظاهر ازدواجية الشخصية ماحدث في مونديال قطر وإظهار قطر تكيل بمكيالين على عكس ماتصدر في الصحف والمواقع الأخرى ، وجاء الخوف في الترتيب الرابع بنسبة بلغت ١٢.٥%، والشذوذ في الترتيب الخامس بنسبة ٨.٣%، بينما جاء الإدمان في الترتيب السادس والأخير بنسبة ٣.١%.

وبإجراء اختبار كا تبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الصفحات عينة الدراسة ونوع القضايا النفسية الجدلية حيث بلغت قيمة كا = ٢٢.٨٨٨ ، عند مستوي معنوية ٠.٠٧٨ وهي غير دالة، أي أنه لم تكن هناك اختلافات واضحة بين الصفحات عينة الدراسة فيما يتعلق بتناولها للقضايا النفسية الجدلية.

جدول (١٨)
القضايا الحقوقية الجدلية على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي عينة الدراسة

المجموع	الصفحة								القضايا الحقوقية	
	فتاوي البلد		صالون التنويريين		سيدات مصر		ثورة المرأة			
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
44.9%	44	50.0%	7	52.2%	35	7.7%	1	25.0%	1	الموطنة
23.5%	23	42.9%	6	9.0%	6	76.9%	10	25.0%	1	احترام الآخر
31.6%	31	7.1%	1	38.8%	26	15.4%	2	50.0%	2	رفض الآخر
100.0%	98	100.0%	14	100.0%	67	100.0%	13	100.0%	4	المجموع

٢٤.٥٨٩ = ٢٤ درجات الحرية = ٦ مستوى الدلالة = ٠.٠٠١ معامل التوافق = ٠.٥١١

من خلال عرض الجدول السابق نلاحظ :

اهتمام صفحات مواقع التواصل الاجتماعي عينة الدراسة بقضايا المواطنة كأحد القضايا الحقوقية الجدلية حيث جاءت في الترتيب الأول بنسبة ٤٤.٩%، بين قضايا الدراسة كما نلاحظ أن أكثر المواقع تركيزا على إظهار هذه القضية كانت صفحة صالون التنويريين فتصدرت الترتيب الأول بين باقي الصفحات، وجاء رفض الآخر في الترتيب الثاني بنسبة ٣١.٦%، بينما جاء احترام الآخر في الترتيب الثالث والأخير بنسبة ٢٣.٥%.

وبإجراء اختبار كا ٢ تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الصفحات عينة الدراسة و القضايا الحقوقية الجدلية محل الدراسة حيث بلغت قيمة $\chi^2 = 34.589$ ، وهي دالة عند مستوى معنوية = ٠.٠٠١ وقد بلغ معامل التوافق = ٠.٥١١، أي أنه كانت هناك اختلافات واضحة بين الصفحات عينة الدراسة فيما يتعلق بالقضايا الحقوقية الجدلية.

جدول (١٩)
قضايا المرأة الجدلية على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي عينة الدراسة

المجموع	الصفحة								قضايا المرأة	
	فتاوي البلد		صالون التنويريين		سيدات مصر		ثورة المرأة			
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
11.9%	23	44.1%	15	4.5%	4	5.5%	3	5.9%	1	زواج
4.1%	8	8.8%	3	2.3%	2	3.6%	2	5.9%	1	طلاق
41.2%	80	14.7%	5	29.5%	26	69.1%	38	64.7%	11	عنف ضد المرأة
26.8%	52	20.6%	7	46.6%	41	0.0%	0	23.5%	4	الدعوة إلى التبرج
16.0%	31	11.8%	4	17.0%	15	21.8%	12	0.0%	0	تمكين المرأة
100.0%	194	100.0%	34	100.0%	88	100.0%	55	100.0%	17	المجموع

٩٢.٧٦٤ = ٩٢ درجات الحرية = ١٢ مستوى الدلالة = ٠.٠٠١ معامل التوافق = ٠.٥٦٩

نلاحظ من الجدول السابق :

تصدر العنف ضد المرأة غلبة القضايا النسوية الخاصة بها حيث جاء في الترتيب الأول بنسبة ٤١.٢%، وكان اهتمام صفحة سيدات مصر بتسليط الضوء على كل ما تتعرض له المرأة من عنف سواء جسدي أو معنوي فاحتلت الترتيب الأول بين المواقع عينة الدراسة، وجاء الدعوة إلى التبرج في الترتيب الثاني بنسبة ٢٦.٨%، بينما جاءت قضايا تمكين المرأة في الترتيب الثالث بنسبة ١٦%، كما نلاحظ أن القضايا المتعلقة بالزواج والطلاق جاءت في الترتيب الرابع والخامس على التوالي بين القضايا النسوية محل الدراسة، وهذا يعكس اهتمام الصفحات عينة الدراسة بإظهار القضايا الأخرى الخاصة بالمرأة غير الزواج والطلاق واعتبار أن هناك قضايا أخرى للمرأة من الواجب التسليط عليها وأخذها مكانتها وحفظا لحقوقها .

وبإجراء اختبار كا^٢ تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الصفحات عينة الدراسة والقضايا الجدلية للمرأة محل الدراسة حيث بلغت قيمة كا^٢ = ٩٢.٧٦٤ ، وهي دالة عند مستوى معنوية = ٠.٠٠١ وقد بلغ معامل التوافق = ٠.٥٦٩ ، أي أنه كانت هناك اختلافات واضحة بين الصفحات عينة الدراسة فيما يتعلق بالقضايا الجدلية للمرأة.

جدول (٢٠)

استمالات الإقناع المستخدمة على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي عينة الدراسة

المجموع	الصفحة								استمالات الإقناع المستخدمة	
	فتاوي البلد		صالون التثويريين		سيدات مصر		ثورة المرأة			
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
10.4%	80	13.3%	19	11.6%	57	3.4%	3	2.0%	1	منطقية
23.1%	178	2.1%	3	30.8%	151	20.2%	18	12.2%	6	عاطفية
66.6%	514	84.6%	121	57.6%	283	76.4%	68	85.7%	42	الإثنان معا
100.0%	772	100.0%	143	100.0%	491	100.0%	89	100.0%	49	المجموع

كا^٢ = ٦٨.٩١٠ درجات الحرية = ٦ مستوى الدلالة = ٠.٠٠١ معامل التوافق = ٠.٢٨٦

نلاحظ من الجدول السابق :

اهتمام صفحات مواقع التواصل الاجتماعي عينة الدراسة باستخدام الاستمالات المنطقية والعاطفية فجاءت في الترتيب الأول بنسبة ٦٦.٦%، وهذا يؤكد أهمية القضايا الجدلية موضوع الدراسة ومدى حرص الصفحات عينة الدراسة على المزج بين الاستمالات بهدف اقتناع المتلقي بالفكرة المطروحة وكسب تأييده وتعاطفه معها، بينما جاء استخدام الاستمالات العاطفية في الترتيب الثاني بنسبة ٢٣.١%، وجاء استخدام الاستمالات المنطقية في الترتيب الثالث والأخير بنسبة ١٠.٤% .

وبإجراء اختبار كا^٢ تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الصفحات عينة الدراسة واستمالات الإقناع المستخدمة حيث بلغت قيمة كا^٢ = ٦٨.٩١٠ ، وهي دالة عند مستوى معنوية = ٠.٠٠١ وقد بلغ معامل التوافق = ٠.٢٨٦ ، أي أنه كانت هناك اختلافات واضحة بين الصفحات عينة الدراسة فيما يتعلق باستمالات الإقناع المستخدمة.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة إيمان سيد علي عبد المطلب^(٤٦) بعنوان "معالجة مواقع التواصل الاجتماعي لقضايا التطبيع مع إسرائيل دراسة تحليلية" حيث توصلت إلى اهتمام الصفحات عينة الدراسة بالمزج بين الاستمالات العقلية والعاطفية بنسبة ٥٦.٣%. وتختلف هذه النتيجة مع دراسة فتحي محمد شمس الدين^(٤٧) بعنوان "معالجة القضايا السياسية في شبكات التواصل الاجتماعي واتجاه الشباب المصري نحو أحداث ٣٠ يونيو : صفحة حركة تمرد وجبهة الانقاذ الوطني نموذجا"، حيث توصلت إلى أن الاستمالات العاطفية كانت في الترتيب الأول بنسبة ٧٤% وأغلبها كان للسخرية.

جدول (٢١)

استمالات الإقناع المنطقية على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي عينة الدراسة

معامل التوافق	مستوى المعنوية	درجة الحرية	ن	المجموع	الصفحة				الاستمالات المنطقية
					الفتاوى	صالون التتويريين	سيدات مصر	ثورة المرأة	
.374	.001	3	96.894	80	53	26	1	0	الاستدلال بالقرآن والسنة
				13.5%	37.9%	7.6%	1.4%	0.0%	
.165	.001	3	16.585	36	4	32	0	0	الاستدلال بنصوص تاريخية
				6.1%	2.9%	9.4%	0.0%	0.0%	
.455	.001	3	155.391	361	25	240	53	43	الاستشهاد بأدلة ووقائع
				60.8%	17.9%	70.6%	74.6%	100.0%	
.332	.001	3	73.492	41	32	9	0	0	الاستشهاد بمصادر متخصصة
				6.9%	22.9%	2.6%	0.0%	0.0%	
.167	.001	3	16.996	24	3	12	9	0	احصائيات وأرقام
				4.0%	2.1%	3.5%	12.7%	0.0%	
.202	.001	3	25.354	32	19	12	1	0	تصريحات مسئولين
				5.4%	13.6%	3.5%	1.4%	0.0%	
.156	.002	3	14.820	17	3	7	7	0	عرض وجهتي النظر
				2.9%	2.1%	2.1%	9.9%	0.0%	
				594	140	340	71	43	المجموع

من خلال عرض الجدول السابق يتضح :

تصدر استخدام صفحات الفيس بوك عينة الدراسة الاستشهاد بالأدلة والوقائع أثناء عرضها للمادة الإعلامية المستخدمة عن القضايا الجدلية من أجل إقناع القارئ بالقضية المطروحة وكسب تأييد الجمهور لها كالاستشهاد ببعض مظاهر العنف ضد المرأة وتجسيد ماتتعرض له من إيذاء وتوثيقه أيضا ببعض الفيديوهات، وأيضا توثيق ما يحدث بمونديال قطر، وما حدث مع الطفل شنوده، إضافة إلى الرد على بعض الفتاوى

الغريبة التي تلتصق بعلماء الأزهر، حيث جاء الاستشهاد بالأدلة والوقائع في الترتيب الأول بنسبة ٦٠.٨%، وجاء الاستدلال بالقرآن والسنة في الترتيب الثاني بنسبة ١٣.٥%، واحتل الاستشهاد بالمصادر المتخصصة في الترتيب الثالث بنسبة ٦.٩%، ثم جاء الاستدلال بنصوص تاريخية في الترتيب الرابع بنسبة ٦.١%، بينما جاء الاعتماد على تصريحات المسؤولين في الترتيب الخامس بنسبة ٥.٤%، في حين جاء استخدام التصريحات والأرقام، عرض وجهتي النظر في الترتيب السادس والسابع بنسبة بلغت ٤%، ٢.٩% على التوالي .

جدول (٢٢)

استمالات الإقناع العاطفية على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي عينة الدراسة

معامل التوافق	مستوى المعنوية	درجة الحرية	٢٤	المجموع	الصفحة				الاستمالات العاطفية
					فتاوى البلد	صالون التثويريين	سيدات مصر	ثورة المرأة	
.399	.001	3	130.887	136	38	36	51	11	ك التركيز على الجوانب الإنسانية
				19.7%	30.6%	8.3%	59.3%	22.9%	
.544	.001	3	291.504	78	68	1	7	2	ك الترغيب
				11.3%	54.8%	0.2%	8.1%	4.2%	
.173	.001	3	21.246	181	15	129	18	19	ك الترهيب
				26.2%	12.1%	29.7%	20.9%	39.6%	
.352	.001	3	97.892	180	3	166	1	10	ك عرض وجهة نظر واحدة
				26.0%	2.4%	38.2%	1.2%	20.8%	
.221	.001	3	35.502	121	2	102	9	8	ك استخدام أساليب إثشائية
				17.5%	1.6%	23.5%	10.5%	16.7%	
-	.205	3	4.587	1	1	0	0	0	ك أخرى
				0.1%	0.8%	0.0%	0.0%	0.0%	
				692	124	434	86	48	ن المجموع

من خلال عرض الجدول السابق يتضح :

تصدر استخدام صفحات الفيس بوك عينة الدراسة للترهيب كوسيلة إقناع عاطفية فجاء في الترتيب الأول بنسبة ٢٦.٢%، ونلاحظ أن صفحة فتاوى البلد لم تركز على هذا الجانب فجاء في الترتيب الأخير بين الصفحات عينة الدراسة، وهذا يعكس اهتمامها بنشر الفكر الوسطي والصحيح عن قضايا الدين وعدم التشديد أو الترهيب إلا فيما يخص الفتاوى الشاذة والسلوكيات الغير مألوفة عن المجتمع الإسلامي، وجاء عرض وجهة نظر واحدة في الترتيب الثاني بنسبة ٢٦%، بينما جاء التركيز على الجوانب الإنسانية في

الترتيب الثالث بنسبة ١٩.٧%، بينما جاء استخدام صفحات الفيس بوك للأساليب الإنشائية (العرض بدون برهنه) في الترتيب الرابع بنسبة ١٧.٥%، ونلاحظ غلبة هذا الأسلوب في صفحة صالون التنويرين وهو ما يؤكد اهتمام هذه الصفحة بنشر الفوضى والأخبار المغلوطة دون الرجوع للأدلة والمصادر الحقيقية، كما جاء الترغيب في الترتيب الخامس بنسبة ١١.٣%، ونلاحظ أيضا اهتمام صفحة فتاوى البلد باستخدام هذا الأسلوب كوسيلة لإظهار مدى تسامح الدين الاسلامي مستشهدة في ذلك بآيات من القرآن الكريم والأحاديث النبوية الشريفة، بينما جاءت فئة أخرى تذكر في الترتيب السادس والأخير بنسبة ٠.١%.

جدول (٢٣)

اتجاه المعالجة على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي عينة الدراسة

المجموع	الصفحة								اتجاه المعالجة	
	فتاوى البلد		صالون التنويرين		سيدات مصر		ثورة المرأة			
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
14.0%	108	13.3%	19	9.4%	46	38.2%	34	18.4%	9	مؤيد
29.7%	229	76.9%	110	15.1%	74	41.6%	37	16.3%	8	محايد
56.3%	435	9.8%	14	75.6%	371	20.2%	18	65.3%	32	معارض
100.0%	772	100.0%	143	100.0%	491	100.0%	89	100.0%	49	المجموع

كا = ٣٠٤.١٠٦ درجات الحرية = ٦ مستوى الدلالة = ٠.٠٠١ معامل التوافق = ٠.٥٣٢

من خلال عرض الجدول السابق يتضح:

تصدر الاتجاه المعارض على صفحات الفيس بوك عينة الدراسة نظراً لأن أغلب القضايا الجدلية المعروضة جاءت مخالفة للنسق القيمي والمجمعي فجاء الاتجاه المعارض الترتيب الأول بين اتجاهات المعالجة المختلفة وذلك بنسبة ٥٦.٣%، بينما جاء الاتجاه المحايد في الترتيب الثاني بنسبة ٢٩.٧%، وجاء الاتجاه المؤيد في الترتيب الثالث والخير بنسبة ١٤%.

وبإجراء اختبار كا ٢ تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الصفحات عينة الدراسة واتجاهات المعالجة المختلفة، حيث بلغت قيمة كا = ٣٠٤.١٠٦، وهي دالة عند مستوى معنوية = ٠.٠٠١ وقد بلغ معامل التوافق = ٠.٥٣٢، أي أنه كانت هناك اختلافات واضحة بين الصفحات عينة الدراسة فيما يتعلق باتجاه المعالجة.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة سماح محمد مجدي سعد^(٤٨)، بعنوان "أطر معالجة الصحف الأسبوعية للأزمات المجتمعية دراسة تحليلية، التي توصلت إلى غلبة الاتجاه السلبي على تناول الشخصيات عينة الدراسة بنسبة ٤٦.٩% وجاء الاتجاه الإيجابي في الترتيب الثاني بنسبة ٢٨.٦%.

وتختلف هذه النتيجة مع دراسة مجدي محمد عبد الجواد الداغر^(٤٩)، بعنوان "معالجة الصحافة العربية لقضايا التسامح والتواصل مع الآخر، دراسة تحليلية لعينة من الصحف اليومية في الفترة من ٢٠١١-٢٠١٢، حيث تصدر الموضوعات المؤيدة لقيم التسامح مع الآخر الترتيب الأول بنسبة ٦٣%.

جدول (٢٤)
هدف المعالجة على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي عينة الدراسة

المجموع	الصفحة								هدف المعالجة	
	فتاوى البلد		صالون التثويريين		سيدات مصر		ثورة المرأة			
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
13.2%	102	23.8%	34	7.9%	39	23.6%	21	16.3%	8	إخبارية
26.0%	201	10.5%	15	32.4%	159	15.7%	14	26.5%	13	غرس اتجاهات وسلوكيات جديدة
43.0%	332	12.6%	18	49.9%	245	49.4%	44	51.0%	25	تغيير الاتجاهات والسلوكيات السائدة
17.7%	137	53.1%	76	9.8%	48	11.2%	10	6.1%	3	تدعيم قيم سائدة
100.0%	772	100.0%	143	100.0%	491	100.0%	89	100.0%	49	المجموع

٢٤ = ٢١٦.٧٢١ درجات الحرية = ٩ مستوى الدلالة = ٠.٠٠١ معامل التوافق = ٠.٤٦٨

من خلال غرض الجدول السابق يتضح :

اهتمام الصفحات عينة الدراسة بتغيير وتشكيل الاتجاهات والسلوكيات الموجودة بالمجتمع نظراً لأن أغلب القضايا الجدلية تعتبر غريبة على مجتمعاتنا العربية والإسلامية سواء كانت قضايا تخص العقيدة من خلال التشكيك في المعتقدات أو السخرية من الرموز الدينية أو كانت قضايا نفسية جدلية مثل الشذوذ والأدمان والسلوكيات الأخرى الغير مقبولة أو مناهضة المرأة وقضاياها كقضايا العنف ضد المرأة أو الدعوة إلى التبرج واستخدام هذه القضايا والترويج لها دون اعتبار للنسق القيمي والمجتمعي، فجاء تغيير الاتجاهات والسلوكيات السائدة في الترتيب الأول بنسبة ٤٣%، وجاء غرس اتجاهات وسلوكيات سائدة في الترتيب الثاني بنسبة ٢٦%، بينما جاء تدعيم القيم السائدة كهدف معالجة في الترتيب الثالث بنسبة ١٧.٧%، وكانت صفحة فتاوى البلد من أكثر الصفحات التي تحرص على هذا الهدف نظراً لطبيعتها الدينية والوسطية كما ذكرنا سابقاً فجاءت في الترتيب الأول بين الصفحات عينة الدراسة، بينما جاء الاتجاه الإخباري في الترتيب الثالث والأخير بنسبة ١٣.٢%.

وبإجراء اختبار كا٢ تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الصفحات عينة الدراسة وهدف المعالجة، حيث بلغت قيمة كا٢ = ٣٠٤.١٠٦، وهي دالة عند مستوي معنوية = ٠.٠٠١ وقد بلغ معامل التوافق = ٠.٤٦٨، أي أنه كانت هناك اختلافات واضحة بين الصفحات عينة الدراسة فيما يتعلق بهدف المعالجة .

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة فاطمة الزهراء أمير النجار، شيرين سلامة السعيد الدسوقي^(٥٠)، بعنوان أطر معالجة النخبة الإلكترونية المصرية على شبكتي فيس بوك وتويتر للقضايا المجتمعية، دراسة تحليلية، حيث توصلت إلى تصدر الهدف التوجيهي

المرتبة الأولى بنسبة ٥٣%، حيث اعتمدت المنشورات على توجيه المتابعين نحو أفكار وسلوكيات محددة.

جدول (٢٥)
نطاق التغطية على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي عينة الدراسة

المجموع	الصفحة								نطاق التغطية	
	فتاوي البلد		صالون التويريين		سيدات مصر		ثورة المرأة			
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
80.7%	623	88.8%	127	76.8%	377	84.3%	75	89.8%	44	محلي
8.9%	69	4.2%	6	12.4%	61	0.0%	0	4.1%	2	إقليمي
10.4%	80	7.0%	10	10.8%	53	15.7%	14	6.1%	3	دولي
100.0%	772	100.0%	143	100.0%	491	100.0%	89	100.0%	49	المجموع

٢١٣ = ٢٧.٢٤٣ درجات الحرية = ٦ مستوى الدلالة = ٠.٠٠١ معامل التوافق = ٠.١٨٥

نلاحظ من الجدول السابق :

اهتمام صفحات الدراسة بالقضايا ذات الاهتمام المحلي فجاءت التغطية المحلية في الترتيب الأول بنسبة ٨٠.٧%، تليها القضايا ذات الاهتمام الدولي في الترتيب الثاني بنسبة ١٠.٤%، بينما جاءت التغطية الإقليمية في الترتيب الثالث والأخير بنسبة ٨.٩%.
وبإجراء اختبار كا^٢ تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الصفحات عينة الدراسة ونطاق التغطية، حيث بلغت قيمة كا^٢ = ٢٧.٢٤٣، وهي دالة عند مستوي معنوية = ٠.٠٠١ وقد بلغ معامل التوافق = ٠.١٨٥، أي أنه كانت هناك اختلافات واضحة بين الصفحات عينة الدراسة فيما يتعلق بنطاق التغطية.

جدول (٢٦)

القيم المتضمنة في المادة المنشورة على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي عينة الدراسة

المجموع	الصفحة								القيم	
	فتاوي البلد		صالون التويريين		سيدات مصر		ثورة المرأة			
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
33.9%	262	73.4%	105	25.3%	124	32.6%	29	8.2%	4	القيم الإيجابية
66.1%	510	26.6%	38	74.7%	367	67.4%	60	91.8%	45	القيم السلبية
100.0%	772	100.0%	143	100.0%	491	100.0%	89	100.0%	49	المجموع

٢١٤ = ١٣٠.٥٦٤ درجات الحرية = ٣ مستوى الدلالة = ٠.٠٠١ معامل التوافق = ٠.٣٨٠

من خلال عرض الجدول السابق يتضح :

غلبة القيم السلبية المتضمنة في المادة المنشورة على الصفحات عينة الدراسة وقد تنوعت القيم السلبية بين التطرف والعنصرية ورفض الآخر والظلم والإقصاء وغيرها من القيم السلبية فجاءت بنسبة ٦٦.١%، بينما جاءت القيم الإيجابية في الترتيب الثاني بنسبة ٣٣.٩%.

وبإجراء اختبار كا^٢ تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الصفحات عينة الدراسة والقيم المتضمنة، حيث بلغت قيمة كا^٢ = ١٣٠.٥٦٤، وهي دالة عند مستوى معنوية = ٠.٠٠١ وقد بلغ معامل التوافق = ٠.٣٨٠، أي أنه كانت هناك اختلافات واضحة بين الصفحات عينة الدراسة فيما يتعلق بالقيم المتضمنة.

جدول (٢٧)

القيم الإيجابية المتضمنة في المادة المنشورة على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي
عينة الدراسة

المجموع	الصفحة								القيم الإيجابية	
	فتاوى البلد		صالون التنويريين		سيدات مصر		ثورة المرأة			
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
23.7%	62	41.0%	43	13.7%	17	6.9%	2	0.0%	0	التسامح
27.9%	73	8.6%	9	50.8%	63	0.0%	0	25.0%	1	المواطنة
17.2%	45	9.5%	10	15.3%	19	51.7%	15	25.0%	1	المساواة
31.3%	82	41.0%	43	20.2%	25	41.4%	12	50.0%	2	قبول الآخر
100.0%	262	100.0%	105	100.0%	124	100.0%	29	100.0%	4	المجموع

كا^٢ = ١٠١.٩٤٣ درجات الحرية = ٩ مستوى الدلالة = ٠.٠٠١ معامل التوافق = ٠.٥٢٩

من خلال الجدول السابق يتضح:

تصدر قيمة قبول الآخر كقيمة إيجابية في الترتيب الأول بنسبة ٣١.٣%، كما ظهر مؤشر هذه القيمة متصدراً الترتيب الأول في صفحة فتاوى البلد بين الصفحات عينة الدراسة، وهذا يعكس حرص هذه الصفحة على نشر الفكر الصحيح وأن الإسلام لا يفرق بين أصحاب الأديان والعقائد الأخرى مؤكدة احترام المتبادل بين الأشخاص وهذا ما أكده شيخ الأزهر في تصريحاته المختلفة أمام العالم أجمع أثناء لقاءه مع بابا الفاتيكان خلال مؤتمر زعماء الأديان مؤكداً أن الإسلام جاء بقيم السلام والرحمة والإخاء بين العالمين، كما أن الفهم المعتدل وترسيخ مبدأ الحوار والتعايش السلمي المجتمعي من معالم المنهج الأزهرى، وأن بناء الأوطان وحماتها من أهم مقاصد الأديان، بينما جاء مؤشر قيمة المواطنة في الترتيب الثاني بنسبة ٢٧.٩%، ونلاحظ أن صفحة صالون التنويريين في الترتيب الأول بين صفحات الدراسة اهتماماً بهذه القيمة، حيث جاء أغلب الموضوعات تتحدث عن الإسلام والمسيحية وإظهار تجاوزات بعض الأفراد على أنها سلوكيات أساسية ويدعمها الدين الإسلامي على عكس الأديان الأخرى، بينما جاءت التسامح كقيمة إيجابية في الترتيب الثالث بنسبة بلغت ٢٣.٧%، تليها قيمة المساواة في الترتيب الأخير بنسبة ١٧.٢%، كما يتضح أيضاً أنه جاء اهتمام سيدات مصر بهذه القيمة عن

صفحات الدراسة من خلال المطالبة بحقوق المرأة وقضاياها عن طريق الحملات المختلفة وأهمها المساواة بين الرجل والمرأة في الحقوق والواجبات .
وبإجراء اختبار كا^٢ تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الصفحات عينة الدراسة والقيم الأيجابية المتضمنة، حيث بلغت قيمة كا^٢ = ١٠١.٩٤٣، وهي دالة عند مستوى معنوية = ٠.٠٠١ وقد بلغ معامل التوافق = ٠.٥٢٩، أي أنه كانت هناك اختلافات واضحة بين الصفحات عينة الدراسة فيما يتعلق بالقيم الإيجابية المتضمنة.

جدول (٢٨)

القيم السلبية المتضمنة في المادة المنشورة على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي
عينة الدراسة

المجموع	الصفحة								القيم السلبية	
	فتاوى البلد		صالون التنويريين		سيدات مصر		ثورة المرأة			
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
19.0%	97	18.4%	7	21.8%	80	0.0%	0	22.2%	10	التطرف
30.2%	154	15.8%	6	34.9%	128	8.3%	5	33.3%	15	رفض الآخر
8.0%	41	0.0%	0	7.9%	29	10.0%	6	13.3%	6	التمييز (العنصرية)
22.0%	112	44.7%	17	14.2%	52	61.7%	37	13.3%	6	الإضرار بالآخرين
4.7%	24	2.6%	1	5.4%	20	3.3%	2	2.2%	1	الإقصاء
15.9%	81	18.4%	7	15.5%	57	16.7%	10	15.6%	7	الظلم
0.2%	1	0.0%	0	0.3%	1	0.0%	0	0.0%	0	أخرى تذكر
100.0%	510	100.0%	38	100.0%	367	100.0%	60	100.0%	45	المجموع

كا^٢ = ٩٨.٩١٩ درجات الحرية = ١٨ مستوى الدلالة = ٠.٠٠١ معامل

التوافق = ٠.٤٠٣

من خلال عرض الجدول السابق يتضح :

تصدر قيمة رفض الآخر مؤشر القيم السلبية فجاءت في الترتيب الأول بنسبة ٣٠.٢%، وكما لاحظنا سابقا اهتمام صفحة فتاوى البلد بقيمة قبول الآخر إلا أننا نلاحظ اهتمام صفحة صالون التنويريين بقيمة رفض الآخر من خلال مناهضتها لمعظم الآراء والتهمك على علماء الأزهر والسخرية منهم مثل " من بين ٤٠٠٠ ديانة المسلمون هم الديانة الوحيدة الذين يسرقون الأحذية من المساجد " (٥١) ، بينما جاء الإضرار بالآخرين في الترتيب الثاني بنسبة ٢٢% ، يليه التطرف بنسبة ١٩% ، بينما جاء مؤشر قيمة الظلم في الترتيب الرابع بنسبة ١٥.٩%، يليه قيمة التميز (العنصرية) في الترتيب الخامس بنسبة ٨%، بينما جاءت قيمة الإقصاء في الترتيب السادس بنسبة ٤.٧%، وجاء فئة أخرى تذكر في الترتيب الأخير بنسبة ٠.٢% .

وبإجراء اختبار كا^٢ تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الصفحات عينة الدراسة والقيم السلبية المتضمنة، حيث بلغت قيمة كا^٢ = ٩٨.٩١٩ ، وهي دالة عند مستوى معنوية = ٠.٠٠١ وقد بلغ معامل التوافق = ٠.٤٠٣، أي أنه كانت هناك اختلافات واضحة بين الصفحات عينة الدراسة فيما يتعلق بالقيم السلبية المتضمنة.

جدول (٢٩)
طريقة عرض المضمون على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي عينة الدراسة

المجموع	الصفحة								طريقة عرض المضمون	
	فتاوي البلد		صالون التويريين		سيدات مصر		ثورة المرأة			
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
34.8%	269	7.7%	11	47.0%	231	19.1%	17	20.4%	10	عرض الأحداث فقط
25.4%	196	9.1%	13	30.5%	150	24.7%	22	22.4%	11	تفسير الأحداث وتحليلها
39.8%	307	83.2%	119	22.4%	110	56.2%	50	57.1%	28	تقديم حلول للقضايا
100.0%	772	100.0%	143	100.0%	491	100.0%	89	100.0%	49	المجموع

٢١٤ = ١٩٥.٦٥٦ درجات الحرية = ٦ مستوى الدلالة = ٠.٠٠١ معامل التوافق = ٠.٤٥٠.

نلاحظ من العرض السابق :

تصدر تقديم حلول للقضايا الجدلية المعروضة كطريقة للمعالجة الترتيب الأول بنسبة ٣٩.٨%، بينما جاء عرض الأحداث فقط الترتيب الثاني بنسبة ٣٤.٨%، وجاء تفسير الأحداث وتحليلها الترتيب الثالث والأخير بنسبة ٢٥.٤%.

وبإجراء اختبار كا٢ تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الصفحات عينة الدراسة وطريقة عرض المضمون، حيث بلغت قيمة كا٢ = ١٩٥.٦٥٦، وهي دالة عند مستوي معنوية = ٠.٠٠١ وقد بلغ معامل التوافق = ٠.٤٥٠، أي أنه كانت هناك اختلافات واضحة بين الصفحات عينة الدراسة فيما يتعلق بطريقة عرض المضمون.

جدول (٣٠)
التفاعلية على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي عينة الدراسة

المجموع	الصفحة								التفاعلية	
	فتاوي البلد		صالون التويريين		سيدات مصر		ثورة المرأة			
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
61.9%	7323	76.3%	276	77.4%	3679	57.5%	1919	43.0%	1448	Like
4%	4	5%	5	1%	1	3%	3	5%	5	
14.5%	1711	22.3%	809	5.9%	2822	20.2%	6756	20.0%	6724	Love
1%	1	18%	18	1921%	1921	14.2%	4727	4.6%	1565	Sad
7.0%	8231	0.5%	18	4.0%	1921	14.2%	4727	4.6%	1565	
2.2%	2554	0.2%	9	1.6%	751	3.5%	1169	1.9%	625	Angry
13.4%	1586	0.4%	14	9.9%	4716	3.4%	1130	29.7%	1000	Funny
9%	9	14%	14	4716%	4716	3.4%	1130	29.7%	1000	
1.1%	1249	0.2%	8	1.1%	529	1.3%	431	0.8%	281	Surprised
100.0%	1182	100.0%	362	100.0%	4753	100.0%	3340	100.0%	3368	المجموع
48%	48	3%	3	0%	0	6%	6	9%	9	

٢١٥ = ٢٢١١٥.٥١٥ درجات الحرية = ١٥ مستوى الدلالة = ٠.٠٠١ معامل

التوافق = ٠.٣٩٧.

من خلال عرض الجدول السابق يتضح :

تعدد أوجه التفاعل مع الصفحات عينة الدراسة فقد جاء الإعجاب عن طريق (like) في الترتيب الأول بنسبة ٦١.٩%، بينما جاء الإعجاب عن طريق (love) في الترتيب الثاني بنسبة ١٤.٥%، وجاء استخدام (funny) في الترتيب الثالث بنسبة ١٣.٤%، بينما جاء استخدام (sad) في الترتيب الرابع بنسبة ٧%، كما جاء التفاعل بـ (angry)، (Surprised) في الترتيب الخامس والسادس بنسبة ٢.٢%، ١.١% على التوالي .

وتفسر الباحثة ذلك بسبب زيادة معدل نشر الصفحة للقضايا الجدلية على خلاف الصفحات الأخرى بشكل ملحوظ، الأمر الذي يمكن من خلاله أن تستقطب جمهورها طيلة ساعات اليوم المختلفة، بينما يتراجع مستوى تفاعل مستخدمي الصفحات الأخرى إلى وجود محتوى آخر بخلاف المنشورات التي تطرح القضايا الجدلية والتي تُعد أساس هذه الصفحات بوجه عام، كما تفعل صفحة (سيدات مصر) والتي جاءت في المرتبة الثانية من حيث مستوى التفاعل (like) ، جاء بعدها صفحة فتاوى البلد، ثم صفحة ثورة المرأة في المرتبة الأخيرة.

وبإجراء اختبار كا^٢ تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الصفحات عينة الدراسة ومستوى التفاعلية، حيث بلغت قيمة كا^٢ = ٢٢١١٥.٥١٥ ، وهي دالة عند مستوى معنوية = ٠.٠٠١ وقد بلغ معامل التوافق = ٠.٣٩٧ ، أي أنه كانت هناك اختلافات واضحة بين الصفحات عينة الدراسة فيما يتعلق بمستوى التفاعلية.

تختلف هذه النتيجة مع دراسة رضا إبراهيم محمد^(٥٢)، بعنوان "التأثير الاجتماعي لوسائل التواصل الاجتماعي لدى الشباب الجامعي"، التي توصلت إلى أن الأنشطة الثلاثة الأقل شيوعاً في الفيسبوك وضع علامات ونشر الفيديو، وإنشاء الأحداث السياسية/ الاجتماعية ونشرها.

جدول (٣١)

المشاركات على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي عينة الدراسة

المجموع	الصفحة								المشاركات	
	فتاوى البلد		صالون التنويريين		سيدات مصر		ثورة المرأة			
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
98.3%	759	97.2%	139	98.2%	482	100.0%	89	100.0%	49	لا يوجد
0.8%	6	2.8%	4	0.4%	2	0.0%	0	0.0%	0	أقل من ١٠
0.3%	2	0.0%	0	0.4%	2	0.0%	0	0.0%	0	من ١٠ لأقل من ٢٠
0.3%	2	0.0%	0	0.4%	2	0.0%	0	0.0%	0	من ٢٠ لأقل من ٣٠
0.4%	3	0.0%	0	0.6%	3	0.0%	0	0.0%	0	٣٠ فأكثر
100.0%	772	100.0%	143	100.0%	491	100.0%	89	100.0%	49	المجموع

كا^٢ = ١٣.٥١٠ درجات الحرية = ١٢ مستوى الدلالة = ٠.٣٣٣ غير دالة

من خلال العرض السابق يتضح:

انخفاض مستوى المشاركات للمنشورات على الصفحات عينة الدراسة حيث احتل عدم وجود مشاركات السمة الغالبة لجمهور هذه الصفحات وذلك في الترتيب الأول بنسبة ٩٨.٣%، وجاء أقل من ١٠ في الترتيب الثاني بنسبة ٠.٨%، وجاء أكثر من ٣٠ مشاركة في الترتيب الثالث بنسبة ٠.٤%، بينما تساوى من ١٠ لأقل من ٢٠، ومن ٢٠ لأقل من ٣٠ في الترتيب الرابع بنسبة ٠.٣%، وقد يرجع السبب في ذلك عدم إتاحة الصفحات عينة الدراسة حصر أعداد المشاركة للمنشورات مثل ما يحدث في الفيديوهات؛ حيث إن هذه النسبة كانت من خلال المشاركات للفيديوهات فقط على هذه الصفحات أما المنشورات الأخرى فلا تتيح الصفحات هذه الخدمة.

وبإجراء اختبار كا^٢ تبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الصفحات عينة الدراسة ومستوى المشاركة حيث بلغت قيمة كا^٢ = ١٣.٥١٠، عند مستوي معنوية ٠.٣٣٣ وهي غير دالة، أي أنه لم تكن هناك اختلافات واضحة بين الصفحات عينة الدراسة فيما يتعلق بمستوى المشاركة.

جدول (٣٢)

التعليقات على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي عينة الدراسة

المجموع	الصفحة								التعليقات	
	فتاوي البلد		صالون التثويريين		سيدات مصر		ثورة المرأة			
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
24.9%	192	76.2%	109	15.3%	75	7.9%	7	2.0%	1	لا يوجد
42.1%	325	21.0%	30	53.8%	264	32.6%	29	4.1%	2	أقل من ١٠
13.1%	101	0.7%	1	16.7%	82	15.7%	14	8.2%	4	من ١٠ لأقل ٢٠ من
6.5%	50	0.7%	1	7.9%	39	6.7%	6	8.2%	4	من ٢٠ لأقل ٣٠ من
1.7%	13	0.0%	0	1.8%	9	2.2%	2	4.1%	2	من ٣٠ لأقل ٤٠ من
2.1%	16	0.0%	0	1.6%	8	3.4%	3	10.2%	5	من ٤٠ لأقل ٥٠ من
9.7%	75	1.4%	2	2.9%	14	31.5%	28	63.3%	31	٥٠ فأكثر
100.0%	772	100.0%	143	100.0%	491	100.0%	89	100.0%	49	المجموع

كا^٢ = ٥١٨.٥٢١ درجات الحرية = ١٨ مستوى الدلالة = ٠.٠٠١ معامل التوافق = ٠.٦٣٤

من خلال العرض السابق يتضح :

انخفاض نسبة التعليقات المصاحبة للمنشورات مقارنة بنسب الإعجاب لهذه المنشورات حيث جاء عدد التعليقات أقل من ١٠ في الترتيب الأول بنسبة ٤٢.١%، وجاء لا يوجد تعليقات في الترتيب الثاني بنسبة ٢٤.٩%، وجاء من ١٠ لأقل من ٢٠ في الترتيب الثالث بنسبة ١٣.١%، بينما جاء أكثر من ٥٠ تعليق في الترتيب الرابع بنسبة

٩.٧%، وجاء من ٢٠ لأقل من ٣٠ في الترتيب الخامس بنسبة ٦.٥%، ومن ٤٠ لأقل من ٥٠ في الترتيب السادس بنسبة ٢.١%، بينما جاء من ٣٠ لأقل من ٤٠ في الترتيب السابع والأخير بنسبة ١.٧%، وترى الباحثة من خلال اختبار (١٠) عينات عشوائية للمنشورات المطروحة، ومقارنة قائمة ممن أعجبوا بالقضية من خلال الضغط على زر الإعجاب (like) بالمستخدمين الذين تفاعلوا من خلال التعليقات، تبين أن (١٠٠%) من المستخدمين الذين تفاعلوا مع القضية بالتعليق قد عبروا عن مايشعرون به من خلال ما وفره موقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك) من الأشكال التعبيرية التي تعطي وصفًا لمشاعر المتلقي تجاه المادة المنشورة، سواءً كان الشعور إعجابًا أو تعاطفًا أو استهجانًا أو عدم الرضا أو الغضب، وعليه فإن المستخدمين النشطين من أصحاب التعليقات لايعبروا عن رأيهم إلا اذا كان الطرح للقضية يعمل على تحفيز المتلقي وإثارة الرغبة لديه في الرد على هذا المنشور أماغيرهم أصحاب إظهار الإعجاب فقط وهم من يمكن معرفة حجمهم عند طرح عدد التعليقات من عدد الإعجابات الكلية، ليكون الفارق هو عدد المستخدمين الخاملين، ولكن هذه الفئة لا يمكن معرفتها إلا من خلال مديري الصفحات فقط، وهو ما يتيح نظام موقع (فيس بوك)؛ حيث يمكن معرفة هذه الفئة من الخانة الظاهرة لمديري الصفحة تحت عنوان (تم رؤية المنشور لعدد) الأمر الذي تعذر على الباحثة الوصول إليه؛ لعدم تعاون مديري الصفحات.

وبإجراء اختبار كا^٢ تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الصفحات عينة الدراسة ونسبة التعليقات، حيث بلغت قيمة كا^٢ = ٥١٨.٥٢١، وهي دالة عند مستوي معنوية = ٠.٠٠١ وقد بلغ معامل التوافق = ٠.٦٣٤، أي أنه كانت هناك اختلافات واضحة بين الصفحات عينة الدراسة فيما يتعلق بنسبة التعليقات . وتختلف هذه النتيجة مع دراسة فتحي محمد شمس الدين^(٥٣) بعنوان "معالجة القضايا السياسية في شبكات التواصل الاجتماعي واتجاه الشباب المصري نحو أحداث ٣٠ يونيو : صفحة حركة تمرد وجبهة الانقاذ الوطنى نموذجًا"، حيث جاء وجود تعليقات أكثر من ١٠٠ في المنشور في الترتيب الأول بنسبة ٣٨.٥% .

جدول (٣٣)

اتجاه التعليقات على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي عينة الدراسة

المجموع	الصفحة								اتجاه التعليقات
	فتاوي البلد		صالون التنويريين		سيدات مصر		ثورة المرأة		
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
227	39.1%	15	34.1%	142	62.2%	51	39.6%	19	إيجابية
35	6.0%	1	6.7%	28	4.9%	4	4.2%	2	محايدة
318	54.8%	18	59.1%	246	32.9%	27	56.3%	27	سلبية
580	100.0%	34	100.0%	416	100.0%	82	100.0%	48	المجموع

كا^٢ = ٢٣.٩٧١ درجات الحرية = ٦ مستوى الدلالة = ٠.٠٠١ معامل التوافق = ٠.١٩٩

من خلال العرض السابق يتضح:

أن نسبة التعليقات السلبية جاءت في المقدمة بنسبة ٥٤.٨%، وجاءت التعليقات المحايدة في الترتيب الثاني بنسبة ٣٩.١%، بينما جاءت التعليقات المؤيدة في الترتيب الثالث بنسبة ٦% وتفسر الباحثة هذه النتيجة بناء على أن معظم القضايا الجدلية تعتبر

خارجة عن المؤلف وطبيعة النظام المجتمعي الأمر الذي يجعل الجمهور في حالة غضب من طرح المنشور وخاصة إذا كانت الصفحة عينة الدراسة تؤيد هذه القضية الجدلية .

وبإجراء اختبار كا^٢ تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الصفحات عينة الدراسة واتجاه التعليقات، حيث بلغت قيمة كا^٢ = ٢٣.٩٧١، وهي دالة عند مستوى معنوية = ٠.٠٠١ وقد بلغ معامل التوافق = ٠.١٩٩، أي أنه كانت هناك اختلافات واضحة بين الصفحات عينة الدراسة فيما يتعلق باتجاه التعليقات .

جدول (٣٤)

طبيعة التعليقات على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي عينة الدراسة

المجموع	الصفحة								طبيعة التعليقات	
	فتاوي البلد		صالون التتويبين		سيدات مصر		ثورة المرأة			
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
16.7%	97	5.9%	2	12.5%	52	34.1%	28	31.3%	15	آراء ووجهات نظر إيجابية
16.4%	95	23.5%	8	16.3%	68	22.0%	18	2.1%	1	مدح وثناء
4.7%	27	2.9%	1	4.6%	19	6.1%	5	4.2%	2	تقديم حلول
1.4%	8	11.8%	4	0.7%	3	0.0%	0	2.1%	1	نصوص من القرآن والسنة
5.2%	30	2.9%	1	5.5%	23	4.9%	4	4.2%	2	استفسار وتساؤل
0.5%	3	0.0%	0	0.7%	3	0.0%	0	0.0%	0	إشارة لصديق
0.3%	2	0.0%	0	0.5%	2	0.0%	0	0.0%	0	هاشتاج
10.2%	59	17.6%	6	11.3%	47	3.7%	3	6.3%	3	سخرية
2.4%	14	11.8%	4	1.9%	8	2.4%	2	0.0%	0	ليس له صلة بالموضوع
3.4%	20	0.0%	0	4.3%	18	1.2%	1	2.1%	1	استخدام ألفاظ غير لائقة
11.4%	66	14.7%	5	13.9%	58	1.2%	1	4.2%	2	ذم وهجاء
27.4%	159	8.8%	3	27.6%	115	24.4%	20	43.8%	21	آراء ووجهات نظر سلبية
100.0%	580	100.0%	34	100.0%	416	100.0%	82	100.0%	48	المجموع

كا^٢ = ١١٤.٢٦١ درجات الحرية = ٣٣ مستوى الدلالة = ٠.٠٠١ معامل التوافق = ٠.٤٠٦

من خلال العرض السابق يتضح:

أولاً: التعليقات الإيجابية:-

جاء التعبير عن المنشور بالأراء ووجهات النظر الإيجابية في الترتيب الأول بنسبة ١٦.٧%، وجاء المدح والثناء في الترتيب الثاني بنسبة ١٦.٤%، وجاء تقديم الحلول في الترتيب الثالث بنسبة ٤.٧%، بينما جاء الاستناد على نصوص من القرآن والسنة في الترتيب الأخير بنسبة ١.٤%.

ثانياً: التعليقات المحايدة:-

تصدر الاستفسار والتساؤل الترتيب الأول لمؤشر التعليقات المحايدة وذلك بنسبة ٥.٢%، وجاء الإشارة لصدى الترتيب الثاني بنسبة ٠.٥%، بينما جاء استخدام الهاشتاج الترتيب الثالث والأخير بنسبة ٠.٣%.

ثالثاً: التعليقات السلبية:-

تصدر استخدام الجمهور للأراء ووجهات النظر السلبية الترتيب الأول بنسبة ٢٧.٤%، وجاء الذم والهزاء في الترتيب الثاني بنسبة ١١.٤%، وجاءت السخرية في الترتيب الثالث بنسبة ١٠.٢%، تليها استخدام ألفاظ غير لائقة الترتيب الرابع بنسبة ٣.٤%، بينما جاءت التعليقات ليس لها صلة بالموضوع الترتيب الخامس والأخير بنسبة ٢.٤%.

وتؤكد هذه النتيجة ما رصدته الباحثة من خلال الردود التي حملت الكثيرين إلى التعبير عن رأيهم بكل وضوح بعيداً عن الحيادية التي كانت سمة من سمات الكثيرين لوقت طويل كنتيجة لرفضه أمر ما ولكن الخوف أو ضيق المساحة المخصصة للتعبير عن رفضه تجبره إلى اختيار الاتجاه السلبي نظراً لأن تمسكهم بالقيم التي رأها أصحاب هذه الصفحات نوع من الضعف أو التهور أو أن المتمسك بهذه القيم لا يمكنه مواكبة العصر الحديث أو أن مقتضيات الوقت الحالي تفرض التخلي عن بعض هذه القيم، ولعل ذلك نتيجة الحرية التي ضمنتها موقع التواصل الاجتماعي للكثيرين فحملت التعليقات الكثير من الألفاظ الغير لائقة أو السخرية والتهكم من المنشور نظراً للطابع الديني للمجتمع المصري والإسلامي على حد سواء.

وبإجراء اختبار كا^٢ تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الصفحات عينة الدراسة وطبيعة التعليقات، حيث بلغت قيمة كا^٢ = ١١٤.٢٦١ ، وهي دالة عند مستوي معنوية = ٠.٠٠١ وقد بلغ معامل التوافق = ٠.٤٠٦ ، أي أنه كانت هناك اختلافات واضحة بين الصفحات عينة الدراسة فيما يتعلق بطبيعة التعليقات .

جدول (٣٥)
رد مسئولى صفحات مواقع التواصل الاجتماعي عينة الدراسة على التعليقات

المجموع	الصفحة								رد على التعليقات	
	فتاوى البلد		صالون التنويريين		سيدات مصر		ثورة المرأة			
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
4.7%	27	0.0%	0	6.5%	27	0.0%	0	0.0%	0	رد على التعليقات
95.3%	553	100.0%	34	93.5%	389	100.0%	82	100.0%	48	لم يرد على التعليقات
100.0%	580	100.0%	34	100.0%	416	100.0%	82	100.0%	48	المجموع

كا = ٢١.١٦٤ درجات الحرية = ٣ مستوى الدلالة = ٠.٠١١ معامل التوافق = ٠.١٣٧

من خلال العرض السابق يتضح:

عدم اهتمام مسئولى الصفحات على تعليقات الجمهور حيث كان عدم الرد على التعليقات السمة الغالبة على هذه الصفحات وذلك بنسبة ٩٥.٣%، وجاء الرد على التعليقات في الترتيب الثاني بنسبة ٤.٧%، وترى الباحثة من خلال النتيجة السابقة أن صفحة صالون التنويريين أكثر الصفحات اهتماماً بالرد عن غيرها من صحف الدراسة ولكن رد مسئولى الصفحة كان في إطار الدفاع عن وجهة نظر صاحب المنشور أو الرد على المسيء للصفحة أو للمنشور المعروض .

وبإجراء اختبار كا ٢١ تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الصفحات عينة الدراسة ورد مسئولى الصفحة على التعليقات، حيث بلغت قيمة كا = ٢١.١٦٤، وهي دالة عند مستوي معنوية = ٠.٠١١ وقد بلغ معامل التوافق = ٠.١٣٧، أي أنه كانت هناك اختلافات واضحة بين الصفحات عينة الدراسة فيما يتعلق برد مسئولى الصفحة على التعليقات .

جدول (٣٦)
استخدام صفحات مواقع التواصل الاجتماعي عينة الدراسة للهاشاج

المجموع	الصفحة								الهاشاج	
	فتاوى البلد		صالون التنويريين		سيدات مصر		ثورة المرأة			
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
15.9%	123	0.0%	0	12.8%	63	15.7%	14	93.9%	46	يوجد
84.1%	649	100.0%	143	87.2%	428	84.3%	75	6.1%	3	لا يوجد
100.0%	772	100.0%	143	100.0%	491	100.0%	89	100.0%	49	المجموع

كا = ٢٥٢.٨٨٩ درجات الحرية = ٣ مستوى الدلالة = ٠.٠٠١ معامل التوافق = ٠.٤٩٧

من خلال العرض السابق يتضح :

تصدر عدم وجود هاشتاج على الصفحات عينة الدراسة الترتيب الأول وذلك بنسبة ٨٤.١%، بينما جاء وجود هاشتاج للمنشور المعروف الترتيب الثاني بنسبة ١٥.٩%، وتعكس هذه النتيجة أن صفحة ثورة المرأة أكثر صفحات الدراسة اهتماماً بوجود هاشتاج بها تحت مسمى #ثوري وخاصة في قضايا العنف ضد المرأة .

وبإجراء اختبار كا^٢ تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الصفحات عينة الدراسة واستخدام الهاشتاج، حيث بلغت قيمة كا^٢ = ٢٥٢.٨٨٩، وهي دالة عند مستوى معنوية = ٠.٠٠١ وقد بلغ معامل التوافق = ٠.٤٩٧، أي أنه كانت هناك اختلافات واضحة بين الصفحات عينة الدراسة فيما يتعلق باستخدام الهاشتاج .

خاتمة الدراسة

١- احتلال النص والصورة المرتبة الأولى بنسبة ٤٠.٥% ، وجاء عرض المادة المنشورة كصورة فقط في الترتيب الثاني بنسبة ١٨.٧%، بينما جاء عرض المادة المنشورة كنص فقط في الترتيب الثالث بنسبة ١٥.٨%، يليها عرض المادة على هيئة فيديو في الترتيب الرابع بنسبة ٥.٢% بينما جاء وجود روابط لمواقع الكترونية في الترتيب الخامس بنسبة ٠.٤% .

٢- احتلال المنشور الخاص بالقضايا الجدلية محل الدراسة مصاحباً بصورة واحدة في الترتيب الأول بنسبة ٧٣.٨%، وجاء عدم استخدام صور في الترتيب الثاني بنسبة ١٥.٤%، وجاء استخدام صورتان في الترتيب الثالث بنسبة ٥.٨%، بينما جاء استخدام أكثر من ثلاث صور في الترتيب الرابع بنسبة ٤%، وجاء استخدام ثلاث صور في الترتيب الخامس والأخير بنسبة بلغت ٠.٩% .

٣- اهتمام الصفحات عينة الدراسة بعرض الصور الموضوعية عن القضايا الجدلية محل الدراسة حيث جاءت في الترتيب الأول بنسبة ٥٨.٧%، وجاء الانفوجراف في الترتيب الثاني بنسبة ٣٦%، وجاءت الصور الشخصية في الترتيب الثالث بنسبة ٢.٣%، بينما جاء استخدام أكثر من نوع في الترتيب الرابع والأخير بنسبة ٠.٢% .

٤- حرص الصفحات عينة الدراسة على استخدام الصور الملونة حيث جاءت في الترتيب الأول بنسبة ٨٤.٤%، وجاء استخدام الصور الأبيض والأسود في الترتيب الثاني بنسبة ١٠.٧%، بينما جاء استخدام الاثنين معاً في الترتيب الثالث بنسبة ٤.٩% .

٥- اهتمام الصفحات عينة الدراسة بوجود عناوين مصاحبة للصورة حيث جاءت في الترتيب الأول بنسبة ٧٩.٦%، وجاء عدم وجود صور في الترتيب الثاني بنسبة ٢٠.٤% .

٦- عدم اعتماد الصفحات عينة الدراسة على روابط الإحالة عن الموضوعات الجدلية حيث جاء عدم استخدام روابط في الترتيب الأول بنسبة ٧٤%، وجاء استخدام روابط في الترتيب الثاني بنسبة ٢٦% .

- ٧- موافقة العناوين المنشورة للمحتوى المقدم على صفحات المواقع عينة الدراسة حيث جاء موافقتها للمضمون في الترتيب الأول بنسبة ٩٢.٧%، وجاء عدم موافقة المضمون في الترتيب الثاني بنسبة ٧.٣% .
- ٨- اهتمام الصفحات عينة الدراسة بعرض المنشور النصي ملونا حيث جاء استخدام الألوان في الترتيب الأول بنسبة ٣٨.٩%، وجاء استخدام اللونين معا "ملون، وأبيض وأسود" في الترتيب الثاني بنسبة ٣٨.٥%، بينما جاء استخدام اللون الأبيض والأسود في الترتيب الثالث بنسبة ٢٢.٧% .
- ٩- قلة استخدام الفيديوهات عن القضايا الجدلية حيث جاء عدم استخدام فيديو عن الموضوع الجدلي المنشور في الترتيب الأول بنسبة ٨٩.٤%، وجاء وجود فيديو عن قضايا الدراسة في الترتيب الثاني بنسبة ١٠.٦% .
- ١٠- تصدر القضايا الدينية الجدلية اهتمام الصفحات عينة الدراسة حيث جاءت في الترتيب الأول بنسبة ٣٣.٨%، بين القضايا الجدلية موضوع الدراسة، وجاء اهتمامهم بقضايا وحقوق المرأة في الترتيب الثاني بنسبة ٢٥.١%، بينما جاءت القضايا الاجتماعية في الترتيب الثالث بنسبة ١٣%، وجاء الاهتمام بالقضايا الحقوقية في الترتيب الرابع بنسبة ١٢.٧%، واحتلت القضايا النفسية المرضية الترتيب الخامس بنسبة ١٢.٤%، بينما جاءت القضايا الاقتصادية في الترتيب السادس والأخير بنسبة ٣% .
- ١١- نلاحظ اهتمام صفحة سيدات مصر بنشر الموضوعات الخاصة بالدفاع عن الهوية بما يخدم قضايا المرأة وعدم المساس بحقوقها وإظهار نماذج تؤيد المرأة وحقوقها وإطلاق الحملات المختلفة لتوعية المرأة وتعريفها بحقوقها كحملة إقرني التي أطلقها المركز المصري لحقوق المرأة، وحملة تاء مربوطة التي أطلقتها كلية الآداب جامعة بنها.
- ١٢- تصدر الموضوعات الخاصة بمحدودية الدخل غلبة القضايا الاقتصادية الجدلية موضوع الدراسة حيث جاءت في الترتيب الأول بنسبة ٥٢.٢%، وجاء تقديم مقترحات لزيادة الاستثمار في الترتيب الثاني بنسبة ٣٤.٨%، بينما جاء عدم تكافؤ الفرص في الترتيب الثالث بنسبة ٨.٧٥%، بينما أتت الموضوعات الخاصة بالبطالة في الترتيب الرابع والأخير بنسبة ٤.٣% .
- ١٣- تصدرت صفحة صالون التنويريين الترتيب الأول بين صفحات الدراسة قضية التشكيك في العقيدة فجاءت في الترتيب الأول بنسبة ٢١.١% .
- ١٤- تركيز صفحات مواقع التواصل الاجتماعي على إظهار جوانب السلوك غير السوية في مواقف وحياة الأشخاص موضوع القضايا الجدلية كإشاعة الأخبار الكاذبة .
- ١٥- نلاحظ أن أكثر المواقع تركيزا على المواطنة كانت صفحة صالون التنويريين فتصدرت الترتيب الأول بين باقي الصفحات، وجاء رفض الآخر في الترتيب الثاني بنسبة ٣١.٦%، بينما جاء احترام الآخر في الترتيب الثالث والأخير بنسبة ٢٣.٥% .

١٦- اهتمام الصفحات عينة الدراسة بإظهار القضايا الأخرى الخاصة بالمرأة غير الزواج والطلاق واعتبار أن هناك قضايا أخرى للمرأة من الواجب التسليط عليها وأخذها مكانتها وحفظا لحقوقها .

١٧- اهتمام صفحات مواقع التواصل الاجتماعي عينة الدراسة باستخدام الاستمالتين معا المنطقية والعاطفية فجاءت في الترتيب الأول بنسبة ٦٦.٦% .

١٨- تصدر الاتجاه المعارض على صفحات الفيس بوك عينة الدراسة نظرا لأن أغلب القضايا الجدلية المعروضة جاءت مخالفة للنسق القيمي والمجمعي فجاء الاتجاه المعارض الترتيب الأول بين اتجاهات المعالجة المختلفة وذلك بنسبة ٥٦.٣% .

١٩- اهتمام الصفحات عينة الدراسة بتغيير وتشكيل الاتجاهات والسلوكيات الموجودة بالمجتمع نظرا لأن أغلب القضايا الجدلية تعتبر غريبة على مجتمعاتنا العربية والإسلامية

٢٠- اهتمام صفحات الدراسة بالقضايا ذات الاهتمام المحلي فجاءت التغطية المحلية في الترتيب الأول بنسبة ٨٠.٧%، تليها القضايا ذات الاهتمام الدولي في الترتيب الثاني بنسبة ١٠.٤%، بينما جاءت التغطية الإقليمية في الترتيب الثالث والأخير بنسبة ٨.٩% .

٢١- غلبة القيم السلبية المتضمنة في المادة المنشورة على الصفحات عينة الدراسة وقد تنوعت القيم السلبية بين التطرف والعنصرية ورفض الآخر والظلم والإقصاء وغيرها من القيم السلبية فجاءت بنسبة ٦٦.١%، بينما جاءت القيم الإيجابية في الترتيب الثاني بنسبة ٣٣.٩% .

٢٢- تعدد أوجه التفاعل مع الصفحات عينة الدراسة فقد جاء الإعجاب عن طريق (like) في الترتيب الأول بنسبة ٦١.٩%، بينما جاء الإعجاب عن طريق (love) في الترتيب الثاني بنسبة ١٤.٥%، وجاء استخدام (funny) في الترتيب الثالث بنسبة ١٣.٤%، بينما جاء استخدام (sad) في الترتيب الرابع بنسبة ٧%، كما جاء التفاعل بـ (angry)، (Surprised) في الترتيب الخامس والسادس بنسبة ٢.٢%، ١.١% على التوالي .

٢٣- عدم إتاحة الصفحات عينة الدراسة حصر أعداد المشاركة للمنشورات مثل ما يحدث في الفيديوهات حيث نلاحظ انخفاض مستوى المشاركات للمنشورات على الصفحات عينة الدراسة والتي كانت من خلال المشاركات للفيديوهات فقط على هذه الصفحات أما المنشورات الأخرى فلا تتيح الصفحات هذه الخدمة .

٢٤- انخفاض نسبة التعليقات المصاحبة للمنشورات مقارنة بنسب الإعجاب لهذه المنشورات حيث جاء عدد التعليقات أقل من ١٠ في الترتيب الأول بنسبة ٤٢.١% .

٢٥- نسبة التعليقات السلبية جاءت في المقدمة بنسبة ٥٤.٨%، وجاءت التعليقات المحايدة في الترتيب الثاني بنسبة ٣٩.١%، بينما جاءت التعليقات المحايدة في الترتيب الثالث بنسبة ٦% .

- ٢٦- تعتبر صفحة صالون التنويرين أكثر الصفحات اهتماما بالرد عن غيرها من صحف الدراسة ولكن رد مسئولى الصفحة كان في إطار الدفاع عن وجهة نظر صاحب المنشور أو الرد على المسيء للصفحة أو للمنشور المعروض.
- ٢٧- صفحة ثورة المرأة أكثر صفحات الدراسة اهتماما بوجود هاشتاج بها تحت مسمى #ثوري وخاصة في قضايا العنف ضد المرأة .

مراجع الدراسة:

- (^١) مجموعة مؤلفين، التقرير العربي الأول للتنمية الثقافية، بيروت، مؤسسة الفكر العربي، ٢٠٠٨م، ص ٩.
- (^٢) فاطمة الزهراء أمير النجار، " أطر معالجة النخبة الالكترونية المصرية على شبكاتي فيس بوك وتويتر للفضايا المجتمعية - دراسة تحليلية " ملخص لأطروحة ماجستير ، *المجلة العربية للإعلام والاتصال*، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، ع ٢٣، مايو ٢٠٢٠.
- (^٣) محمد محمد عمارة، " أطر معالجة البرامج الكوميدية الساخرة للفضايا المجتمعية داخل المجتمع المصري : برنامج أسعد الله مسائكم نموذجاً "، *المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون*، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، ع ١٢، ديسمبر ٢٠١٧، ص ٥٨٢-٥٤٥ .
- (^٤) سماح محمد محمدي سعد، " أطر معالجة الصحف الأسبوعية للأزمات المجتمعية - دراسة تحليلية"، *المجلة العلمية لبحوث الصحافة*، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الصحافة، ع ٨، ديسمبر ٢٠١٦، ص ٦٥-١ .
- (^٥) ياسمين سعيد محمد عبد المنعم، معالجة البرامج الحوارية التلفزيونية بالفضائيات المصرية الخاصة للفضايا المجتمعية، *المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون*، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، ع ٣، سبتمبر ٢٠١٥، ص ٢٧٠-٢٣٧ .
- (^٦) محمد معوض إبراهيم نصر وآخرون، دور الحملات الإعلامية المقدمة بالقنوات الفضائية في توعية الشباب الجامعي بالفضايا المجتمعية - دراسة تحليلية، *مجلة دراسات الطفولة*، جامعة عين شمس، كلية الدراسات العليا للطفولة، مج ١٦-١٦ ع ٥٨، يناير - مارس ٢٠١٣، ص ١٠٢-١٠٦ .
- (^٧) علي بن شوبل القرني، الخطاب الصحفي السعودي دراسة تحليلية لتعددية الرؤية المجتمعية، *مجلة العلوم الإنسانية*، جامعة البحرين، كلية الآداب، ع ١٥، ٢٠٠٧، ص ١٠-٥٤ .
- (^٨) محمد ابراهيم المنوفي وآخرون، " جدلية العلاقة بين البنية الثقافية التقليدية والبنية الثقافية المنشودة باعتبارهما ركيزتا القهر والتحرر : دراسة نقدية "، *مجلة كلية التربية*، جامعة كفر الشيخ، كلية التربية، ع ١٠٥، ٢٠٢٢، ص ٢٨٤-٢٤٩ .
- (^٩) Mustafa Alsayed Muhammad Jaber, Deliberative analysis of pilgrims in visual media discourse: Al-Jazeera's "Opposite Direction" program as a model, Kuala Lumpur: Kulliyah of Islamic Revealed Knowledge and Human Sciences, International Islamic University Malaysia, 2021 .
- (^{١٠}) Mona Mostafa LABIB ، Émotions et enjeux argumentatifs, Bulletin of the Faculty of Arts Volume 80 Issue 2 Junary 2020,p77-103 .
- (^{١١}) عبير فتحي محمد إبراهيم الشربيني، استراتيجيات الإقناع المستخدمة في معالجة قضايا الجدلية المقدمة عبر برامج المناظرات التلفزيونية بالتطبيق على برنامج أجرأ الكلام، *المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان*، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم العلاقات العامة والإعلان، ع ١٧، يونيو ٢٠١٩، ص ٤٤٣-٥٢٤ .
- (^{١٢}) Azza Abdel Fattah Abdeen ، Evaluation of Attitudinal Lexis in Twitter Political # Hashtags:A Corpus-Based Appraisal Analysis المجلد ٢٠١٨، ديسمبر ٢٠١٨، ص ١٩ ج الخامس،
- (^{١٣}) إيناس عبد الحميد الخريبي، تأثير أنماط التحيز السائدة في معالجة الأحداث الجدلية على تشكيل الاتجاهات العدائية لدى النخبة نحو هذه التغطية، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، العدد ٦٣ إبريل ٢٠١٨، ص ٥٨-١ .
- (^{١٤}) سمير محمد حسين: "دراسات في مناهج البحث العلمي: بحوث الإعلام"، ط ٢، عالم الكتب، ٢٠٠٦، ص ١٣١

- ١٥ (عاطف عدلي العبد: "المنهج العلمي في البحوث الإعلامية"، القاهرة، دار الهانئ للطباعة والنشر، ٢٠٠٢، ص ١١.
- ١٦ (محمد عبد الحميد: "البحث العلمي في الدراسات الإعلامية"، ط ١، عالم الكتب، ٢٠٠٠، ص ١٥٨.
- ١٧ (قامت الباحثة بتحكيم الاستمارة لدى عدد من أساتذة الإعلام، وهم:
- ا.د/ جمال عبد الحي النجار أستاذ الصحافة المتفرغ بقسم الصحافة والإعلام بكلية الدراسات الإسلامية والعربية بنات بالقاهرة
- ا.د/ آيات أحمد رمضان أستاذ الصحافة والنشر المساعد بقسم الصحافة والإعلام بكلية الدراسات الإسلامية والعربية بنات بالقاهرة
- ا.د/ محمد فؤاد أستاذ العلاقات العامة والإعلان المساعد بقسم العلاقات العامة والإعلان بكلية الإعلام بنين – جامعة الأزهر .
- ١٨ (استعانت الباحثة في إعادة الترميز بـ د/ أسماء أمين علي مدرس الصحافة والنشر بقسم الصحافة والإعلام بكلية الدراسات الإسلامية والعربية بنات بالقاهرة
- ١٩ (فاطمة الزهراء أمير النجار، " أطر معالجة النخبة الإلكترونية المصرية على شبكتي فيس بوك وتويتر للقضايا المجتمعية – دراسة تحليلية"، مرجع سابق، ص ٣٣٧ .
- ٢٠ (عبير فتحي محمد إبراهيم الشربيني، استراتيجيات الإقناع المستخدمة في معالجة قضايا الجدلية المقدمة عبر برامج المناظرات التليفزيونية بالتطبيق على برنامج أجرأ الكلام، مرجع سابق ص ٤٥٦.
- ٢١ (مها عبد الباقي عبد الحافظ جويلي، شبكات التواصل الاجتماعي: المشكلات التربوية- كيفية المواجهة – الفيس بوك نموذجا، جمعية الثقافة من أجل التنمية، مجلد ١٦، ع ٩٦، سبتمبر ٢٠١٥، ص ٨ .
- ٢٢ (سامي السعيد النجار: "دور الصحافة في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو قضية العولمة والهوية الثقافية- دراسة ميدانية"، المؤتمر العلمي السنوي العاشر- الإعلام المعاصر والهوية العربية، الجزء الأول، مايو ٢٠٠٤، ص ٤٠٨.
- 23 (Stuart Oskamp.wwesley Schultz.Attitudes and Opinions First edition,Newjersy ,Rout Ledge 2005,p.p;3-18
- ٢٤ (سورة الأنعام، الآية ١٠٨.
- ٢٥ (نبيل السمالوطي، التشوهات الفكرية في فقه بناء الدولة عند الجماعات المتطرفة مقارنة بفقه بناء الدولة في الإسلام، فقه بناء الدول من أعمال المؤتمر الدولي الثلاثين للمجلس الأعلى للشئون الإسلامية، س ٥١٤٤١ – ٢٠٢٠ م، ص ١١٧- ١١٨ .
- ٢٦ (رامي صديق عطا، وحدتنا الوطنية بين ثورتين، القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، ٢٠١٨ م، ص ٢٢٠.
- ٢٧ (رامي عطا صديق، الصحافة المصرية ومعالجة قضايا التنوع الديني من منظور المواطنة: دراسة لاتجاه القائمين بالاتصال، مركز بحوث الرأي العام، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مجلد ١٨، ع ٣، ص ١- ١٨.
- ٢٨ (محمد مختار جمعة وآخرون، مفاهيم يجب أن تصحح في مواجهة التطرف، الهيئة المصرية العامة للكتاب، ن ٢٠٢٠، ط ١، ص ٥٤ .
- ٢٩ (محمد مختار جمعة وآخرون، مرجع سابق نفسه، ص ٨٠.
- ٣٠ (أميرة محمد إبراهيم النمر، تناول قضايا تمكين المرأة في البرامج الحوارية على القنوات الفضائية وعلاقته بدعم خطط التنمية المستدامة – دراسة تحليلية على عينة من البرامج الحوارية على القنوات الفضائية المصرية الحكومية والخاصة، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، ع ٨٠ يوليو / سبتمبر ٢٠٢٢، الجزء الثاني، ص ٤٥٩.
- ٣١ (ساره اسماعيل حسن، القضايا السياسية للمرأة في المدونات الإلكترونية: دراسة تحليلية، مجلة البحث العلمي في الآداب، جامعة عين شمس، كلية البنات للآداب والعلوم والتربية ج ١، ع ١٧، س ٢٠١٦ م، ص ٤٥٨.
- ٣٢ (المجلس القومي للمرأة، الاستراتيجية الوطنية لتمكين المرأة المصرية ٢٠٣٠ – الرؤية ومحاو العمل، ط ١، س ٢٠١٧، ص ١٥-٥

- (^{٣٣}) مفسر بن علي القحطاني، سارة بنت عبد المحسن بن جلوي آل سعود، الموقف الديني من قضايا المرأة المسلمة دراسة لمنهجية الفتيا في قضايا المرأة المعاصرة ، إسلامية المعرفة، ع ٦٧، س ٢٠١٢ م، ص ١٠٠
- (^{٣٤}) المسؤولية الاجتماعية عبر شبكات التواصل الاجتماعي، نوره الزغبى، أخبار الخليج، ع ١٦٣٨٢، الأحد ٢٩ يناير ٢٠٢٣م، متاح على الرابط : <http://akhbar-alkhaleej.com/news/articale/1085655>
- (^{٣٥}) ديانة فوزي باعمر، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية الاجتماعية – دراسة تطبيقية على الجمهور السعودي، مجلة اتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام وتكنولوجيا الاتصال – ع ٨، ص ٢٧١
- (^{٣٦}) حكيم غريب، مخاطر مواقع التواصل الاجتماعي على الأمن المجتمعي: الرهانات والاستراتيجيات، مداخلة قدمت في الندوة النقاشية العلمية الدولية حول: "عولمة الاعلام السياسي وتحديات الأمن القومي للدول النامية"، الثلاثاء ١١ أبريل ٢٠١٧، ص ١- ٢٧ .
- (^{٣٧}) <https://www.facebook.com/thewomenofegypt?mibextid=ZbWKwL>
- (^{٣٨}) <https://www.facebook.com/Maximus2018?mibextid=ZbWKwL>
- (^{٣٩}) <https://www.facebook.com/profile.php?id=100068866046091&mibextid=ZbWKwL>
- (^{٤٠}) <https://www.facebook.com/FataweElbalad?mibextid=ZbWKwL>
- (^{٤١}) إيمان سيد علي عبد المطلب، "معالجة مواقع التواصل الاجتماعي لقضايا التطبيع مع اسرائيل دراسة تحليلية، مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، ع ٥٨٤، ج ٣، يوليو ٢٠٢١، ص ١٥٣٨.
- (^{٤٢}) فتحي محمد شمس الدين، معالجة القضايا السياسية في شبكات التواصل الاجتماعي واتجاه الشباب المصري نحو أحداث ٣٠ يونيو : صفحة حركة تمرد وجبهة الانقاذ الوطنى نموذجا، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، جامعة القاهرة، كلية الاعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، ع ١٠٤، يونيو ٢٠١٧، ص ٧٣.
- (^{٤٣}) محمود حلمي عمارة، التغطية الإعلامية للرياضات الخاصة بالأشخاص ذوي الإعاقة في البرامج التلفزيونية المتخصصة وصفحات الفيسبوك: دراسة مقارنة، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون – ع ٢١٤ – يونيو ٢٠٢١، ص ٣٩١.
- (^{٤٤}) فاطمة الزهراء أمير النجار، شيرين سلامة السعيد الدسوقي، أطر معالجة النخبة الإلكترونية المصرية على شبكتي فيس بوك وتويتر للقضايا المجتمعية، دراسة تحليلية، مرجع سابق، ص ٣٥٦.
- (^{٤٥}) آيات أحمد رمضان، "قيم المجتمع العربي كما تعكسها صفحات المشكلات على موقع face book واتجاهات المستخدمين نحوها"، مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، ع ٤٦٤، ٢٠١٥، ص ١٨٣-١٨٤.
- (^{٤٦}) إيمان سيد علي عبد المطلب، "معالجة مواقع التواصل الاجتماعي لقضايا التطبيع مع اسرائيل دراسة تحليلية، مرجع سابق، ص ١٥٥٧.
- (^{٤٧}) فتحي محمد شمس الدين، معالجة القضايا السياسية في شبكات التواصل الاجتماعي واتجاه الشباب المصري نحو أحداث ٣٠ يونيو : صفحة حركة تمرد وجبهة الانقاذ الوطنى نموذجا، مرجع سابق، ص ٧٥.
- (^{٤٨}) سماح محمد مجدي سعد، "أطر معالجة الصحف الأسبوعية للأزمات المجتمعية دراسة تحليلية ، مرجع سابق، ص ٥٩.

- ^{٤٩} (مجدي محمد عبد الجواد الداغر، بعنوان "معالجة الصحافة العربية لقضايا التسامح والتواصل مع الآخر، دراسة تحليلية لعينة من الصحف اليومية في الفترة من ٢٠١١-٢٠١٢، مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية، كلية الآداب والعلوم الاجتماعية، جامعة السلطان قابوس، مج ٢، ٥٤، ٢٠١٤، ص ١٥٧.
- ^{٥٠} (فاطمة الزهراء أمير النجار، شيرين سلامة السعيد الدسوقي، أطر معالجة النخبة الإلكترونية المصرية على شبكتي فيس بوك وتويتر للقضايا المجتمعية، دراسة تحليلية، مرجع سابق، ص ٣٥٦.
- ^{٥١} (صالون التنويريين، ١ نوفمبر ٢٠٢٢، <https://www.facebook.com/Maximus2018?mibextid=ZbWKwL>.
- ^{٥٢} (رضا إبراهيم محمد، التأثير الاجتماعي لوسائل التواصل الاجتماعي لدى الشباب الجامعي، مؤتمر وسائل التواصل الاجتماعي التطبيقات والإشكالات المنهجية، كلية الإعلام والاتصال، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، ٢٠١٥.
- ^{٥٣} (فتحي محمد شمس الدين، معالجة القضايا السياسية فى شبكات التواصل الاجتماعي واتجاه الشباب المصرى نحو أحداث ٣٠ يونيو : صفحة حركة تمرد وجبهة الانقاذ الوطنى نموذجاً، مرجع سابق، ص ٧٧.