

## خطاب التعصب السياسي في الفضائيات واليوتيوب: تحليل كيفي

أحمد مصطفى علي حسين (\*)

### المقدمة

يعتقد البعض أن إنماء التعصب لصالح اتجاه سياسي ونفى الآخر له تأثيرات ايجابية تدعم الاستقرار، لكن تكشف أبحاث العلوم الإنسانية الحديثة أن تلك الفكرة القديمة لا صحة لها على الإطلاق، إذ في ذلك مخاطر بالغة تتنامي ببطء، تبدأ من عنف الفرد، أو الانسحاب الاجتماعي والسلبية الجماعية، فضلاً عن التأثير على قدرة الأفراد، ومن ثم لا بديل عن إمكانية الحوار والتفاهم ودعم المشاركة المتنوعة كطريق وحيد لتحقيق النهضة المرجوة للأوطان والإحالة دون الفساد وضعف الفاعلية، هذا ويمكننا الإشارة إلى جهود الدولة الحالية تجاه الحوار الوطني الرئاسي لمحاولة استيعاب الاختلافات والآراء المعارضة من أجل نهضة الوطن.

ونستطيع أن نفهم أهمية ذلك مع ارتباط التعصب بالتمييز أو الإقصاء أو الوصم أو الكراهية وغيرها الكثير، مما يجعلنا في كثير من الأحيان سنجد أن كثيرين ممن ينفون عن أنفسهم صفة التعصب هم متعصبين بالفعل عبر الممارسة سواء بدراية أو عدم دراية، وأحياناً يحدث التعصب والتمييز بحذف الآخرين أو منع الحقوق بدافع المؤاممة السياسية أو المعايير الاجتماعية أو الضرورة الوطنية أو مواجهة المعارضين، وسنجد حينها صعوبة بالغة تجاه التفكير المنطقي أو العقل النقدي، وبالتالي غياب المؤسسة وسيطرة الشللية والفساد وضعف الأداء والانتماء، وافتقاد الإخلاص للقيم العامة.

ولا يمكننا حينها اكتشاف أوجه القصور والخلل بالمؤسسات والمشروعات والقوانين، أو الاستفادة بالرؤى المغايرة، وبهذا عذاب للمواطن وضياع الوطن باسم حب الوطن، لأنه أكثر من يتضرر من حجب الفرص أو إهدار الطاقات الخلاقة أو ضياع الجهود وسط المجاملات والعلاقات التي تحدث بدعوى سياسية غير حقيقية.

### أولاً: مشكلة الدراسة

يبدل الإعلاميون جهوداً كبيرة تجاه تغطية المشروعات القومية ونقلها للمواطنين، لكن لكل وسيلة إعلامية سياستها التحريرية التي لا تتفصل عن نمط

(\*) هذا البحث من رسالة الدكتوراه الخاصة بالباحث، وهي بعنوان: [أثر التعرض لقنوات اليوتيوب والفضائيات على التعصب السياسي لدى الشباب المصري (دراسة تطبيقية)]، وتحت إشراف: أ.د. أيمن منصور أحمد ندا - كلية الإعلام - جامعة القاهرة & د. صابر حارص محمد- كلية الآداب - جامعة سوهاج.

ملكيتها أو أهدافها ومصالحها، ومن ثم دائماً ما توصف الرسالة الإعلامية بالتحيز الذي قد يتحول إلى خطاب كراهية وتكوين أفكار مشوهة أو غير مكتملة عن المشروعات بما يسمح بانتشار الشائعات وتنمية اتجاهات التعصب السياسي في المجتمع.

بذلك تتبلور المشكلة البحثية في الحاجة إلى دراسة القنوات الفضائية واليوتيوب وعلاقتها بالتعصب السياسي خصوصاً في ظل ما بعد المرحلة الانتقالية، إذ يمثل تحليل خطاب القنوات الفضائية واليوتيوب منطقة مجهولة، سواء أبعاد الخطاب أو اتجاهات الخطاب وعلاقتها بالاتجاه العدائي أو التعصب.

### ثانياً: أهمية الدراسة

- (١) ندرة الدراسات التي تستخدم أداة تحليل الخطاب، ولا سيما تجاه قنوات اليوتيوب والفضائيات.
- (٢) الحداثة نسبياً لتعلقها بدراسة قضايا معاصرة، كالمشروعات القومية المعاصرة وعلاقتها بالشباب.
- (٣) خلو الدراسات السابقة من دراسة التعصب السياسي لدى الشباب بمختلف فئاتها كفاءة بالغة الأهمية.
- (٤) أهمية معرفة تأثير انتشار اليوتيوب على الفضائيات، وعقد علاقات بين طبيعة وأنماط الاستخدام، نظراً للتشابه النسبي بين الوسيطتين والتباعد الكبير بين التوجهات والبنى الهيكلية لكليهما، فالفضائيات مؤسسية بينما اليوتيوب مؤسسي أو شخصي، وتأتي الأهمية الأكبر في ظل تغير طبيعة التحول لدى جمهور الإعلام كتوصيف الدكتور محمد علي القعاري بكونه صار جمهور السوق.
- (٥) أهمية دراسة الخطاب الإعلامي لكونه يأتي في إطار بيئة اجتماعية محددة، إلى جانب كونه شكلاً من أشكال التواصل الفعال في المجتمع، وله قدرة على التأثير في المتلقين وإعادة تشكيل الوعي الاجتماعي والثقافي لهم، والوقوف على ما قدمه الخطاب من تصورات للقضايا وتأثيره على التعصب.
- (٦) حجم التأثير وأبعاده، حيث الارتفاع المستمر في استخدام الإنترنت واليوتيوب والفضائيات، إذ ارتفع استخدام الشباب للإنترنت بنسبة ٦٢% من تعداده<sup>(١)</sup>، وارتفع الاستخدام قنوات اليوتيوب والفضائيات، فتشير الإحصائيات إلي أن الإنترنت يتجاوز ٤٤.٧ مليون مستخدم<sup>(٢)</sup>، أسهم في ذلك سهولة استخدام

(١) بيان أصدره جهاز التعبئة العامة والإحصاء بعنوان "٩٧.٧% من الشباب يتواصلون عبر الفيس بوك"، نشر بتاريخ ٢٠١٩/٨/٧م، منشور في عدة صحف، الأهرام وأخبار اليوم والأخبار، والعديد من مواقع الصحافة الإلكترونية...

(٢) جهاز التعبئة العامة والإحصاء، إحصاء ٢٠١٤م (القاهرة: ٢٠١٧م). متاح عبر الموقع عبر الرابط التالي:

الإنترنت عبر المحمول الذي يتجاوز ٣٨ مليون مستخدم بنسبة زيادة ١٤.٤٧% سنوياً، إضافة لتوافر وشبوع وسائل أخرى، كالإنترنت عبر USB Modem ويبلغ ٣.٥٦ مليون بنسبة زيادة ٥.٩٣% سنوياً، فضلاً عن إنترنت الخطوط الأرضية ADSL ويبلغ ٧.١٢ مليون مستخدم بزيادة سنوياً ١٤.٦% (٣)\*. ما سبق أسهم في زيادة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بين الشباب، وفي ذلك يحتل اليوتيوب المرتبة الثانية بين وسائل التواصل الاجتماعي بعد الفيس بوك (٤) فالـيوتيوب يستخدمه نحو ٢٠.٦% من سكان مصر (٥)، بينما ترتفع نسب مشاهدة الفضائيات لتصل إلى ٥٠ مليون مشاهد مصري، سواء متابعة منتظمة أو شبه منتظمة عبر التليفزيونات التقليدية، وفي الوقت ذاته ترتفع نسب مشاهدة الفضائيات عبر اليوتيوب، ولنضرب لذلك مثلاً أعلى القنوات في نسب المشاهدة وهي "القاهرة والناس" التي تجاوزت ١٠٥ ملايين مشاهدة، بتعداد ٢ مليون مشترك بموقعها في اليوتيوب. (٦)

[https://www.capmas.gov.eg/Pages/IndicatorsPage.aspx?page\\_id=6134&ind\\_id=2262](https://www.capmas.gov.eg/Pages/IndicatorsPage.aspx?page_id=6134&ind_id=2262)

(٣) نشرة مؤشرات الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات، عدد ربيع سنوي سبتمبر ٢٠١٩م، وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات، إصدار فبراير ٢٠٢٠م، (تاريخ الدخول: ١٨ مارس ٢٠٢٠م) ومتاح عبر شبكة الإنترنت "الموقع الإلكتروني للوزارة" عبر الرابط التالي:

<http://www.mcit.gov.eg/Ar/Publications>

(\*) يلاحظ أن الرقم المذكور حول مستخدمي الإنترنت عبر الهاتف الأرضي ADSL لا يعكس تعداد المستخدمين، هذا لأن خط الإنترنت الواحد عبر الكابلات الأرضية قد يستخدمه بضع أشخاص، يرجع ذلك إلى نوعية الاشتراك التي قد تضمن قدرات فائقة تسمح بتشغيل بضع أجهزة في اللحظة نفسها.

(٤) إحصائيات السوشيال ميديا لعام ٢٠١٩م، شركة ديموفنف لإدارة المحتوى العربي Dimofinf CMS، ١٧ فبراير ٢٠١٩م، متاح عبر الشبكة العنكبوتية "الإنترنت" عبر الرابط التالي: (تاريخ الدخول: فبراير ٢٠٢٠م)

<https://www.dimofinf.net/blog/s/491/%D8%A5%D8%AD%D8%B5%D8%A7%D8%A6%D9%8A%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D8%B3%D9%88%D8%B4%D9%8A%D8%A7%D9%84-%D9%85%D9%8A%D8%AF%D9%8A%D8%A7-%D9%84%D8%B9%D8%A7%D9%85-2019>

(٥) إحصائية مواقع التواصل الاجتماعي في مصر، إحصاء يناير ٢٠٢٠م، موقع Statcounter GlobalStats، (تاريخ الزيارة: فبراير ٢٠٢٠م) متاح عبر الرابط الإلكتروني:

<https://gs.statcounter.com/social-media-stats/all/egypt>

(٦) معتر صلاح الدين، دور الإعلام والأمن القومي المصري، الصدى نت، أغسطس ٢٠١٩م، (تاريخ الزيارة: مارس ٢٠٢٠م) متاح عبر الشبكة العنكبوتية (الإنترنت) على الرابط التالي:

<http://elsada.net/110715/>

### ثالثاً: منهج الدراسة

تعتمد الدراسة منهج المسح الإعلامي، وتعتمد الأسلوب الكيفي لمنهج المسح من خلال تحليل خطاب اليوتيوب والفضائيات وأبعاده، حيث إمكانية جمع الحقائق والمعلومات المتعلقة باتجاهات الخطاب وعلاقتها بالتعصب السياسي تجاه بعض المشروعات القومية، وذلك وفق المدرسة الثقافية الألمانية.

### رابعاً: الأهداف والتساؤلات

أ- الكشف عن سمات واتجاهات الخطاب الإعلامي، وذلك للإجابة عن التساؤل التالي:

- ما أبرز سمات ومضامين الخطاب الإعلامي وعلاقته بالتعصب السياسي؟
- هل هناك علاقات بين اتجاهات الخطاب الإعلامي ووجود خطاب يتبنى التعصب؟

### خامساً: الدراسات السابقة

دراسة محمود رمضان أحمد عبداللطيف ٢٠١٩م<sup>(٧)</sup>

دراسة وصفية عبر المسح بالاستبيان، طبقت نظرية المجال العام ومدخل إدارة الصراع، بهدف التعرف على حالة الاستقطاب السياسي بمواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تشكيل اتجاهات الجمهور بالتطبيق على قضية التعديلات الدستورية ٢٠١٩م.

خلصت إلى تصدر شبكات التواصل الاجتماعي مصادر معلومات الجمهور بشأن التعديلات الدستورية، كان ذلك بسبب الملل من متابعة وسائل الإعلام التقليدية، والرغبة في معلومات أكثر، ولأن مناقشة الموضوعات بمواقع التواصل تتم بشكل أوسع وأشمل معلوماتياً، أسرع لحظة وقوع الأخبار، بجانب إتاحتها التعبير عن الرأي دون قيود أو رقابة، وعرض مختلف وجهات النظر، فأسهمت إيجابياً بالاستقطاب السياسي كأداة عمل سياسية بالمجتمعات الديمقراطية، لأن الأطراف والقوى الفاعلة تسعى لاستقطاب أنصار ومؤيدين مقابل القوى المنافسة الأخرى.

لكن، أشارت الدراسة أنه ورغم الفوائد السابقة إلا أن أغلب الأخبار والمعلومات المطروحة غير دقيقة، وكثيراً منها لا يتسم بالمصداقية، وأغلبها عن جهات غير رسمية، كما سلوك المعلقين والمناقشين يميل إلى الاستقطاب في الرأي بالاعتماد على الإثارة والتهويل أحياناً، وباستخدام العنف اللفظي أحياناً، وثبت أن

(٧) محمود رمضان أحمد عبداللطيف، الاستقطاب السياسي في مواقع شبكات التواصل الاجتماعي ودوره في تشكيل اتجاهات الجمهور المصري.. دراسة ميدانية بالتطبيق على قضية التعديلات الدستورية ٢٠١٩م، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، ع ٦٩ (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، خريف ٢٠١٩م).

غالبية المناقشات التي أثيرت بالمواقع حول التعديلات الدستورية كانت اتجاهاتها سلبية، وصورة النقاشات صورة سلبية، بل وآراء المناقشين لم تتسم بالمصادقية، وذهب البعض إلى أن لا مصادقية على الإطلاق، بالرغم من وجود نسبة قليلة كان لديها اتجاهات أو صورة إيجابية، بل وبعض المبحوثين وضح حدة الاستقطاب: (حجب الصفحة التي لا تتفق مع رأيه، تشجيع الآراء التي تتفق مع رأيه، المناقشة بفاعلية مع الزملاء بمواقع شبكات التواصل الاجتماعي)

دراسة M. Yu. Bareev, I. O. Kachurina ٢٠١٩<sup>(٨)</sup>

دراسة وصفية استهدفت معرفة تأثير قنوات اليوتيوب على تزايد احتجاج الشباب الروسي ضد السلطات العليا، واستخدمت في ذلك أدوات المسح الاجتماعي عبر أداة الاستبيان المطبقة على عينة من الشباب بهدف تحليل إمكانيات اليوتيوب وتأثيره على الشباب، مع معرفة العوامل الأخرى المؤثرة.

كشفت نتائج الدراسة عن قنوات اليوتيوب المعارضة والأكثر مشاهدة لدى الشباب الروسي، والأكثر تأثيراً وكانت هذه القنوات هي: قناة المعارض الروسي أليكسي نافالني، وقناة ValeronK وقناة Kamikadzedead وقناة Dozhd tv rain وقناة Novosti Serkhderzhavy وقناة super powernews.

وبينت الدراسة أن اليوتيوب هو ثاني أكثر مورد إعلامي شائع، مع ملاحظة ارتفاع الشبكات الاجتماعية الأخرى، كما تناولت الدراسة كيف أصبح اليوتيوب منصة خطاب مؤثرة لمناقشة القضايا المحلية المهمة اجتماعياً، وما له من تأثير كبير على الرأي العام وتشكيل الأجندة الإخبارية وتحديد نغمة النقاش العام.

وأشارت نتائج الدراسة إلى أن اليوتيوب مكن الغالبية العظمى من الشباب من العلم بالاحتجاجات المختلفة التي تجري في روسيا، وكان مصدر التواصل فيما بين الشباب رغم عدم معرفتهم بعضهم بعضاً.

طالبت الدراسة بتوصيات مهمة بخصوص المطالبة بضرورة تحسين المعلومات الإقليمية والسياسات الاجتماعية والاقتصادية وخصوصاً من قبل ضباط الشرطة والخدمات الخاصة لتطوير وتخطيط البرامج وربطت الدراسة بين ذلك ومنع مظاهر التطرف.

(8) M. Yu. Bareev, I. O. Kachurina, **YouTube as a Factor in Shaping the Protest Potential of Young People, Russian Journal of Regional Studies = Regionology**, Mordovia state University, No 3, 2019

Available via the following link

DOI: <https://doi.org/10.15507/2413-1407.107.027.2019.03.572-587>

<http://regionsar.ru/en/node/1789>

### عمرو محمد عزب (٩)

دراسة وصفية استخدمت منهج المسح بأداة الاستبيان، لاستجلاء أبعاد استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بالتطبيق على الفيس بوك كساحة للصراعات المجتمعية في مصر، وبهدف الكشف عن أهم مجالات هذه الصراعات وأهدافها والعوامل المؤثرة فيها وتأثيرات ذلك على المستخدمين.

كشفت النتائج أن المناخ السياسي والاقتصادي الضاغط وحاجة المجتمع المصري للتنفيس عن الغضب والإحباط مع عدم اعتياد المصريين على الحوار واحترام الرأي الآخر، أهم الأسباب المجتمعية لتحول "الفيس بوك" لساحة صراع، حيث جاء عدم الاستقرار السياسي والانقسام والتخوين في المرتبة الأولى بنسبة ٦١.٨%، وتلاها حاجة المصريين لمساحة للتنفيس عن غضبهم وإحباطاتهم في المرتبة الثانية بنسبة ٥١.٣%، يليها عدم اعتياد المجتمع المصري على الحوار واحترام الرأي الآخر بنسبة ٤١.٢% من إدراك الباحثين للأسباب المجتمعية لتحول الفيس بوك لساحة صراع، بينما تأتي الضغوط الاقتصادية المتزايدة في المرتبة الرابعة بنسبة ٤٠.٧%.

وأوضحت درجة التأثير السلبي الأعلى لاستخدام "الفيس بوك" في الصراعات المجتمعية إزاء رؤية ثقافة الحوار وقبول الآخر، فوافقت نسبة ٧٣.٥% كدرجة تأثير سلبي مرتفعة، بينما المرتبة الثانية من التأثيرات هي رؤية الباحثين للمجتمع المصري ذاته نحو الخوف على مستقبله وكونه ضحية لأصحاب المصالح، وكونه بحالة انقسام شديد ولا يصلح للديمقراطية بمتوسط ٦٦.٥% من الباحثين، ووافقت نسبة ٨٠% على أن هذه الصراعات تجعلهم يشعرون بالخوف على مستقبل المجتمع المصري. أما التأثيرات النفسية والاجتماعية، فقد قالت نسبة ٦٦.٧% أن الصراعات على الفيس بوك تجعلهم يمتنعون عن المناقشة في معظم الأمور لعدم التوصل لنتيجة أو اتفاق، ونسبة ٤٣.٩% يمتنعون عن التعبير عن الرأي حتى لا يتعرضوا لهجوم شديد، بينما نسبة ٤٥.٦% تتجنب متابعة الصراعات وتتجاهلها كأنها غير موجودة، بل ويقر نسبة ٢٣.٢% أن هذه الآراء تجعل لديهم مشاعر سلبية تجاه أصدقائهم، مما يؤكد أن مواقع التواصل الاجتماعي تملك القدرة على إنهاء العلاقات الاجتماعية سواء قديمة أو جديدة، لأننا نعيش مرحلة من احتدام الصراع السياسي عقب

(٩) عمرو محمد عزب، شبكات التواصل الاجتماعي كساحة للصراعات المجتمعية في مصر (الفيس بوك) نموذجًا، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد ٦٠، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، صيف ٢٠١٧م).

ثورتين أثرت أحداثهما على أفراد المجتمع بشكل جعلهم يتعصبون لآرائهم ومواقفهم، كما قالت ٣٤.٦% من المبحوثين أن الصراعات على الفيس بوك تزيد من مشاعر العزلة والاعترا ب لديهم.

#### دراسة محمد مصطفى رفعت محرم عزت ٢٠١٧م<sup>(١٠)</sup>

دراسة وصفية استخدمت منهج المسح بنوعيه الكيفي والكمي، طبقت الكيفي عبر أداة المناقشة المركزة لعدد ٥٠ مبحوثًا مقسمين إلى ٥ مجموعات مناقشة مركزة، بينما الكمي بشقيه الميداني والتحليلي، عبر أداة الاستبيان على ٤٥٠ من جمهور الوسائل، وأداة تحليل المضمون عدد ١١٥٠ تعليق بالفيس بوك واليوتيوب لأفضل ٤ صفحات (المصري اليوم، اليوم السابع، جريدة الوطن، شبكة رصد)، بهدف التعرف على اتجاهات الرأي العام نحو المتغيرات المختلفة لعملية التحول الديمقراطي وأحداث التحول الديمقراطي الستة التي تلت ثورة ٣٠ يونيو ٢٠١٣م، ذلك بتطبيق نظرية المجال العام مع نموذج الإعلام الديمقراطي المشارك ونموذج زيلر لاستطلاع الاتجاهات (التلقي، القبول، العينة).

كشفت النتائج ارتفاع استخدام موقع الفيس بوك بوزن نسبي ٩٨.٢%، تلاه موقع يوتيوب بوزن نسبي ٨٢%، ثم موقع تويتر بوزن نسبي ٤٧.٧%، وبينت تفوق الدوافع السياسية كأهم أسباب استخدام الشبكات الاجتماعية، فكانت المرتبة الأولى لطرح الآراء السياسية ودعم القضايا السياسية بنسبة ٤٢.٨٨%، تلاها بالمرتبة الثانية انحياز المبحوثين إلى الدوافع الطقوسية المرتبطة بقضاء وقت الفراغ والتواصل الاجتماعي وتكوين معارف بنسبة ٤٢.١٦%، مما يعكس اهتمام عينة الدراسة بالشأن العام ومتابعة الأحداث السياسية المختلفة، وهذه النتيجة حول دوافع الاستخدام تتفق مع دراسة أمال كمال ٢٠١٢، ودراسة Smock A.D & others 2011 ودراسة Others Stafford T.F 2009.

بينت الدراسة أنه ورغم النتيجة السابقة فقد انخفضت معدلات التعبير عن الآراء السياسية لدى العينة بنسبة ٥٠.٩% ويرجع إلى عدم وجود جدوى من التعبير عن الرأي بنسبة ٥٧.٢% وفسرته الدراسة بانعكاس حالة الإحباط العام، كذلك تدني الأخلاقيات العامة للنقاش على هذه الشبكات بنسبة ٤٧.٢%، ومن ثم يعزف البعض عن المشاركة بالرأي الإلكتروني لتخوفه من السب أو التشهير.

(١٠) محمد مصطفى رفعت محرم عزت، اتجاهات الرأي العام الإلكتروني لمستخدمي الشبكات الاجتماعية نحو أحداث التحول الديمقراطي بمصر، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠١٧م).

وتوصلت إلى أنه ورغم ما سبق، إلا أن هناك مجموعة من القضايا السياسية دفعت عينة الدراسة للتعبير عن آرائهم ومنها (قضية تيران وصنافير والتي أعلن البعض فيها دعم مصرية الجزيرتين)، كما كشفت النتائج عن اتجاه ايجابي تجاه الشبكات الاجتماعية كمصدر إخباري يثق في مضمونه ٥٣.٣% من العينة مقارنة بالمضمون الإخباري المقدم بالوسائل التقليدية، وأرجعت ذلك إلى ممارسة وسائل الإعلام التقليدي للتعظيم الإعلامي لبعض الأخبار، وتعهد عرض الموضوعات والأحداث من رؤية واحدة دون تعددية بالطرح والمعالجة، واعتبار الشبكات الاجتماعية لسان حال المواطن وإعلامه البديل.

ساد الاتجاه السلبي تجاه الشبكات الاجتماعية ك مجال عام للطرح والنقاش بنسبة ٢٣.١% بينما جاء الاتجاه الإيجابي منخفض ٢.٤% وفسرت الدراسة ذلك بأن الحالة الصراعية السجالية تطغي على الحالة النقاشية المعتدلة داخل الشبكات الاجتماعية، حيث تصدر السب وإلقاء الألفاظ الخارجة والمبتذلة المرتبة الأولى في التعليقات المحللة بنسبة ٣٧.٨%، ثم النقد بنسبة ٣٢.٧%، تلاها غلبة الأسلوب الغوغائي على التعليقات بنسبة ٤٠.٨%.

كشفت الدراسة التحليلية وجود حالة من التناحر الإلكتروني، بين التأييد الكلي أو المعارضة التامة، حيث عارض التحول الديمقراطي نسبة ٥٤%، بينما الأصوات المؤيدة والداعمة للأحداث بنسبة ٤٥%، مع ندرة الآراء المحايدة أو المنطقية العقلانية أو الموثقة أو التي لها أدلة واتجاهات موضوعية تجاه أحداث التحول الديمقراطي الستة فكانت بنسبة ١% فقط، وبينت الدراسة أن الشبكات الاجتماعية يسودها ممارسات حوارية غير أخلاقية تقترب من الصدام لا الحوار، وأكدت نتيجة دراسة Lim, Merlyna 2011 أن المستخدم المستتر خلف لوحة مفاتيح جهازه يتسم بما أسماه "توحش الذات" أي يسب ويقذف المختلفين معه في الآراء ويستخدم أسماء مستعارة وهوية أخرى بديلة عن ذاته الحقيقية.

## سادسًا: عينة الدراسة

### ١ - مجتمع العينة

أ- عينة ممثلة لبرامج الفضائيات: (برنامج على مسئوليتي للاستاذ أحمد موسى بقناة صدى البلد، برنامج الحكاية للأستاذ عمرو أديب بقناة MBC، برنامج يحدث في مصر للاستاذ شريف عامر بقناة MBC، برنامج آخر النهار للدكتور محمد الباز والأستاذ تامر أمين بقناة النهار).

ب- عينة ممثلة لبرامج اليوتيوب، وتضمنت: (برنامج "عبدالله الشريف" للأستاذ عبدالله شريف بقناته على اليوتيوب، برنامج "جو شو" للأستاذ يوسف حسين



بقناة العربي باليوتيوب، وبموقع اليوتيوب، برنامج "الأسبوع في كيس" و"تعشب شاي" للأستاذ أحمد البحيري بقناته على اليوتيوب، برنامج "شريف الصيرفي" للأستاذ شريف الصيرفي بقناته على اليوتيوب).

## ٢ - أسباب اختيار العينة

- أ- تم تحديد برامج الفضائيات واليوتيوب بناء على نتائج الدراسة الاستطلاعية.
- ب- شهرة البرامج وقوة وانتشار القنوات الفضائية واليوتيوب، وإثارته للاهتمام أو الجدل.
- ج- نسب المشاهدة المرتفعة والواضحة عبر مواقع تلك البرامج باليوتيوب أو بالأدلة المعلنة.
- د- تنوع وتعدد اتجاهاتها، بحيث إنها تشمل المواقف المختلفة، وتمثل الطبائع المختلفة للبرامج.

## ٣ - فترة التطبيق

فترة التطبيق كانت خلال الفترة من ١ يناير ٢٠١٩م وحتى ١ فبراير ٢٠٢٢م، وذلك بتحليل الخطاب في توقيتات إثارة قضايا الدراسة، إذ لاحظ الباحث أن معظم فترات البرامج لا يتم تناول القضايا فيها بشكل مباشر، لكن يتم مناقشتها بشكل موسمي، كأن تجد بضعة أسابيع لا تجد فيهم إلا بضعة أيام للحديث عن قضية من القضايا، إذ يتم تناولها حال صدور قرار أو الإعلان عن مرحلة جديدة، أو اقترانها مع زيارة أو تصريح ما.

### سابعاً: ملامح التعصب السياسي في الخطاب الإعلامي لقضايا الدراسة:

يمكننا إيجاد أبرز ملامح التعصب السياسي التي تسبب فيها الخطاب الإعلامي، وذلك على النحو التالي:

#### ١) تغييب الخطاب الإعلامي لصالح تبني الخطاب السياسي.

إذ يمكننا مشاهدة سمات و خصائص الخطاب السياسي بدلاً من الخطاب الإعلامي، وهي كالتالي: (يقوم على المدح والثناء على سياسة معينة ومتبعة رسمياً أو بالمعارضة لها، توظيف مصالح البلد في الهجوم على المخالفين للرأي، استخدام دلالات أفاظ في غير سياقها، إضفاء قداسة ومصداقية لكل طرف ضد الطرف الآخر، الاقتراب من الخطاب اليومي للتفاعل مع الجميع، توجيه حياة المواطنين، عدم وجود قيم ثابتة، تجاوز حدود القطر في بعض الأحيان ليأخذ صفة الخطاب الشمولي الجمعي المقصدي ليشير للمكانة الدولية)<sup>(١١)</sup> وهي أمور رصدناها وسبق وتناولنا أمثلة عديدة لها، ويمكن ملاحظتها فيما حدث لتأكيد نجاح

(١١) مناور بيان الراجحي، عادل رفعت عبدالحكيم، تحليل الخطاب من الكلاسيكية إلى الرقمية،

(الكويت: جامعة الكويت: مجلس النشر العلمي، ٢٠٢٠م)، ص ٦٧

الإصلاح الاقتصادي أو التأثير الدولي للمؤتمرات الوطنية للشباب، أو العوائد العالمية للعاصمة الإدارية بعد إطلاق العاصمة الجديدة، أو العكس بالتأثير الكارثي فقط لما سبق.

حتى نرى وكأن الإعلامي المؤيد يتحدث بلسان الحكومة، ويعمد لتوجيه البرنامج إلى صفها، غير عابئ بدوره في أن يكون موضوعياً ومحايلاً، وباحثاً عن الحقيقة، ومثال لذلك، ما شاهدناه في تساؤلات المذيع أحمد موسي لوزيرة التخطيط، ومنها تساؤلات معروفة إجابته مسبقاً، وتعمد لعدم طرح تساؤلات جديدة للكشف عن حقيقة جديدة، لذا شاهدنا بداية حديثه التي تحدد مسار الحلقة ولا يخرج عنها، حيث يبدأ حديثه مع الوزيرة قائلاً: نتحدث عن الاستقرار ورغم كورونا والأمور مستقرة.<sup>(١٢)</sup>

وهو حال الإعلامي المعارض وكأنه لسان المعارضة السياسية، يتجنب الإيجابيات لأي شيء، ومن ثم فكلا الطرفين يؤدي للتحيز لجانب واحد، مما يزكي سمات التعصب مع (نحن) مقابل ضد (هم)، خصوصاً مع وجود نبرة حب الوطن لدى كلا الطرفين، وحدة الهجوم والتخوين والاثام والتشويه.

## ٢) الموضوعية في مقابل التحيز:

تحتكم الموضوعية إلى العقل والحقيقة بعيداً عن كل ما هو ذاتي، أي مجردة عن الغاية الشخصية، وبعيداً عن الأهواء والميول والمصالح<sup>(١٣)</sup>، وحديثاً نشأ اتجاه أن مفهوم الموضوعية استبدل بمفهوم التوازن *balance*، والأمانة أو العدل في نقل الخبر *Fairness*.<sup>(١٤)</sup> لكن لا يغير من الأمر كثيراً، فالأمانة تقتضى عدم التحيز، بينما يرتبط التحيز بالتنميط ومن ثم بناء التعصب السياسي وأنواع التعصب الأخرى.

إذ التحيز عدا، فعندما تتحيز وسائل الإعلام تجاه طرف بعينه ما يدفع الجمهور دفعا للشعور بالعداء نحوها وادراكه أنها لا تمثله ولا تعبر عن آرائه، لأنها تتبنى وجهات نظر الأطراف الأخرى، ويرى مؤيدو نظرية التأثير العدائي لوسائل الإعلام أن هذه النتيجة لا يمكن عزوها إلى وجود التحيز، وإنما المؤيدون من الاتجاهات المعارضة لإحدى القضايا يرون نفس التغطية ولكن بطريقة

<sup>(١٢)</sup> أحمد موسى، برنامج على مسئوليتي، (القاهرة: قناة صدى البلد الفضائية)، حلقة بتاريخ ٢٤

نوفمبر ٢٠٢١ م

<sup>(١٣)</sup> "موضوعي"، تعريف ومعنى موضوعي في معجم المعاني الجامع، موقع المعاني.. لكل رسم معنى، تاريخ الزيارة: ١٦ أكتوبر ٢٠٢١ م، متاح على شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت)، على الرابط التالي:

<https://www.almaany.com/ar/dict/ar-ar/%D9%85%D9%88%D8%B6%D9%88%D8%B9%D9%8A/>

<sup>(١٤)</sup> سمر طاهر، الإعلام في عصر العولمة والهيمنة الأمريكية.. كيف أصبحت أمريكا سيدة العالم في مجال الإعلام؟، ط١ (القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، سلسلة مكتبة الأسرة، ٢٠١٧ م)، ص ١٢٩

مختلفة، بمعنى أنها تعكس أفكار الجمهور الإعلامي النشط، فالجماهير لا تتلقى المحتوى الاعلامي بسلبية، بل تفسر تلك المحتويات بصورة انتقائية في ضوء قيمها واتجاهاتها الخاصة بها.<sup>(١٥)</sup>

بذلك تحقق التعصب لكلا الطرفين، المؤيد والمعارض لما ينشر، فالمعارض يراه سلب آراءه أو لا تناقشها بجدية، وتعمد إلى حذف وجوده واحتياجاته، بينما المؤيد يراها تؤكد انحيازاته، ومن ثم تجعله يزداد نفياً لوجود الآخر، وحذف وجوده وآراءه أو تخوينه، حيث مخاطر كبيرة تنتامي على مصلحة الوطن، لأن الصالح العام يقتضي وجود وسيط إعلامي فاعل، ومن ثم يؤدي إلى التنمية ويعالج الخلل، ويعمد لأن يكون ناقلاً أميناً وصوتاً معبراً ومخلصاً، ومن ثم تلافي السلبيات والخلل في كل مشروع، وتقديم رؤية موضوعية بناءة لصالح الوطن. وسبق التوضيح خلال المحاور السابقة كيف أن محتوى الفضائيات واليوتيوب، مع أو ضد، يعكس اتجاهًا واحدًا ليعبر عنه، ولا يعكس كلا الاتجاهين، ولا يعطي فرصة للتعبير عن مخاوف الطرف الآخر أو انحيازاته، أو يسعى للمناقشة بشكل موضوعي، نلاحظ ذلك حتى في الضيوف والمصادر، أو تعليق الإعلامي القائم بالاتصال، أو طبيعة ما يثار من تساؤلات وأطروحات، تعكس وجهة نظر واحدة، لنجد بسهولة كل برنامج له اتجاه واحد ومحدد.

### ٣) المبالغة في مقابل الدقة

تذكر المعاجم أن نقيض مبالغة هو الاعتدال والاقتصار والاستقامة<sup>(١٦)</sup>، وفي الإعلام تعني قيم الاعتدال والإقتصار والاستقامة، أي ألا نزيد عن الحقيقة كلمة أو معنى أو تفسير لا يعكس الواقع، ليصير الاعتدال والإقتصار على الوقائع والاستقامة على طريق الحقيقة، ولو نظرنا وتأملنا المعنى السابق سنراه ينطبق على مفهوم "الدقة"، التي هي ذكر الوقائع كما هي.

وتعد الدقة ضمن أبعاد مصداقية الإعلام التي تستوجب دقة المعلومات ووجود المصادر وشمولية المعلومات واكتمالها، وتحقيق التوازن والتفاعل والعمق، وغيرها من المعايير المهنية، فمبادئ الدقة إلى جانب تصحيح الأخبار غير الدقيقة ضمن الأخلاقيات الأساسية التي وردت في جميع مواثيق الشرف الإعلامية العالمية والإقليمية والمحلية، ففي ميثاق شرف الفيدرالية الدولية للصحفيين يقرنها

(١٥) د. عمرو محمد عبدالحמיד، العداء لوسائل الإعلام.. التحديات المهنية واستعادة ثقة

الجمهور، (القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، ٢٠١٩م)، ص ١٥.

(١٦) "مبالغة"، مرادفات وأضداد مبالغة في قاموس المعاني، موقع المعاني.. لكل رسم معنى،

تاريخ الزيارة: ١٦ أكتوبر ٢٠٢١م، متاح على شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت)، على الرابط التالي:

بمعلومات حقيقية معلوم مصدرها، وتجنب إخفاء معلومات هامة أو تزييف وثائق، وتعديل ما وجد أنه غير دقيق.

بل وتطرح الاتجاهات العلمية الحديثة متغير الخبرة مع وسائل الإعلام بوصفه أحد أبرز المتغيرات المسئولة عن تراجع مصداقية وسائل الإعلام لدى الجمهور، إذ إن تعرض أفراد الجمهور عبر الزمن لمعلومات وبيانات غير دقيقة أو متحيزة يؤدي بدوره إلى تقييم أفراد الجمهور لوسائل الإعلام بوصفها مصادر غير صادقة وغير آمنة في نقل المعلومات؛ مما يجعله يتجه صوب مصادر أخرى أكثر مصداقية لاستقاء المعلومات، بناء على تقييمه وإدراكه لسمات الوسيلة.<sup>(١٧)</sup>

بل ومعلوم تأثير عدم الدقة والمبالغة، علمًا بأن المبالغة تسكن الخطب الحماسية للسلاسة والقادة بشكل رئيس، وهي موجودة في ألوان من الكلام والممارسات السياسية للمتعبين والمتطرفين والمفرطين في استعمال "أفعل التفضيل" ومن يجري الكذب والبذاءة والنفاق على ألسنتهم، ومن يصنعون من بعض أهل السلطان أصنامًا.<sup>(١٨)</sup>

هذا وتغيب الدقة وتأتي أجواء المبالغة والإثارة في الإعلام من الفراغ الذي يصنعه حجب المعلومات مع وجود مساحات ضبابية لا تملؤها إلا الشائعات والأكاذيب والروايات المختلفة، لذلك فإن "فلسفة الإفصاح" هي التي تدعونا إلى أن نقدم الحقيقة، خصوصًا وثورة المعلومات والتقدم التكنولوجي الكاسح لم يتركنا للسرية والإخفاء سبيلًا، فحجب المعلومات أو التعتيم على الأخبار أمور ذهبت مع القرن الماضي ولم يعد لها وجود.<sup>(١٩)</sup>

فالمبالغة أو عدم الدقة ستؤدي للتعصب، إذ المبالغة المفرطة غير المرغوبة التي تجاوز حد الاعتدال هي بمفهوم التطرف، حيث الغلو، إذ من المعروف أن "طرف الشيء إما أن يكون ابتداءه أو نهايته، ويبعد أن يكون ما قرب من الوسط طرفًا".<sup>(٢٠)</sup> ويمكننا أن نرى كثيرًا من الأمور في الفضائيات واليوتيوب، ومنها:

(١٧) شيرين محمد كدواني، مصداقية الإنترنت.. العوامل المؤثرة ومعايير التقييم، ط ١ (القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، ٢٠١٧م)، ص ٨٥

(١٨) عمار على حسن، المجاز السياسي، ط ١، (الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، سلسلة عالم المعرفة، عدد ٤٨٦، سبتمبر ٢٠٢١م)، ص ١٧٨

(١٩) مصطفى الفقي، العرب والذاكرة القومية، ورقة مقدمة إلى مؤتمر "المنتج الثقافي بين حرية الإبداع واقتصاديات الصناعة"، المؤتمر العام لأدباء مصر، الدورة الثالثة والثلاثون (القاهرة - مطروح: الهيئة العامة لقصور الثقافة، ص ٩٥ - ٩٩

(٢٠) مهجة غالب عبدالرحمن، دور الجامعات في تفكيك الفكر المتطرف، في مؤتمر "نحو تفكيك الفكر المتطرف" المؤتمر الخامس والعشرين للمجلس الأعلى للشئون الإسلامية، (القاهرة: وزارة الأوقاف، سلسلة قضايا إسلامية، العدد ٢٢٨، ٢٠١٦م)، ص ١٦٦

### ١- تقديم الرأي على أنه حقيقة، ومن ثم تقديم آراء غير دقيقة:

- مثل، قيام الإعلامي أحمد بحيري، بتخصيص حلقة بعنوان "المطلقاتي" يربط فيها بين نتائج الإصلاح الاقتصادي وبين ارتفاع حالات الطلاق، ويذكر: (أن الأزواج لم يعد لديهم تحمل مثل الأزواج القدماء، إذ لم يتكيفوا مع غلاء الأسعار، فالتكيف صار مستحيلاً، والسبب الرئيسي للطلاق هو الكوارث الاقتصادية التي تنتكر في هيئة إصلاح اقتصادي، وفي ذلك يعقد مقارنة بين ارتفاع حالات الطلاق وفق الأرقام الرسمية الصادرة من الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، إذ ذكر ارتفاع حالات الطلاق من ٦٥ ألف حالة في العام ٢٠٠٦م إلى ١٥٠ ألف حالة في ٢٠١٣م، ثم إلى ١٨٠ ألف حالة في ٢٠١٤م، إلى أن تجاوز ٢١٦ ألف حالة في العام ٢٠١٨م، مع الإشارة إلى أضعاف تلك الأرقام غير المسجلة وما زالت قيد محاكم الأسرة، إلى درجة أن الأمم المتحدة تحدثت عن زيادة حالات الطلاق ٤ مليون مطلقة و١٤ مليون أمام المحاكم "تحت الطلاق"، ، سارداً أن تعداد الطلاق لم يكن بهذه الأرقام إلا في ٢٠٠٩م فقط، وكان بتعداد ١٤١ ألف حالة بسبب الأزمة الاقتصادية العالمية وتدخلات جمال مبارك والخصخصة والرشاوي وزيادة الفقر، وهو الآن بسبب الإصلاح الاقتصادي وتعويم الجنيه وأسعار الكهرباء والفواتير وتخفيض الدعم).<sup>(٢١)</sup>

مما لا شك فيه أن الطلاق يرتبط بالاقتصاد، ولا نستطيع أن ننكر أن الإصلاح الاقتصادي له تأثير بسبب الغلاء وصعوبة المعيشة، لكن اقتصار الأمر على ذلك يخرج عن الدقة، إذ إن هناك إشكالية ثقافية طرأت على المجتمع وتسببت في ذلك، كتأثير الغزو الثقافي والتسليح "أنا فيما أمك"، ونمط الاستهلاكية الغريب، وضعف ثقافة الحوار بين الزوجين، وضعف العلاقات الأسرية والاجتماعية مقارنة بالماضي، وما صنعتها المنظمات النسوية من حدة النساء، وضعف الروابط الاجتماعية بعد السوشيال ميديا.

إلى جانب، أن الإعلامي ذكر تعداد ١٤١ ألف حالة طلاق في ٢٠٠٩م وقرنها بالمشكلات الاقتصادية حينها، مما يتنافى مع ذكره أن قدرة تحمل الرجال تسببت في ارتفاع الحالات إلى ٢١٦ ألف حالة، إلى جانب أن رصد تعداد حالات الطلاق يجب إقرانه بنسب المتزوجين، والملاحظ والغريب للباحث أن تعداد عقود الزواج لم يتغير كثيراً منذ ٢٠٠٩ وحتى الآن، رغم زيادة السكان وبالتالي زيادة أعداد الشباب، إذ يتراوح بمتوسط ٨٠٠ ألف حالة زواج سنوياً، لكن مع إضافة هذه الأعداد بين عامي ٢٠٠٩ و ٢٠٢٠ يصير لدينا أكثر من ٨ مليون متزوج جديد،

(٢١) أحمد بحيري، المطلقاتي، برنامج تعشب شاي (تركيًا: قناة يوتيوب شخصية)، حلقة ٩ / ٢

٢٠٢٠م، بعدد مشاهدة ٢٣٩.٤٠٧ مشاهدة، عبر الرابط التالي:

<https://www.youtube.com/watch?v=LUR-4cbyuN0>

أي نحن في حاجة لمعرفة توزيع نسب الطلاق في الأعوام الثلاثة الأولى بين العاملين لأنها ستمكنا من الحكم على وجود متغير آخر، مع محاولة تفسير الطلاق المتأخر الذي ظهر مؤخراً، أي طلاق بعد سنوات طويلة من الزواج، ومدى قوة علاقته بالأزمة الاقتصادية من عدمه، وهي أمور تحتاج لدراسات متعمقة.

#### ب- المبالغة العنيفة ضد الآخر:

قيام الإعلامي شريف الصيرفي في برنامجه باليوتيوب، بوضع شعار (لما تشتم حد بسبب غلاء الأسعار.. اشتم الثورجية إللي هروك شعارات عن الكادحين ومعملوش أي حاجه غير إنهم باعولك الكلام)<sup>(٢٢)</sup> مما لا شك فيه أن كلماته بها تغييب للدقة، لكونها تحمل فريفاً معارضاً ولا يحكم مسؤولية ما يحدث، رغم أنهم لا حول لهم ولا قوة، ولا سلطة، ولا تأثير، ولا حتى وجود أو ما غير ذلك ليتسنى تحميلهم مسؤولية غلاء الأسعار، بل ولم تتح فرصة لأحد منهم أن يتحدث عن وجهة نظره، أو يشارك في صناعة واتخاذ القرار، وهنا ينصب الإعلامي نفسه كقاض وعالم مما ليس بدوره، وهو ما يخدم التعصب لوجهة نظر واحدة.

#### ٤) التوازن في مقابل الاتجاه الواحد

يتحقق التوازن بعرض الرأي والرأي الآخر، بذات الاهتمام والقوة، سواء في مساحة الوقت، أو تنوع المصادر "مع وضد"، إذ لو استضاف الإعلامي خبيراً أكاديمياً يمثل اتجاهاً معيناً، ينبغي أن يستضيف خبيراً أكاديمياً ليمثل الاتجاه الآخر، ويعطي كلاهما الفرصة والزمن المتساوي، ولا يعتمد لاختيار ضيف أكثر خبرة وعلم وقدرة من الضيف الآخر، لأن تنوع الاتجاهات ضمن المبادئ الإعلامية الرصينة التي تؤدي لنهضة الدول، وفي انخفاض التوازن خطورة كبيرة، وفي غيابه كارثة كبرى، ودعم للتعصب.

إذ الإيمان المطلق باتجاه واحد هو تعصب، لأن التعصب يحدث جراء الشعور بالتفوق على الآخرين، وتشرح في ذلك الدكتورة مهجة غالب بأن التعصب الأعمى هو التعصب لأحد الآراء ورفض الآراء الأخرى، وهو من أهم العوامل التي تؤدي إلى التطرف وبالتالي إلى العنف، فسماع الرأي والرأي الآخر يجعل الإنسان يصل إلى الرأي الصواب للوصول إلى الحقيقة، وقد حثنا ديننا الحنيف على عدم التعصب، فقال رسول الله صلى الله عليه وسلم: (لا عصبية، لا قبلية في الإسلام)، وقول الرسول صلى الله عليه وسلم (هلك المتنطعون) قالها ثلاثة، وهو

(٢٢) شريف الصيرفي، برنامج شريف الصيرفي (القاهرة: قناة يوتيوب شخصية "شريف الصيرفي")، بتاريخ ١١ مايو ٢٠١٨ م

ما علق عليه الإمام النووي قائلاً: أي هلك المتشددون المغالون في الدين، فالعصبية دليل على غياب الوعي.<sup>(٢٣)</sup> والإعلام مسؤول عن غياب الوعي. لذا يذكر الدكتور رامي عطا أن المتابع للمشهد الحالي الذي يسود المجتمع المصري، بتجلياته وتطوراته المتلاحقة السياسية والاقتصادية والاجتماعية، من حقه أن يقلق على حاضر ومستقبل حالة التعددية والتنوع والحق في الاختلاف، كما يلاحظ أحياناً غياب الكثير من أدبيات الحوار في بعض المواقع أو ما تقدمه بعض وسائل الإعلام المكتوبة والمرئية والمسموعة والإلكترونية، وما تزخر به من شبكات التواصل الاجتماعي مثل فيس بوك وتويتر وغيرهما، مما يساعد على انتشار الكراهية ورفض البعض للبعض الآخر، إذ بات كل طرف يظن أنه يمتلك الحقيقة المطلقة التي لا تحتل الخطأ، بل ويصل الأمر إلى إطلاقهم اتهامات وأوصاف قاسية على بعضهما منها الخيانة والكفر والعمالة لتحقيق مصالح أجنبية دون النظر لمصالح وطنية ومساحة مشتركة تجمع شركاء الوطن، فحق الاختلاف هو حق أصيل لكل إنسان.<sup>(٢٤)</sup>

#### - وفي تحليل الاتجاه الواحد نرى بعض الملاحظات التالية:

- حلقة تامر أمين يستضيف عبر سكايب الصحفي أكرم القصاص رئيس تحرير اليوم السابع، للحديث عن إيجابيات الوضع الاقتصادي في ظل كورونا، وخلالها: (أن المواطن البسيط لم يشعر بأي معاناة... قرارات الإصلاح الاقتصادي التي اتخذتها الدولة المصرية جعلتها تتحمل صدمة فيروس كورونا... مشروع العاصمة الإدارية الجديدة يمول نفسه بنفسه... وجود جميع السلع في السوق المصري يعد إنجازاً للحكومة في توفير السلع... الإصلاح الاقتصادي مكن الدولة من توفير دعم بـ ١٠٠ مليار جنيه لمكافحة كورونا لجميع شركات السياحة المتضررة والعمالة غير المنتظمة).<sup>(٢٥)</sup>

بينما لم يتناول الإعلامي أي سلبيات لوضع كورونا التي اشتدت حدتها مع الإصلاح الاقتصادي، كتأثيرها على المشروعات الصغيرة ومتناهية الصغر، وأصحاب التجارة الصغيرة، كذلك لم يشر البرنامج إلى معاناة المواطنين مع غلاء السلع الموجودة بالفعل، وصعوبة الشراء، مما سيخلق تشكك للفئات التي تعاني من تلك المشكلات تجاه البرنامج الإعلامي ورؤيته، ويفقد البرنامج الثقة ويسهم في تعصب ضده، والانتماء لبرنامج آخر، كما تعصب معه لفئات أخرى أو للمقتنعين ممن ليس لديهم خبرة مختلفة.

(٢٣) مهجة غالب عبدالرحمن، مرجع سابق، ص ١٦٩، ١٧٠، ١٧٥.

(٢٤) رامي عطا صديق، العبور إلى الآخر، ط ١ (القاهرة: دار المعارف، ٢٠٢٠م)، ص ١٢، ١٣.

(٢٥) تامر أمين، برنامج آخر النهار (القاهرة: قناة النهار الفضائية)، حلقة بتاريخ ٣١ ديسمبر

- نجد الاتجاه الواحد في حوار المذيع أحمد موسى لوزيرة التخطيط بوضع أسئلة معروفة إجاباتها، وكأنها بطريقة الحوار الدعائي، وهو ضمن أنشطة أجهزة العلاقات العامة التسويقية، حتى أنه يتلاشى دوره في التفسير على ردودها غير الكاملة، كيفما يفترض الحوار الإعلامي بمنهجيته الواضحة، فلم يستفسر منها عن حجم البنية الأساسية أو المعلوماتية وخرائطها الجغرافية وأثرها على المواطنين، أو الخطة الزمنية التي يمكن خلالها إعلان انطلاق الخدمات الإلكترونية بشكل كامل، أو حجم التنفيذ ونسبته ومدته، والشيء الوحيد الذي استفسر عنه كان عن حجم فرص العمل، والذي عندما ذكرت الوزيرة كونه ٩٠٠ ألف فرصة عمل لم يسألها عن كيفية حساب الرقم (لأنه أحياناً يتم احتساب القروض كفرصة عمل)، ومصير بقية الخريجين، أو مدى وجود تمويل لاستيعاب تعدادهم الضخم بالمشروعات الصغيرة ومتناهية الصغر.

وعندما تطرقت الوزيرة إلى حياة كريمة لاحظنا اتجاه المذيع المؤيد دون توضيح لمدى التنفيذ وتغطية المشروع لكافة المحافظات وفق خطة زمنية معلومة، أو ضمان ترجمة المشروع لفرص بديلة بالريف، بل كان الحوار بمثابة عرض لنسب زيادة الصناعة ٢٠% وقناة السويس ٢١% وتكنولوجيا المعلومات ١٦% دون تفسير معنى هذه النسب ومردودها وقياسها.

- تطرق الإعلامي أحمد موسى إلى ذكر اسم أوراسكوم في تساؤلاته مع الوزيرة، بقوله (أوراسكوم معاكم أم لا) وعندما أوضحت، فوجئنا أن المذيع يسألها (ده بقيمة "٣٠ مليار أم أقل") وهو يعني أن لديه معلومات أن أوراسكوم شاركت، ولم يعقب على قول الوزيرة "أقل" ولم يسألها "كم النسبة" وبغض النظر عن ذكر "أوراسكوم" ودلالته مهنيًا، فإن الإعلامي يعتمد إلى الرد على ساويرس بدلاً من الحكومة، إذ اشتكى ساويرس لوسيلة إعلامية أجنبية عن أن الجيش لم يترك فرصة للقطاع الخاص؛ مما أدى لخسارة القطاع الخاص، بل ولم يتح الفرصة لوجود ساويرس لمناقشته مع الوزيرة مثلاً، أو سماع وجهة نظره.

لكن اكتفى المذيع بقوله (هناك ناس تقول الحكومة تقف ضد القطاع الخاص وتنافس، رذك على هذا الكلام)، وبالطبع لم يسع المذيع لأخذ رد، ولكن ترك الوزيرة تستطرد في شرح عام لا يمكن الإمساك به باليد، كمثل (نحن دولة تنمو بـ ٢.٥ مليون مواطن... ومن أجل تثبيت أركان الدولة... ولا يوجد قطاع خاص يشتغل بدون بنية أساسية، البنية الأساسية هي الأساس وهي العدالة المكانية، والكهرباء والطرق، ومشروعات البنية يشارك فيها القطاع الخاص لكن الدولة قامت بالدور الأكبر، واختتمت بأن القطاع الخاص شريك أساسي في عملية التنمية، بحيث أنهت حديثها ولم تعط معلومة تقريرية واحدة عن حجم مشاركة القطاع الخاص ومستقبل شراكته، ولماذا لا يشارك في البنية الأساسية؟).



نلاحظ أن المذيع تخلى عن دوره في الكشف عن الاتجاه الآخر، فالطبيعي أن الإعلامي يتوافر لديه حساسية تجاه الأسلوب الإنشائي ويطالب الضيف بأسلوب تقريرى معلوماتي، إذ إن مبادئ الإعلام لا تؤمن بكلمات الإنشاء لأنها كلمات لا يمكن قياسها على أرض الواقع، فانتهى الحوار دون معرفتنا بنسب مشاركة القطاع الخاص، ومتى يمكن تعزيزها، أو الرد على شكوى رجال الأعمال، أو مناقشة ما طرحته الوزارة من مشروعات أو مردودها وكيفيةها، أو ما سيتم لمواجهة التحديات والآثار الموجودة لدى المواطنين ومعاناتهم.

نلاحظ حتى التبرير في الانحياز، فالمذيع يصيغ سؤالاً بهذه الطريقة (الناس الذين لديهم بعض الشكاوى، والرئيس يريد صادرات بمائة مليار دولار، فكيف يحدث التوازن؟) وهي صياغة محددة الاتجاه، وكأنه يقول للوزيرة تحدثي عن الأسواق والسلع والفرص ودعم الصادرات كمبرر للرد على الشكاوى.

كذلك في سؤاله الآخر (ما الذي نعمل عليه لجذب الاستثمارات الواعدة إلى مصر؟)، فهو يذكر كلمة الواعدة، وكأنه يتبنى ذلك، لنجد إجابة الوزيرة غير واضحة، وذكرت عن المأمول بعد ١٨ شهر من صناعات عملاقة، وجودة تنافسية، لكن الإعلامي لم يوضح كيف يمكن قياسها أو تحديد جدية تنفيذها.

أيضاً طرحه سؤالاً آخر، بهذه الصيغة (ما الذي يجعل الناس تشتكي، بعض الناس وليس كل الناس، بعض الناس تشتكي) هو يكرر كلمة (بعض) كتصغير لعددهم ونسبتهم، ويتضح بنبرة صوته وإيماءاته، وبالطبع الوزيرة توضح بأن (الأسهل عدم الإصلاح، والأمر مثل المريض الذي يأخذ دواء ويتعب أكثر).

حين ذكرت الوزيرة أننا الدولة الوحيدة التي بها نمو ٩.٨%، ونمو موجب ومعدلات تشغيل مرتفعة واستقرار معدل التضخم، وأن حركة الإنتاج كبيرة ومؤسسات الدولة تضخ سلع، وانخفاض الحوادث ٤٠% بفضل شبكة الطرق، وتذكر فضل الإصلاح على الريف، ليعلق المذيع قائلاً (لدي في قريتي حدث ذلك ولم يكن ليحدث).<sup>(٢٦)</sup>

ويتبنى الإعلامي وجهة نظر الضيف ويتعامل معه كأنه عميل، ليفقد الوسيلة الإعلامية صفتها وتبدو كشركة علاقات عامة وليست كوسيلة إعلامية، لا تعكس وجهات نظر، ولا تثير قضايا، بل واستخدام الطريقة الخبرية بدلاً من التفسيرية في الحوار، وأسلوب إنشائي بدلاً من التقريرى، ومن ثم لا تطرح الموضوعات بشكل جاد، أو تتبنى آثارها على المجتمع، أو تتكشف الأراء المؤيدة والمعارضة لها.

<sup>(٢٦)</sup> أحمد موسى، برنامج على مسئوليتي، (القاهرة: قناة صدى البلد الفضائية)، حلقة بتاريخ ٢٤

نوفمبر ٢٠٢١م،

## ٥) المصداقية في مقابل ضعف المصداقية.

نشأت فجوة المصداقية الإعلامية منذ نهاية الخمسينيات كنتيجة لزيادة عدد الرسائل الإعلامية التي تبثها وسائل الإعلام العديدة واتساع نطاقها وتدفق معلوماتها وتنوعها والتي تسعى إلى جذب انتباه جمهور أكثر، وفي أول عقود الألفية الجديدة كانت المقولة الشهيرة محط جدل واسع هي (أنك قد تخذع ٩٠% من الناس لمدة ٩٠% من الوقت، ولكنك لا تستطيع خداع كل الناس طوال الوقت) لذا فإن انخفاض مصداقية وسائل الإعلام يشكل قلقاً بدايته كانت في دائرة أخلاقيات المهنة.<sup>(٢٧)</sup>

والمصداقية لدى المتلقى هي الدرجة التي يحكم عندها الفرد على إدراكاته بأنها انعكاس صادق للواقع، ويتأثر بخصائص الجمهور الديموغرافية والشخصية واتجاهاتهم في التأثير والحكم على مصداقية وسائل الإعلام.<sup>(٢٨)</sup>

ولعل المصداقية فارق بين الإعلام والإعلان، إذ التداخل المغلوط الذي يسمح بحالة الحقن العقلي والتوجيه السياسي وفقاً لاحتياجات النظم وأجندات الحكومات، يجعل المواطن يدفع في النهاية ثمن التزييف والمغالطة ويتحمل عبء النتائج التي تقتفر إلى المصداقية وتعوزها جرعة كافية من الصدق الذي يعبر عن ضمير المجتمع وإرادة الشعب وسياسة الدولة.<sup>(٢٩)</sup>

- الأكاذيب القديمة وتأثيرها على العدائية: نتذكر جميعاً الأخطاء المهنية الفادحة التي كانت لدى الإعلامي أحمد موسى في استخدام لعبة فيديو جيم لتصوير ضرب سوريا في عام ٢٠١٥م، ولكن الأمر لا يقتصر على الإعلامي فحسب، بل هي مشكلة كبيرة، مما أدى إلى أن إحدى المؤسسات الرسمية اعترضت على ذلك بوضوح، وفي ذلك صحيفة صوت الأزهر الناطقة باسم مشيخة الأزهر التي تصف عمرو أديب في يناير ٢٠٢٢م بأنه يعتمد لتصدير الجهل للمصريين ويساهم بترويح الشائعات، عبر رصد ١٢ مخالفة تخص الأزهر وشيخ الأزهر ومنها اجترأ السياق لتصدير صورة غير صحيحة وتزييف الحقائق.<sup>(٣٠)</sup>

ليست تلك الحالات الوحيدة للمصداقية، إذ بجانب تغيير الحقيقة أو اختلاق وقائع غير حقيقية، يمكننا أن نرى الإعلامي الذي لا يتحقق من صدق المعلومات، أو يقدم جزء حقيقي من المعلومات مع جزء غير حقيقي، أو يقدم الرأي على أنه حقيقة، أو لا يقوم بالترقية بين الرأي والمعلومات، وهي أمور خطيرة مهنيًا.

(٢٧) هالة فاضل حسين، هاشم جعفر عبدالحسن، مصداقية وسائل الإعلام المحلية في مجال

الخدمات العامة (دراسة استطلاعية)، المجلة العراقية لبحوث السوق وحماية المستهلك، مج ٦، ع

٢ (جامعة بغداد: مركز بحوث السوق وحماية المستهلك، ٢٠١٤م)، ص ٥٦.

(٢٨) المرجع السابق، ص ٥٦، ٥٧.

(٢٩) مصطفى الفقي، مرجع سابق، ص ٩٥ - ٩٩.

(٣٠) جريدة صوت الأزهر الناطقة باسم مشيخة الأزهر، عدد ٣١ يناير ٢٠٢٢م. الصفحة الأولى.

الأمر السابقة يتم استغلالها لدى الطرفين، لنجد أن البرامج تترصد لبلورة وتأكيد جزء من الحقيقة وجعلها صادقة، وتلاعب بحقائق أخرى لجعلها كاذبة، والتناقضات والإخفاء والتلاعب أسهم كل هذا في إمكانية خلق كوميديا ساخرة، كحال برنامج الإعلامي يوسف الحسيني الذي دائماً ما يرصد التلاعب بالمصداقية، ومنها: (٣١)

#### أ - تورط الوسيلة الإعلامية في الإدلاء بمعلومات غير حقيقية باسمها:

تصريح الإعلامي أحمد موسى: (مفيش أزمة بتزيد في مصر عن ٧ سنوات، البشرية في ٢٠١٨م، ثم إعادة تصريح الإعلامي أحمد موسى في ٢٠١٩م بأنها "ذروة الخير مرجان ياقوت إديني إديني"، وتصريح الإعلامي عمرو اديب بقوله "السبع العجاف خلصوا ٥ مارس الساعة ٦.٣٠ الصبح ٢٠٢١م" ومن ثم تعليق الإعلامي يوسف الحسيني "الاقتصاد يعلي ويوطي، وفي مصر يوطي يوطي").

ب - إصدار أحكام قاطعة تخالف الحقيقة: تناول البرنامج لتصريح أكثر من إعلامي نقلاً عن تصريح الرئيس ("كل ثمار الإصلاح ستتحقق في ٣٠ يونيو ٢٠٢٠م، الأوضاع المعيشية في ٢٠٢٠م. تغيير التاريخ")

#### ج - الإنشائية والمجاز واستخدام العاطفة بدلاً من المعلومات:

تصريح الإعلامي تامر أمين (كل يوم لدينا عمل، الحاجة لما تكثر إحساسنا بيها يقل، الناس لما تعناد النعم،..... ومن كثر المشروعات الحلوة بقيت شيء عادي) (٣٢)

د- وجود تناقض يكشف غياب الحقيقة، وعدم وجود تغطية متعمقة، كيفما حديث الإعلاميين: (قرار رئيس الجمهورية بتخصيص ١٠٠ مليار من خارج الموازنة خصصت لفيروس كورونا، وذلك من نتائج الإصلاح الاقتصادي)، ثم عودة نفس الإعلاميين للحديث عن ("١٣٤ مليار خسائر الكورونا" ثم تشكيك الإعلامي محمد علي خير ببرنامج المصري أفندي عن اختفاء المليارات، وعدم تحسين الخدمات الصحية، والناس لا تجد كمادات ولا تجد رعاية صحية") ثم حديث الإعلاميين عن قرارات الحكومة لجمع مبالغ لتعويض خسائر كورونا ومنها (خصم ١% من العاملين و٠.٥% من المعاشات، و٢٠% من راتب رئيس الوزراء، وفتح صندوق التبرع)، وإن كان الإعلامي يوسف الحسيني كذلك قام بجمع الأرقام المتنوعة التي ذكرها الإعلاميون في سياقات مختلفة بشكل كوميدي ليشير إلى كورونا و٣٦٨ مليار. (٣٣)

(٣١) يوسف الحسيني، برنامج جو شو (لندن: التلفزيون العربي)، بتاريخ: ١١ يونيو ٢٠٢١م.

(٣٢) يوسف الحسيني، برنامج جو شو (لندن: التلفزيون العربي)، بتاريخ: يوليو ٢٠٢١م.

(٣٣) يوسف الحسيني، برنامج جو شو (لندن: التلفزيون العربي)، بتاريخ: ١٨ يناير ٢٠٢٠م.

نلاحظ، تعمد الخطأ وعدم الاعتراف بالخطأ، لكونها خرجت عن نطاق الإعلام إلى السياسة، وصولاً إلى درجة الحرب بين الطرفين، رغم أن المعلومات الخاطئة تعني إضعاف المصدقية وترتبط بالدعائية وفق النظرية.

و - **عدم التحقق من صدق المعلومات، إلى درجة غياب الوثائق أو الأدلة أو المصادر الرسمية، وتقديم الرأي على أنه حقيقة،** كيفما في حلقة اليوتيوبر شريف الصيرفي، وخلالها يقول (السيبي يصدر أوامر بالتحقيق في فساد العاصمة الإدارية... وقضية كريم الهواري... والبلد بها فاسدين كتار قوي... حيازة ممنوعات بقصد التعاطي، والقتل الخطأ وتجاوز السرعة، وقيادة تحت تأثير الكحول، يعني ١٥ سنة بالتوزيع على هذه التهم)

إذ يتم ذكر ما سبق، دون وجود مصادر رسمية أو وثائق أو معرفة بالسند والأدلة وراء هذه المعلومات.

ز - **ذكر أمور غير منطقية ومثال لذلك:** تناول شريف الصيرفي لمعاناة من اشتروا شققاً متوسطة من الدفاع الجوي بالعاصمة الإدارية، وأن تم بيع الشقق باسم الهيئة الهندسية للقوات المسلحة، واتضح أن الورق مزور، وأن ذلك تم استغلاله من خلال جمعية أهلية أمر الرئيس بحلها وإحالتها للتحقيق، منوهاً أن الوحدات السكنية سيتم تسليمها لأصحابها. وهي أمور لم ينشرها أحد غيره، ولا يوجد دليل عليها، مكتفياً ببعض السيدات التي تشتكي.

بمعنى أنه قام بتقديم معلومات ليس لها مصدر مؤهل لذكرها، وغير منطقية، بل والمعروف أن حل الجمعيات هو قرار وزير التضامن أو المحافظ وليس الرئيس، بل وذكر وجود شكوى للنيابة الإدارية، مع أن المعلوم أن مثل هذه القضايا يتم تقديمها للنيابة العامة، أيضاً لا يتسنى للمشاهد التأكد من صدق الواقعة أو حجمها أو مقدار ما حدث، لأن كل ما تم في الحلقة كان مجرد الاستناد لرأي بعض أفراد الجمهور، وجميعها آراء تشيد بإنهاء الأزمة، بدون أوراق أو مستندات أو رأي لجهة رسمية، أو قرار قضائي أو صورة قرار حل الجمعية.<sup>(٣٤)</sup>

ح - **تقديم رأي على أنه حقيقة:** تناول الإعلامي شريف الصيرفي لتصريح رفع أسعار الخبز، والادعاء: (أن القرار هو لجس نبض الشارع فقط... والحاجة إلى ٧٠٠ مليار لتطوير قرى مصر)

ط - **إصدار أحكام قاطعة دون الاستناد لحقيقة:** مثل قول الإعلامي شريف الصيرفي في ذات الحلقة، قائلاً (أنا بأرفض المساس برغيف العيش، رفض تام، لكن أنا مع مطالب الطبقة المتوسطة، هناك ناس موافقة، ومنه تعليق مواطن من الطبقة المتوسطة يعني احنا الطبقة المتوسطة ندفع كل حاجة للدولة لتحسين جودة

<sup>(٣٤)</sup> شريف الصيرفي، السيبي يصدر أوامر بالتحقيق في فساد العاصمة الإدارية وقضية كريم الهواري، برنامج شريف الصيرفي (القاهرة: قناة يوتيوب شخصية "شريف الصيرفي")، بتاريخ ١٤ ديسمبر ٢٠٢١م.

الحياة والتعليم فتذهب لدعم رغيف عيش والطبقة المتوسطة لا تتناول هذا الرغيف ولا تستفيد منه، فالطبقة المتوسطة لم تستفد أي شيء برغم أنها تدفع الضرائب وكل شيء يذهب لحياة كريمة وحي الأسمرات وغيرها، فمرتباتهم كما هي مع ارتفاع أسعار الكهرباء والخدمات وغيرها<sup>(٣٥)</sup>

نلاحظ تعمد تفسير طريقة حياة الطبقة المتوسطة والحكم بأنها لا تأكل الرغيف المدعم، رغم أن الطبقة المتوسطة التي يبلغ متوسط دخلها ١٠ آلاف جنيه، هي مضطرة لهذا الرغيف، وذلك وفقاً لمقاييس الإنفاق المفترضة والمعروفة، (التعليم، الصحة والعلاج، الغذاء، الملابس، الثقافة،...) ولا نعلم، من أين أتى الإعلامي بهذا الحكم القاطع كتبرير لقرار حكومي لم يتم اتخاذه، كذلك ففي ذلك انحياز لطبقة ضد طبقة أخرى "الفقيرة مثلاً"، كذلك تفسير القرار بأنه لجس نبض الشارع، وهو أمر لا يستند لحقيقة.

**ك - التأويل غير الحقيقي للوقائع:** كقول شريف الصيرفي (السادات كان يعمل إصلاحات اقتصادية والشعب مكاش فقير ولا كنا ١٠٠ مليون، وبسبب المظاهرات بتاعة اليساريين الثورية وطلبة الجامعات.. تم إلغاء الإصلاحات نهائياً... وقال للشعب هزود ٣ تعريفة، وحصلت مظاهرات، والسادات قال عليها "ثورة الحرامية"، والنهارده إحنا مجبرين علي الإصلاحات بتأثير أضعاف مضاعفه، ولو كان اليساريين بتوع الديمقراطية أيدوا إصلاحات السادات إللي هما كانوا عارفين إنها صح... مكاش زمان الشعب مجبر الآن علي إصلاحات السيسي الللي تمنها أضعاف أضعاف إصلاحات السادات).<sup>(٣٦)</sup>

يتنافي ما سبق مع المصادقية، إذ من المعروف أن المصريين كانوا فقراء في حقبة السبعينات كما غيرها من الحقب، وأن المظاهرات كانت لفقراء، كما المعروف علمياً أن حقبة السبعينات كانت كارثية على الطبقة الوسطى وشهدت اختلالاً طبقيًا كبيراً في ظل سياسة الانفتاح التي وصفها الكاتب الكبير الراحل أحمد بهاء الدين "سداح مداح"، كذلك لا يوجد دليل علمي أن إلغاء الإصلاحات في السبعينيات جاءت نتيجة الآن، إذ المعروف أن الإصلاح الاقتصادي هو برنامج تم تنفيذه لأكثر من مرة، منها الثمانينات، والتسعينيات، وحتى بالألفية الأولى بعهد مبارك، ولم تنمر هذه البرامج عن تغيير إيجابي في حياة المواطنين للأسف الشديد.

**ل - تعمد الحصول على نتائج محددة سلفاً قبل القيام بمهمته إعلامياً، وهنا نلاحظ تعليقات أحد المعجبين والمؤيدين ببرنامج محمد الباز، وهو تعليق ميرفت**

<sup>(٣٥)</sup> شريف الصيرفي أسرار قرارات السيسي الصادمة، زيادة سعر رغيف العيش، وخطة المدارس الغذائية، برنامج شريف الصيرفي (القاهرة: قناة يوتيوب شخصية "شريف الصيرفي")، بتاريخ ٤ أغسطس ٢٠٢١ م

<sup>(٣٦)</sup> شريف الصيرفي، برنامج شريف الصيرفي (القاهرة: قناة يوتيوب شخصية "شريف الصيرفي")، بتاريخ ١١ مايو ٢٠١٨ م

رفلة على حلقة البرنامج باليوتيوب (الإعلامي محمد الباز لو سمحت حضرتك بتصمم إنك تقاطع طول الوقت الضيف وبتتكلم في نفس الوقت مع الضيف والكلام بيتداخل مع بعضه، وبتتكلم أكثر من الضيف وبيضيع كلامك وكلام الضيف، أرجوك اترك مجال للضيف وإلا لا تستضيف أحد ويكفي تعليقك في البرنامج وتقديمك للحلقة طالما إن حضرتك تعرف كل المعلومات، ومبروك على نجاح برنامج آخر النهار، ولك جزيل الشكر إذا استمعت لنا) وهي عبرت بالفعل عن حقيقة يمكن ملاحظتها بسهولة في تحليل خطاب البرنامج خلال فترة الدراسة.

### ثامناً: النتائج

هـ الكشف عن سمات واتجاهات الخطاب الإعلامي وعلاقتها بالتعصب السياسي تجاه القضايا.

- ما أبرز سمات ومضامين الخطاب الإعلامي وعلاقته بالتعصب السياسي؟
- مثلت قضايا الدراسة موضوعاً خلافياً، لأنها كانت تتطوى على اهتمامات ومصالح متعارضة بين الإعلاميين وبين فئات الشباب المؤيد أو المعارض، لأن القنوات الإعلامية واليوتيوب كان كل منهما يخاطب جماعة معينة، بما يدعم شدة الانتماء لجماعة مقابل أخرى، ومن ثم شدة الاتجاه العدائي لقناة وجماعة مقابل قناة وجماعة أخرى، وفي ذلك نلاحظ ما يلي:
- فيما يتعلق بمرجعيات الخطاب، إذ رغم أن التعصب السياسي يرتبط بالمرجعية السياسية، لكن عندما ينتقل التعصب السياسي للفضائيات واليوتيوب تبذل جهود لزيادة التأثير على انتماءات المستخدمين، كاستخدام المرجعيات السياسية والدينية والتاريخية والقانونية والتسويقية والثقافية ولكن في اتجاه واحد حسب القناة.
- ويمكننا الإشارة لتراجع الخطاب الإعلامي لصالح الخطاب السياسي في الفضائيات واليوتيوب: كالاتحاد على لغة إنشائية وتكثيف المجاز، ومنطقة ما غير منطقي، ووجود تناقض، وتصغير حقائق والتلاعب وإخفاء حقائق أحياناً، وانتشار المبالغة بدلاً من الدقة، وأحياناً تقديم الرأي كمعلومة حقيقية. إذ المعروف علمياً أن تبني الإعلامي لدور القضاة والمحللين السياسيين في مواجهة وجهات النظر السياسية الأخرى ما يدعم التعصب السياسي.<sup>(٣٧)</sup> كما من المعروف أن التغطية الإعلامية التي تنطوي على غرور تنشط هوية المجموعة

(37) Luz magnolia tilano vega, Sergio andres castano. Pulgarin Natalia suarez betancur, internet, social media and online hate speech, systematic review, at **Jornal of aggression and violent, Behavior**, Colombia, 58, 2021. [www.elsevier.com/locate/aggviobeh](http://www.elsevier.com/locate/aggviobeh).

وتزيد من التناصر، ليميز أعضاء المجموعة أنفسهم عن نظرائهم في مجموعة خارجية عند التعرض لتغطية إعلامية مثيرة للجدل، وتحتوى على صور غير مواتية للمغرور. (٣٨)

وعلى سبيل المثال: شهدنا التركيز على غرس اعتقاد أن الحياة مهددة أو مستهدفة من قبل الآخر، وأن مصيرنا ومستقبلنا في خطر، وهو ما يتلاقى مع الميكانيزم الأساسي لتفسير التعصب. (٣٩)

يتفق ذلك مع دراسة Singh, Mahima و Samariya, Ajay Kumar ٢٠١٩م وتشير إلى أن السياسيين يستخدمون وسائل التواصل كأداة للدعاية السياسية عبر الحقيقة شبه المخبوزة، وبمحتوى كلام يحض على الكراهية، حتى في القضايا السياسية التي تتضمن التنمية وموضوعات جادة، وخصوصاً عبر طرح حقائق متحيزة تمدح حزبهم بشكل مبالغ مما يكون له نتائج في تعليقات المستخدمين عبر اليوتيوب تكشف عن الاستجابة لخطاب الكراهية. (٤٠) وهو ما رأيناه من خلال الإعلاميين أو بترك مساحة للسياسيين باتجاه واحد. **سمة خطاب الكراهية:** وهو كل سلوك يحرض علناً على العنف أو الكراهية الموجه ضد مجموعة من الأشخاص أو عضو في مجموعة، ليصير الآخر لديه سلوكيات غير أخلاقية، ويصبحون عرضة للخطر، وقد يمنعون من الحق في إبداء حرية التعبير، وقد رأينا ذلك في التخوين والعمالة للخارج، والاغتيال المعنوي لبعض العلماء والكتاب، واستخدام الوصم والتمييز، بدلا من مناقشة الأطروحات بموضوعية، فضلاً عن التركيز على الأشخاص وليس الآراء والسلوكيات السلبية لدى الآخر مع تجاهل الإيجابيات، وترويج أفكار العنف.

### (38) Discrimination and Intolerance, Op.Cit

(٣٩) فاتن السكافي، التعصب وتفسيراته النفسية الاجتماعية، مجلة جيل العلوم الانسانية والاجتماعية بالجامعة اللبنانية، ع ٥٦، (لبنان، بيروت، الجامعة اللبنانية، قسم العلوم الانسانية والاجتماعية)، ص ١٠٧ - ١١٧

(40) Singh, Mahima; Samariya, 2Samariya, Ajay Kumar, Social Media and Hate Speech in India: A study on the use of YouTube as a tool of political propaganda, JETIR, Department of culture and media, Central university of Rajasthan, Ajmer, India, ISSN -2349-5162, Volume 6, Issue 6, (June 2019)

تتفق تلك النتيجة مع دراسة Taalia Khan, Karin Österman, Kaj Björkqvist ٢٠١٧ حول تصدر خطاب الكراهية عبر وسائل الإعلام وكونه أهم أسباب التعصب، لما يتركه من آثار سلبية تتعلق بالكراهية.<sup>(٤١)</sup> السخرية السياسية: نجحت قنوات اليوتيوب المعارضة في جذب ملايين المشاهدين والآلاف التعليقات عبر استخدام السخرية، مما يشير إلى إمكانيات الجهود الفردية لأصحابها مقابل القنوات المؤسسية الكبيرة.

تتفق تلك النتيجة مع دراسة Saqib Riaz, Umera Arif وتشير إلى تأثير السخرية على ارتفاع عدد المستخدمين ونسب المشاهدة، وأشارت إلى التأثير الأجنبي على الاتجاهات الثقافية والممارسات الاجتماعية.<sup>(٤٢)</sup> تتفق النتيجة مع دراسة مي وهبة أحمد عابدين ٢٠١٨م، التي أشارت إلى العلاقة بين الصورة في الفيديوهات وبين التعليقات والتفاعلية، ومستوى لغة التعليقات وعلاقتها بصورة مقدمي البرامج لدى المستخدمين.<sup>(٤٣)</sup>

- هل هناك علاقات بين اتجاهات الخطاب الإعلامي ووجود خطاب يتبنى التعصب؟

- يتبين لنا خطورة الخطاب الذي يتبنى التعصب وفق اتجاهاته تجاه القضايا، وفي ذلك ما رصدته الدراسة من الميل إلى التحيز في مقابل الموضوعية، والمبالغة في مقابل الدقة، وتقديم رأي على أنه حقيقة، والاتجاه الواحد في مقابل التوازن، وضعف المصدقية، وغيرها من تراجع المهنية الإعلامية، إذ احتوى الخطاب على: (التميط الخاطئ، الإقصاء، التمييز، التعميم، التشويه، استخدام لفظ الأكلاشيه، التأويلات، تقديم رأي على أنه حقيقة، تجاهل وحذف حقائق مغايرة لمحتواه، اختلاق وقائع غير موجودة، الانحياز والمحاباة، الميل الذاتي، تقديم حقائق بغرض الوصول الى استنتاج زائف، تراجع الحياد، وتكريس وجهة نظر واحدة واتجاه واحد، وتراجع التوازن، والتحيز في انتقاء المصادر).

(41) Taalia Khan, Karin Österman, Kaj Björkqvist, Severity and Reasons Behind Religious Intolerance in Pakistan: Perceptions of Sunnis, Shias, Ahmadis, and Christians, European Journal of Social Sciences Education and Research, Volume 4, Issue 4, UK (May-August 2017), pp 193- 202

(42) Dr. Saqib Riaz1, Umera Arif, **Op.Cit**, pp 89- 133

(٤٣) مي وهبة أحمد عابدين، صورة مقدمي ضيوف البرامج الحوارية بالتلفزيون المصري كما تعكسها فيديوهات اليوتيوب وتعليقات مستخدمي المواقع عليها: دراسة تحليلية، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة المنصورة، كلية الآداب، قسم الإعلام، ٢٠١٨م).



كما في انتشار مصطلحي "السياسوية أو الأخونة" أو "العسكر، العملاء"، فكل مؤيد هو سياسوي، وكل معارض إخواني، كأمر غير دقيقة، إذ عملية توحيد الخصوم أو التتميط معروفة في الدعاية السوداء، لكن ليست في الإعلام الموضوعي الذي يدعم التسامح والتنمية، وبالتالي انتشر خوف التعبير عن الرأي. فأسهمت الممارسة الإعلامية بتكريس التصورات النمطية التي تساهم بالتعصب، فمثلاً دايفيد شنايدر يشير لعلاقة القوالب النمطية بالتعصب والتمييز، فالقوالب النمطية محملة عاطفياً ولها صلات معقدة بالتعصب.<sup>(٤٤)</sup>

تتفق هذه النتيجة مع دراسة سهير صالح إبراهيم، في قيام القنوات الفضائية بنشر إشاعات وعدم الاعتماد على مصادر موثوق بها والدفاع عن سياسة القناة والتركيز على الإثارة والتجاوزات اللفظية.<sup>(٤٥)</sup>

تتفق النتيجة مع دراسة محمد مصطفى رفعت محرم عزت ٢٠١٧م، التي بينت وجود حالة من التناحر الإلكتروني، بين التأييد الكلي أو المعارضة التامة، حيث عارض التحول الديمقراطي نسبة ٥٤%، بينما كانت الأصوات المؤيدة والداعمة للأحداث بنسبة ٤٥%، مع ندرة الآراء المحايدة أو المنطقية العقلانية أو الموثقة أو التي لها أدلة واتجاهات موضوعية فكانت بنسبة ١% فقط.<sup>(٤٦)</sup>

تتفق النتيجة مع دراسة Taalia Khan, Karin Österman, Kaj Björkqvist ٢٠١٧م، إذ ذكرت أن التعصب الديني يرتبط بأن لا أحد يريد سماع وجهة نظر الآخر، ومن الأسباب: فقدان المعرفة حول وجهات نظر بعضهم البعض، وعدم وجود حوار أو أرضية مشتركة، ومن ثم طالبت بحق الاعتراف في الاختلاف لكونها نقطة البداية لتعزيز الاستقرار والسلام المجتمعي بنهاية المطاف.<sup>(٤٧)</sup> وفقدان المعرفة له دخل بتحيز الخطاب.

تتفق النتيجة مع دراسة إيناس عبدالحميد الخريبي، التي أثارت نتائجها المطبقة على النخبة من الأكاديميين بأقسام الإعلام بالجامعات الحكومية، إلى أن عدداً كبيراً من المبحوثين يرون أن وسائل الإعلام لم تلتزم الموضوعية في تغطيتها، وبالغت

(٤٤) دايفيد ج شنايدر، سيكولوجية التتميط.. الأسس النفسية لعملية التتميط، الجزء الأول، ط١، (القاهرة: المركز القومي للترجمة، ٢٠١٩م)، ص ٣٦٤

(٤٥) سهير صالح إبراهيم، المعايير المهنية والأخلاقية لمعالجة قضايا الرأي في البرامج الحوارية في الفضائيات المصرية.. دراسة على القائم بالاتصال، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، ع ٦١ (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، خريف ٢٠١٧م).

(٤٦) محمد مصطفى رفعت محرم عزت، مرجع سابق.

(٤٧) Taalia Khan, Karin Österman, Kaj Björkqvist, Op.Cit , pp 193- 202

في عرض معلومات عن القضية، ولم تعرض السلبيات والإيجابيات لأي قضية ونتاجها بقدر متساوٍ، ويرون أنها تنحاز إلى النظم التي تتوافق مع مصالحها<sup>(٤٨)</sup>. تتفق مع دراسة محمود رمضان أحمد عبداللطيف ٢٠١٩م، في وجود حالة من الاستقطاب السياسي، إذ ورغم إتاحة حرية الرأي والتعبير بمواقع التواصل الاجتماعي فإن أغلب الأخبار والمعلومات المطروحة غير دقيقة، وكثيراً منها لا يتسم بالمصداقية، وأغلبها صادر عن جهات غير رسمية، وسلوك المعلقين والمناقشين يميل إلى الاستقطاب في الرأي بالاعتماد على الإثارة والتهويل أحياناً، وباستخدام العنف اللفظي أحياناً أخرى، وثبت أن غالبية المناقشات التي أثرت بالمواقع حول التعديلات الدستورية كانت اتجاهات سلبية، وأن الصورة التي تقدمها النقاشات هي صورة سلبية، بل وآراء المناقشين لم تتسم بالمصداقية، وذهب البعض إلى أنه لا توجد مصداقية على الإطلاق، بالرغم من وجود نسبة قليلة كانت لديها اتجاهات أو صورة إيجابية<sup>(٤٩)</sup>.

تختلف تلك النتيجة مع نتيجة دراسة سهير صالح إبراهيم<sup>(٥٠)</sup>، التي أشارت إلى أن التجاوزات المهنية كالمبالغة والتحيز لوجهة نظر واحدة ونشر الشائعات والمصادر غير الموثوق بها، والتجاوزات اللفظية والإثارة كانت بسبب الضغوط التي تقع على الإعلامي، والتي انتفى وجود معظمها، مثل عدم توافر مصادر بينما هناك مصادر كثيرة ولكن تم انتقاء المؤيد لوجهة نظر واحدة، وكذلك الادعاء بضغط الوقت وهو غير صحيح لأن البرامج وقتها كبير ولديها فريق كبير من العاملين، وكذلك عدم صحة علاقة الاعتماد على الموهبة بالنسبة لدراستنا لأنها كانت لإعلاميين أو يوتيوبر محترفين.

تتفق نتيجة الدراسة مع دراسة (Daoudi, Omar (2018) ٢٠١٨م التي قامت بدراسة مسابقة عادات المشاهدة لدى الشباب السعودي مع الاتجاه العالمي Boyle and Kelly 2012 رغم وجود دافع مختلف، فليس الأمر متعلقاً بالتقدم التكنولوجي فقط ولكن بسبب القيود السياسية والثقافية على سرد التلفزيون السعودي، فالجمهور يبحث عن سرد تمثيلي حقيقي ينسبونه لأنفسهم بعيداً عن السياق الاستبدادي<sup>(٥١)</sup>.

(٤٨) إيناس عبدالحميد الخريبي، تأثير أنماط التحيز السائدة في معالجة الأحداث الجدلوية على تشكيل الاتجاهات العدائية لدى النخبة نحو هذه التغطية. دراسة تطبيقية في إطار نظرية تأثير عدائية التغطية الإعلامية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، ع ٦٣ (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ربيع ٢٠١٨م).

(٤٩) محمود رمضان أحمد عبداللطيف، مرجع سابق.

(٥٠) سهير صالح إبراهيم، مرجع سابق.

(51) Daoudi, Omar YouTube-based programming and the Saudi youth: exploring the economic, political and cultural context of YouTube in Saudi Arabia. PhD thesis, University of Glasgow. UK (2018).

تأثير الخطاب الإعلامي على سلوكيات ومشاعر التعصب لدى المتابعين، ولاحظنا ذلك في تعليقات المستخدمين والمشاهدين، وانتقاد الإعلاميين، وعدائية الاتجاهات المعارضة أو المؤيدة للنظام.

مما يتفق جزئياً مع دراسة Morris Kalliny, Mary Kalliny and Anshu Saran ٢٠١٩م، التي خلصت إلى وجود تأثير سيئ لوسائل الإعلام الجديد تجاه الصراع والتعصب في مصر، حيث توافر الاستخدام السيئ وذلك عبر نشر أيديولوجيات دينية متنافرة ومتشددة، وخصوصاً مع ارتفاع الحرية وسهولة التدفق من أي شخص وفي أي مكان، بمعنى أن التوسع الإعلامي الذي مكنته التكنولوجيا أسهم بشكل سلبي في نشر أفكار ضارة، مما أسهم به من تغذية المشاعر واستمالة متطرفين جدد، يتم ذلك بصفة خاصة عبر فيس بوك واليوتيوب لصعوبة السيطرة عليهما.<sup>(٥٢)</sup> ويضاف لها القنوات الفضائية أيضاً كيفما أوضحنا.

---

(52) Morris Kalliny, Mary Kalliny and Anshu Saran The Impact of Media on Religious conflict in Egypt, Global Media Journal, Rowan University, USA ISSN 1550 – 7521, Vol 17, No 32: 163, ( january 1, 2019).

## المصادر والمراجع

أولاً: المصادر:

أ- الوثائق:

- ١) جهاز التعبئة العامة والإحصاء، إحصاء ٢٠١٤م (القاهرة: ٢٠١٧م)
- ٢) شركة ديموفنف Dimofinf CMS، إحصائيات السوشيال ميديا لعام ٢٠١٩م - إدارة المحتوى العربي، (الرياض: ١٧ فبراير ٢٠١٩م).
- ٣) موقع Statcounter GlobalStats، إحصائية مواقع التواصل الاجتماعي، إحصاء يناير ٢٠٢٠م، (تاريخ الزيارة: فبراير ٢٠٢٠م)

ب- الفضائيات واليوتيوب:

- ٤) أحمد بحيري، برنامج تعشب شاي (تركيا: قناة يوتيوب شخصية، ١ يناير ٢٠١٩ - ١ فبراير ٢٠٢٢م)
- ٥) أحمد موسى، برنامج على مسئوليتي، (القاهرة: قناة صدى البلد الفضائية، ١ يناير ٢٠١٩م وحتى ١ فبراير ٢٠٢٢م)
- ٦) تامر أمين، برنامج آخر النهار (القاهرة: قناة النهار الفضائية، ١ يناير ٢٠١٩م وحتى ١ فبراير ٢٠٢٢م)
- ٧) جودة عبد الخالق متحدثاً: د جودة عبد الخالق ينتقد مشروع العاصمة الإدارية ويصفه بأنه ليس له دراسة جدوى، موقع قناة تن TeN TV برنامج حوار خاص مع جمال، (القاهرة: قناة ten الفضائية)
- ٨) قناة شريف الصيرفي، برنامج شريف الصيرفي (القاهرة: قناة يوتيوب شخصية "شريف الصيرفي"، ١ يناير ٢٠١٩م وحتى ١ فبراير ٢٠٢٢م)
- ٩) شريف عامر، برنامج يحدث في مصر (القاهرة: قناة MBC، ١ يناير ٢٠١٩م وحتى ١ فبراير ٢٠٢٢م)
- ١٠) صلاح جودة متحدثاً في: برنامج لساعات، "صلاح جودة يكشف أسباب اعتراضه على العاصمة الإدارية الجديدة" (القاهرة: قناة يوتيوب خاصة، بتاريخ أكتوبر ٢٠١٨م)
- ١١) [https://www.youtube.com/watch?v=QZYdfvY\\_mH0](https://www.youtube.com/watch?v=QZYdfvY_mH0) عبدالله الشريف، برنامج عبدالله الشريف (....: قناة عبدالله الشريف باليوتيوب، ١ يناير ٢٠١٩م وحتى ١ فبراير ٢٠٢٢م)
- ١٢) عمرو أديب، برنامج الحكاية اليوم (القاهرة: قناة MBC، ١ يناير ٢٠١٩م وحتى ١ فبراير ٢٠٢٢م)
- ١٣) محمد الباز، برنامج آخر النهار، (القاهرة: قناة النهار الفضائية، ١ يناير ٢٠١٩م وحتى ١ فبراير ٢٠٢٢م)
- ١٤) يوسف الحسيني، برنامج جو شو (لندن: تليفزيون العربي، ١ يناير ٢٠١٩م وحتى ١ فبراير ٢٠٢٢م)

**ثانياً: المراجع العربية:**

**أ: الرسائل العلمية:**

- ١٥) محمد مصطفى رفعت محرم عزت، اتجاهات الرأي العام الإلكتروني لمستخدمي الشبكات الاجتماعية نحو أحداث التحول الديمقراطي بمصر، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠١٧م).
- ١٦) مي وهبة أحمد عابدين، صورة مقدمي وضيوف البرامج الحوارية بالتلفزيون المصري كما تعكسها فيديوهات اليوتيوب وتعليقات مستخدمي المواقع عليها: دراسة تحليلية، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة المنصورة، كلية الآداب، قسم الإعلام، ٢٠١٨م). (١٧)

**ب: البحوث المنشورة في دوريات محكمة:**

- ١٨) إيناس عبدالحمد الخريبي، تأثير أنماط التحيز السائدة في معالجة الأحداث الجدلالية على تشكيل الاتجاهات العدائية لدى النخبة نحو هذه التغطية.. دراسة تطبيقية في إطار نظرية تأثير عدائية التغطية الإعلامية، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، ع ٦٣ (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ربيع ٢٠١٨م).
- ١٩) سهير صالح إبراهيم، المعايير المهنية والأخلاقية لمعالجة قضايا الرأي في البرامج الحوارية في الفضائيات المصرية.. دراسة على القائم بالاتصال، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، ع ٦١ (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، خريف ٢٠١٧م).
- ٢٠) عمرو محمد عزب، شبكات التواصل الاجتماعي كساحة للصراعات المجتمعية في مصر (الفيس بوك) نموذجاً، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، العدد ٦٠، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، صيف ٢٠١٧م).
- ٢١) محمود رمضان أحمد عبداللطيف، الاستقطاب السياسي في مواقع شبكات التواصل الاجتماعي ودوره في تشكيل اتجاهات الجمهور المصري.. دراسة ميدانية بالتطبيق على قضية التعديلات الدستورية ٢٠١٩م، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، ع ٦٩ (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، خريف ٢٠١٩م).
- ٢٢) هالة فاضل حسين، هاشم جعفر عبدالحسن: مصداقية وسائل الإعلام المحلية في مجال الخدمات العامة (دراسة استطلاعية)، *المجلة العراقية لبحوث السوق وحماية المستهلك*، مج ٦، ع ٢ (جامعة بغداد: مركز بحوث السوق وحماية المستهلك، ٢٠١٤م).
- ٢٣) فانتن السكافي، التعصب وتفسيراته النفسية الاجتماعية، *مجلة جيل العلوم الانسانية والاجتماعية بالجامعة اللبنانية*، ع ٥٦، (لبنان، بيروت، الجامعة اللبنانية، قسم العلوم الانسانية والاجتماعية)

**ج: البحوث المنشورة في مؤتمرات وندوات ودوريات عامة:**

- ٢٤) مصطفى الفقي، العرب والذاكرة القومية، ورقة مقدمة إلى مؤتمر "المنتج الثقافي بين حرية الإبداع واقتصاديات الصناعة"، المؤتمر العام لأدباء مصر، الدورة الثالثة والثلاثون (القاهرة - مطروح: الهيئة العامة لقصور الثقافة، ١٨ - ٢١ ديسمبر ٢٠١٨ م)
- ٢٥) مهجة غالب عبدالرحمن، دور الجامعات في تفكيك الفكر المتطرف، في مؤتمر "نحو تفكيك الفكر المتطرف" المؤتمر الخامس والعشرين للمجلس الأعلى للشئون الإسلامية، (القاهرة: وزارة الأوقاف، سلسلة قضايا إسلامية، العدد ٢٢٨، ٢٠١٦ م)

**د- كتب عربية:**

- ٢٦) سمر طاهر، الإعلام في عصر العولمة والهيمنة الأمريكية.. كيف أصبحت أمريكا سيدة العالم في مجال الإعلام؟، ط ١ (القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، سلسلة مكتبة الأسرة، ٢٠١٧ م)
- ٢٧) شرين محمد كدواني، مصداقية الإنترنت.. العوامل المؤثرة ومعايير التقييم، ط ١ (القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، ٢٠١٧ م)
- ٢٨) مناور بيان الراجحي، عادل رفعت عبدالحكيم، تحليل الخطاب من الكلاسيكية إلى الرقمية، (الكويت: جامعة الكويت: مجلس النشر العلمي، ٢٠٢٠ م)
- ٢٩) عمار على حسن، المجاز السياسي، ط ١، (الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، سلسلة عالم المعرفة، عدد ٤٨٦، سبتمبر ٢٠٢١ م)،
- ٣٠) عمرو محمد عبدالحميد، العداء لوسائل الإعلام.. التحديات المهنية واستعادة ثقة الجمهور، (القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، ٢٠١٩ م)
- ٣١) رامي عطا صديق، العبور إلى الآخر، ط ١ (القاهرة: دار المعارف، ٢٠٢٠ م)

**هـ- كتب أجنبية مترجمة:**

- ٣٢) دايفيد ج ثنايدر، سيكولوجية التنميط.. الأسس النفسية لعملية التنميط، الجزء الأول، ترجمة محمد سعد محمد، منال زكريا حسين، عبير محمد أنور، ط ١، (القاهرة: المركز القومي للترجمة، ٢٠١٩ م)

و- مواقع الإنترنت:

٣٣) معترز صلاح الدين، دور الإعلام والأمن القومي المصري، الصدى نت، أغسطس ٢٠١٩م، (تاريخ الزيارة: مارس ٢٠٢٠م) متاح على شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت)، على الرابط التالي:

<http://elsada.net/110715/>

٣٤) معجم المعاني الجامع، موقع المعاني، (تاريخ الزيارة: ١٦ أكتوبر ٢٠٢١م)، متاح على شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت)، على الرابط التالي:

<https://www.almaany.com/ar/dict/ar->

[ar/%D9%85%D9%88%D8%B6%D9%88%D8%B9%D9%8A/](https://www.almaany.com/ar/dict/ar-%D9%85%D9%88%D8%B6%D9%88%D8%B9%D9%8A/)

ثالثاً: المراجع الأجنبية:

**A- Dissertations & Published Researches:**

35) Singh, Mahima; 2Samariya, Ajay Kumar, Social Media and Hate Speech in India: A study on the use of YouTube as a tool of political propaganda, JETIR, Department of culture and media, Central university of Rajasthan, Ajmer, India, ISSN -2349-5162, Volume 6, Issue 6, (June 2019)

36) Daoudi, Omar YouTube-based programming and the Saudi youth: exploring the economic, political and cultural context of YouTube in Saudi Arabia. PhD thesis, University of Glasgow. UK (2018)

37) Morris Kalliny, Mary Kalliny and Anshu Saran The Impact of Media on Religious conflict in Egypt, Global Media Journal, Rowan University, USA ISSN 1550 – 7521, Vol 17, No 32: 163, ( January 1, 2019).

38) Luz magnolia tilano vega, Sergio andres castano. Pulgarin Natalia suarez betancur, internet, social media and online hate speech, systematic review, at Jornal of aggression and violent, Behavior, Colombia, 58, (2021).

39) Taalia Khan, Karin Österman, Kaj Björkqvist, Severity and Reasons Behind Religious Intolerance

in Pakistan: Perceptions of Sunnis, Shias, Ahmadis, and Christians, European Journal of Social Sciences Education and Research, Volume 4, Issue 4, UK (May-August 2017)

## **B- Articles and electronic resources, Magazines and newspapers**

40)M. Yu. Bareev, I. O. Kachurina, **YouTube as a Factor in Shaping the Protest Potential of Young People, Russian Journal of Regional Studies = Regionology**, Mordovia state University, No 3, 2019

Available via the following link

DOI: <https://doi.org/10.15507/2413-1407.107.027.2019.03.572-587>  
<http://regionsar.ru/en/node/1789>