

دور مواقع التواصل الاجتماعي في إكتساب الشباب الجامعي لثقافة التسامح والحوار مع الآخر

د. آلاء محمد ممدوح جبر*

ملخص الدراسة:

أحدثت مواقع التواصل الاجتماعي ثورة في عالم الاتصال وتبادل المعلومات والثقافات بين الأفراد والشعوب، لذا تبحث الدراسة في تأثير منشورات مواقع التواصل الاجتماعي المتعلقة بثقافة التسامح في تعزيزها لدى الشباب الجامعي المصري، وقدرة المميزات التكنولوجية لمواقع التواصل الاجتماعي في تحقيق مزيد من القبول لثقافة التسامح والحوار مع الآخر، خاصة في ظل تنامي استخدام المجتمع المصري عامة لهذه الشبكات والشباب بشكل خاص، واعتمدت الدراسة على نموذج قبول تكنولوجيا المعلومات، وتم تطبيقها على 500 مفردة من الشباب الجامعي المصري مقسمة ما بين الشباب الملتحق بالتعليم الجامعي الخاص والحكومي. وتوصلت الدراسة إلى إرتفاع كثافة استخدام الشباب الجامعي المصري لمواقع التواصل الاجتماعي، وتصدر موقع الفيس بوك تلاه واتس آب والانستجرام صدارة هذه المواقع من حيث الاستخدام، خاصة في ظل تأكيد الشباب على ما حققته لهم هذه الشبكات من توفير التفاعلية والقدرة على التعبير عن الرأي والإطلاع على الرأي الآخر، وهي الميزة التي تعد جوهر مفهوم التسامح وقبول الآخر، لذا أثبتت الدراسة وجود تأثير لمواقع التواصل الاجتماعي كأحد منابر الإعلام الرقمي على قبول الشباب الجامعي المصري لثقافة التسامح والحوار مع الآخر.

الكلمات المفتاحية: مواقع التواصل الاجتماعي - ثقافة التسامح - الحوار مع الآخر.

* المدرس بقسم الإعلام بكلية الآداب- جامعة دمياط

The role of Social media in acquiring university youth of the culture of tolerance and making dialogue with others

Abstract

The Social media had caused a progress in communication and in the exchange of information among people and nations, so the study is concerned about the impact of social media posts that are concerned about the studying of the culture of tolerance and supporting it among the Egyptian university youth and the ability of the technology advantages of social media achieving more acceptance of tolerance and creating dialogues with others specially because of the increase of using the Egyptian society in general and the youth specially ,The study depended on the model of acceptance of information technology and was applied on 500units of the Egyptian university youth divide between the private and governmental university youth.The study has found that the increase of social media and Facebook came in the top followed by Whatsapp and Instagram in usage ,specially when the youth ensured that these sites provided reacting and expressing their opinions and viewing the others' opinions which is the main idea of tolerance and acceptance of the others , so the study proved that the social media has an impact as one of the ways of digital media on acceptance of Egyptian university youth of culture of tolerance and making dialogues with others.

Key Words :Social Media, Culture of tolerance, dialogue with others.

مقدمة:

تتمتع وسائل التواصل الاجتماعي بدور فعال في مختلف مجالات حياة الإنسان، حيث أصبحت مصدر رئيسي للمعلومات والترفيه والتعليم إلى جانب مصادر المعلومات الأخرى، بل تقوم بدور مؤثر في تشكيل المعارف المختلفة ما بين الثقافية والاجتماعية والسياسية وغيره وزيادة الوعي لدى المجتمع، فهي تُعد بمثابة أداة التواصل الأكثر تأثيراً، والأكثر قدرة في تعزيز المفاهيم الصحيحة في الوقت المناسب، وقد أثبتت مواقع التواصل الاجتماعي بما في ذلك الفيسبوك، ويوتيوب، وتويتر قوتها البارزة في نشر الثقافات وقبولها، حيث يتشارك مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي المعلومات متنوعة المجالات والتي يتم إنتاجها بأشكال مختلفة مثل الصور والفيديوهات والإعلانات والنصوص وغيره، وتدور المناقشات حول هذه المعلومات مما قد يحفز المستخدمين على مشاركتها بشكل أكبر أو معرفة المزيد عن تلك القضايا. وبالتالي هناك علاقة واضحة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تحقيق النشاط الاجتماعي والتفاعل معه عبر متابعة المنشورات المختلفة حول هذه القضايا المجتمعية والتي بالتبعية ينتج عنها الترويج لسلوكيات اجتماعية محددة، وتُعد ثقافة التسامح من أسمى القضايا الإنسانية التي تهم كافة دول العالم وليس مصر فقط، وذلك لما تحمله من قيم سامية، ومثل عليا تتجسد في مبادئ الاحترام والقبول للآخر والتقدير للتنوع الثقافي والتعددية الطبيعية للاتجاهات والرغبات والميول الإنسانية، ومحاولة تجاهل سلبيات الآخرين والتعامل معهم بشكل كريم، وإشاعة ونشر الدعوة للتعايش السلمي وقبول الرأي والرأي الآخر ونبذ ثقافة الطائفية والعنصرية والمذهبية وكل ما يفرق المجتمع.

فالتسامح يعني الاحترام والقبول والتقدير للتنوع الثري لثقافات العالم والذي يرتبط به تنوع أشكال التعبير عنها، ويتعزز هذا التسامح بالمعرفة والانفتاح والاتصال وحرية الفكر والضمير والمعتقد، وأنه الوئام في سياق الاختلاف، ومن هذا المنطلق يعد التسامح واجب أخلاقي وسياسي وقانوني⁽¹⁾، وللتسامح مظهران هما احترام كرامة الإنسان وحقه في صنع خياراته الأخلاقية، بما لا يتجاوز حقوق الآخرين، والمظهر الثاني متمثل في تقييم التنوع الإنساني وأن كل شخص هو فريد من نوعه، حيث الاتفاق حول أكثر القضايا جدلاً⁽²⁾، فالاعتراف كمفهوم يقضي الإقرار بالاختلاف الواقعي بين الأفراد والجماعات، وترسيخ فكرة التوافق على العيش معاً بالرغم من الاختلاف⁽³⁾، فالاختلاف ليس سبباً للتباعد والتباين وتعدد الاجتهادات ليس مدعاة للنزب والنفي، وإنما كل ما سبق يؤسس للاندماج في مشروع التعارف والفهم المتبادل⁽³⁾.

وأن التنوع بإمكانه إثارة الفرقة والتعصب بل والعنف في بعض الأحيان بين الأفراد، لذا فإن وسائل الإعلام التي تتمتع بالحرية والمهنية تُعد مسؤولة عن توفير منتدى للتفاوض السلمي

بشأن الاختلافات، حيث تقوم وسائل التواصل الاجتماعي بضمان حرية التعبير لمختلف أشكال الممارسة الثقافية والاجتماعية والدينية وغيره، وبالتالي فهي تعزز بأدائها الحق في التنوع الثقافي تمامًا، علاوة على أن الثورة الرقمية وبشكل كبير تطبيقات شبكة الإنترنت ووسائل الإعلام الإلكتروني ساهمت في تفعيل المشاركة بين الممارسات الثقافية بما يضمن حماية التنوع والترويج له على نطاق واسع وتعزيز قيم التنوع الثقافي باعتبارها قضية أساسية لتقوية المجتمع وتفاعلاته مع المجتمعات الأخرى. (4)

وانطلاقًا مما سبق يمكن التأكيد على أن قبول الآخر يعتمد على وجود نوع من ثقافة الحوار تقوم على وجود رؤية تسع المخالفين وتلتمس لهم الأعذار وتعطي لهم الحق في الاختلاف والحق في التعبير عن ذلك، ولعل تعدد أوامر القرآن بالرفق في الحوار هي التي تؤكد تلك الثقافة وذلك النمط من السلوك حتى يكون الحوار داعيًا للاتصال. (5)

الدراسات السابقة:

المحور الأول: دراسات تناولت تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي على الشباب.

المحور الثاني: دراسات تناولت ثقافة التسامح في الإعلام.

المحور الأول: دراسات تناولت تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي على الشباب.

سعت دراسة محمد عبد المولى عطية 2021 (6) إلى التعرف على أثر مواقع التواصل الاجتماعي في إنتشار الشائعات لدى الشباب الجامعي وانتمت الدراسات الوصفية واعتمدت على منهج المسح الإعلامي وتوصلت الدراسة إلى أن الشائعات أكثر انتشاراً هي الشائعات المتعلقة بالأخبار المحلية والإقليمية، وأن الشائعات تولد لدى الشباب شكاً في العديد من مضامين مواقع التواصل الاجتماعي.

كما سعت دراسة محمد شمس الدين 2021 (7)، إلى التعرف على المسؤولية الاجتماعية لدى الشباب الجامعي من خلال قياس أثرها عند استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، من خلال دراسة شبه تجريبية على عينه عمدية من الشباب الجامعي عبارة عن مجموعتين متساويتين (تجريبية وضابطة) من طلاب كليات وأقسام الإعلام وتوصلت الدراسة إلى وجود فروق بين متوسط الرواتب لأفراد المجموعتين التجريبية والضابطة في المسؤولية الاجتماعية بعد تطبيق البرنامج التدريبي.

وهدفت دراسة نورة أحمد يوسف 2021 (8) إلى التعرف على مدى إستخدام الشباب الإماراتي في المجال التطوعي وقد اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي وتوصلت الدراسة إلى أن أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها الشباب في الحصول على المعلومات التطوعية هي على الترتيب موقع واتساب، انستغرام، سناب شات، في حين جاء موقع فيس بوك وتليجرام في المراتب الأخيرة.

وسعت دراسة عيسي نور الدين، حامد ياسين 2020 (9) إلى التعرف على اثر مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية لدى الشباب الجامعي الجزائري من منظور قيمي وبعتماد نظرية الحتمية القيمية، وتوصلت الدراسة إلى أن أفراد العينة يستخدمون الشبكات الاجتماعية منذ أكثر من 3 سنوات ثم يليه أقل من سنة، وأن المبحوثين يتواصلون في المرتبة الأولى مع الأصدقاء ثم زملاء الدراسة ثم الأهل والأقارب.

كما استهدفت دراسة **Zhonggen sun and others 2020** (10) التعرف على العوامل المؤثرة على إنتشار الأخبار الصحية وطبقت الاستمارة على 556 مفردة من الصين وتوصلت الدراسة إلى أن الأخبار الصحية تنشر بقدر تصديق العينة للأخبار ويعد ذلك مؤشراً على إرتفاع نسبة القلق لديهم من هذه الجائحة، كما أثبتت الدراسة أن تواصل الأفراد معاً عبر وسائل التواصل الإجتماعي يؤدي إلى زيادة القلق حول الأزمات الصحية.

وحاولت دراسة **Zubiage Arkiatz 2019** (11) كشفت وتحديداً اخفت دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات، وكيف يقوم رواد تلك المواقع بمشاركة ونشر الشائعات واستكشاف كيفية تقييم والتأكد من صحة المعلومات الواردة فيها، وكشفت الدراسة عن وجود نوعين من الشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي وهي الشائعات طويلة الأمد والتي تنشر لفترات طويلة وهي الأكثر تأثيراً على المستخدمين والشائعات الناشئة حديثاً والتي ولدت من خلال الأحداث السريعة وتشبه الأخبار العاجلة وهي الأقل تأثيراً على المستخدمين.

كشفت دراسة **أحمد حسن علي 2018** (12) عن دور موقع التواصل في تشكيل اتجاهات الشباب نحو العنف الأسري وأكدت الدراسة أن أهم القضايا متابعه كانت قضايا (العنف ضد الأطفال) تليها قضايا (العنف ضد الزوجة) ثم قضايا (العنف ضد الزوج)، ثم قضايا (العنف ضد الوالدين)، وفي المرتبة الأخيرة (العنف ضد الأخوة).

وهدفت دراسة **عمر محمد سالم 2018** (13) إلى رصد وتحليل وتفسير اتجاهات الشباب الليبي نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في بناء العلاقات الاجتماعية واعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي وأداة الاستبيان وتوصلت الدراسة إلى إعتداد الشباب الليبي على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لزيادة المعلومات والمعارف ومواكبة الأحداث في شتى المجالات.

وتناولت دراسة **Lee Taeyoung 2018** (14) تأثير الشائعات على الشباب الأمريكي من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، واعتمدت الدراسة على نظريتين هما التأثير على الشخص الثالث Effect third Person وكذلك نظرية التأثير على الشخص الثاني، وتوصلت الدراسة إلى قدرة الشباب على التعرف إيجابياً على الأخبار المزيفة، بالإضافة إلى أن الخبرة والكفاءة السياسية الداخلية تؤدي دوراً محورياً في اكتشاف تأثير وعدم تأثير تلك الشائعات، وبالتالي يؤدي كل من المستوى الإدراكي والكفاءة السياسية دوراً في نشر ومشاركة تلك الأخبار على منصات التواصل الإجتماعي.

المحور الثاني: دراسات تناولت ثقافة التسامح في الإعلام:

وقد علفت بعض الدراسات عن أن احترام الراي الآخر وقبوله مرتبط بتعزيز ثقافة الاختلاف الإيجابي، حيث أوضحت دراسة (دعاء حامد الغوابي، 2021) (15) بأن الجمهور يتجه نحو تعزيز الاختلاف الإيجابي، وهو ما يعد طبيعياً خاصة بعد مواكبة المجتمع المصري لعدد من الثورات والاحتجاجات والاعتصامات التي تطالب بالحرية والرأي الآخر، علاوة على اهتمام الدولة بشكل خاص بتنمية ثقافية والسياسية للشباب في محافل ومبادرات رئاسية مختلفة.

كما أشارت الدراسة لأهمية دور وسائل الإعلام عامة في نشر ثقافة التسامح، حيث أكدت دراسة (فاطمة رضا محفوظ، 2021) (16) على أهمية نشر شبكات التواصل الاجتماعي للثقافة الدينية السليمة، والتشجيع على الإستخدام الإيجابي لهذه الشبكات الذي يدعم ويحافظ على القيم الفاضلة التي تعزز من المواطنة والتسامح والانتماء، وقد أبرزت دراسة (Viktoria I. Tarmaeva, Valentin S. Narchuk, 2020) (17) أن مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، يكررون كلمات المقاتلين والرد على أقوالهم بطريقة عدوانية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وهي التعليقات التي تسهم في التواصل غير المتسامح ويمنع فكر الاعتدال والتسامح.

(داليا نجاح محمود، 2019) (18) لضعف الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام في نشر ثقافة التسامح والحوار وتقبل النقد والخلاف مع الآخر، لذا أوصت الدراسة بإعداد كوادر إعلامية تربوية مؤمنة بسمة الاختلاف ومستوية لقيمتها لتسهيل نشرها وجعلها سلوكاً ممارساً وأكدت أن التربية على التسامح هي الخيار الاستراتيجي لإعادة صياغة علاقة الإنسان بالآخرين من منظور الاحترام المتبادل وتقبل الرؤى والأفكار والمعتقدات المختلفة، إن التربية على التسامح في الوطن العربي لا زالت دون المستوى المطلوب، ولا بد من بذل جهود من أجل ترسيخها بالمجتمع ونشرها بين أفرادها.

وقد أشارت عدد من الدراسات عن خصائص منشورات التسامح عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث أوضحت دراسة (Antar Venus: Andri Paratama; Dadang Sugiana; Fidaus Noor; 2019) (19) أن تحليل منشورات التسامح عبر مواقع التواصل الاجتماعي كشفت عن بروز جوانب أخلاقية مثل الذكاء والنية الحسنة، والمشاعر مثل التعاطف والتأكيد والحزن وخيبة الأمل والوقاحة وعدم الثقة والخوف والغضب والكراهية، أكدت دراسة (Anna Morozova, Anastasia Arsentyeva. 2019) (20) على أن شبكات التواصل الاجتماعي تلعب دوراً مهماً في مسألة التعصب الاجتماعي وعدم التسامح، مما يترتب عليه ضرورة رفع مستوى التسامح لدى المواطنين وخلق التوعية بآليات دفاع الجمهور عن المحتوى السلبي الذي يعزز التعصب.

وهدفت دراسة **نزار عامر حسين 2018** (21)، إلى التعرف على دور الإعلام الديني في تعزيز قيم التسامح والاعتدال، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج والتوصيات أهمها أن الإعلام الديني يؤدي عدة وظائف في بناء مجتمع مترابط يعيش فيه الناس بسلام، وأن الإعلام الديني يجب أن يأخذ دوره الحقيقي في نشر مبادئ الإسلام السمحة ويدعو لنبذ العنف بكل أشكاله، ولكي ينجح عمل الإعلام الديني ويقوم بدوره المنوط به لا بد من تحقيق مجموعة من الشروط وإستخدام التقنيات الحديثة فضلاً عن الإهتمام بالمادة الإعلامية المناسبة بحيث يكون الخطاب الديني عنصراً فعالاً في نشر ثقافة التسامح وأهميتها للمجتمع.

كما هدفت دراسة **ناصر سعود محمد 2018** (22) إلى تحديد مفهوم خطاب الكراهية وأشكاله المتداولة عبر شبكات التواصل الاجتماعي وإنعكاساته على المجتمع الأردني، وكذلك تحديد آثار إنتشار خطاب الكراهية علي القيم الدينية والاجتماعية والثقافية للشعب الأردني، وتوصلنا لدراسة إلى إختلاف مفهوم الكراهية لدى المبحوثين وجاء في مقدمتها (تشويه الحقائق) وعدم القبول بالإختلاف مع الآخرين، كما تعمل شبكات التواصل الاجتماعي على إثارة الفتن بين فئات المجتمع وأوصت الدراسة بضرورة تفعيل دور مؤسسات المجتمع المدني خاصة المؤسسات الدينية والإعلامية عن نشر ثقافة الإحترام المتبادل.

كما ناقشت دراسة **(Chamil Rathnayake, Jenifer sunrise Winter, 2017)** (23) الإرتباط بين إستخدامات وسائل التواصل الاجتماعي والعقائد السياسية والتسامح، وكشفت أن مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي يتمتعون بمستويات عالية من العقائدية السياسية والتسامح بنسبة تزيد عن 70%، وأن هناك إختلافات في طبيعة الاستخدامات والإشاعات المتحققة من استخدام وائل التواصل مما يدل على أن وسائل التواصل الاجتماعي هي منصات مفتوحة تعمل على إرضاء المستخدمين الأكثر تسامحاً والأقل تشدداً.

كما سعت دراسة **أحمد فاروق رضوان 2016** (24) إلى التعرف على مفاهيم التسامح والعنف والتعصب، والتعرف على دور في نشر ثقافة التسامح ونبذ العنف والتعصب، والتعرف على مفهوم صحافة السلام وتحديد مجموعة من الاستراتيجيات لدعم دور الإعلام في مواجهة العنف والتعصب ونشر ثقافة التسامح، وأوصت الدراسة بضرورة إهتمام وسائل الإعلام بنشر مواد إعلامية تستهدف بناء ثقافة التسامح وتقديم صحيح الدين بأسلوب يجذب الجمهور خاصة الشباب وأن تتضمن المواد الدراسية لكليات الإعلام الأطر النظرية التي تكسب الطالب ثقافة التسامح.

تعليقاً على ما سبق عرضه من دراسات سابقة:

- تناولت أغلب الدراسة السابقة مواقع التواصل الاجتماعي كالفيسبوك وتويتر وغيرها بشكل منفصل وكل على حدة.
- اعتمدت معظم دراسات مواقع التواصل الاجتماعي على نظرية الاستخدامات والاشياعات والمجال العام والاعتماد على وسائل الإعلام، وابتعدت عن نظرية التأثيرات وقبول التكنولوجيا والتي تدرس الاتجاهات الجديدة وتأثيرها على السلوك الإنساني.
- تنوعت المناهج البحثية التي وظفتها الدراسات السابقة لخدمة أهدافها البحثية إلا أن المنهج الأكثر استخداماً كان المنهج المسحي.
- تنوعت أدوات جمع البيانات من حيث استخدام هو استمارة الاستقصاء أو الاستبيان وما بين تحليل المضمون.

ويمكن أن تستفيد الباحثة من نتائج الدراسات السابقة في:

- اختيار الأسلوب الأمثل في جمع البيانات المتعلقة باكتساب ثقافة التسامح والحوار مع الآخر، وتحديد الإطار النظري الملائم للدراسة.
- التحديد الدقيق لمجتمع وعينة الدراسة الميدانية.
- التعرف على أهم المناهج والأساليب المستخدمة في الدراسات السابقة خاصة الدراسات الوصفية والدراسات الميدانية، والمساعدة في تصميم إستمارة الاستبيان.
- ربط النتائج التي توصلت إليها الدراسة بنتائج بعض الدراسات المشابهة لأن البحث العلمي يعتمد على التراكمية والترابط بين الدراسات السابقة والحديثة.

مشكلة الدراسة:

لقد استحوذت مواقع التواصل الاجتماعي على حيز كبير من اهتمام الشباب، خاصة في ظل تنوع المنشورات عليها يومياً وتتضمن دعوات متناقضة بعضها يدعو للتعصب ويتسم بلغة الكراهية والإرهاب، وأخرى تدعو للتأخر والتعاون وتغليب لغة الحوار المتحضر وقبول الرأي والرأي والدعوة للتعايش السلمي والاجتماعي.

لذلك تسعى الدراسة لاختبار قبول الشباب المصري لتكنولوجيا مواقع التواصل الاجتماعي وما يترتب عليها من تكوين لسلوكياتهم للتعامل الإيجابي مع ما تنشره هذه المواقع عن التسامح والحوار مع الآخر.

وبناءً عليه تتبلور مشكلة الدراسة في التساؤل التالي:

ما هو دور وسائل التواصل الاجتماعي في اكتساب الشباب الجامعي المصري لثقافة التسامح والحوار مع الآخر؟

أهمية الدراسة:

- 1- السعي نحو إثراء الدراسات الإعلامية الخاصة بدراسة مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيراتها على المجتمع عامة وعلى الشباب بصفة خاصة، حيث تتناول الدراسة فحص تأثير منشورات مواقع التواصل الاجتماعي على اكتساب ثقافة التسامح والتعايش الاجتماعي الإيجابي، وهو موضوع هام في ظل مواكبة المجتمعات العربية سلسلة من الأفكار والثقافات المتنوعة والسلوكيات المتباينة التي تتنوع ما بين الإيجابية والسلبية، بمعنى سلوكيات تعزز التقارب المجتمعي وأخرى تحث على التعصب وتكفير الآراء والأفكار، خاصة في ظل اعتماد المؤسسات الحكومية الرسمية والخاصة على توظيف مواقع التواصل الاجتماعي في توصيل إنتاجها الفكري لمختلف فئات المجتمع خاصة الشباب، وفي نفس الوقت توظف الكيانات الإرهابية والمتعصبة هذه الآلية أيضاً في الترويج لفكرها المتعصب ضد التسامح والتعايش.
- 2- يُعد من سمات المجتمعات المتحضرة حالياً هو تمسكها بأدبيات الحوار الثقافي الذي يرسى ثقافة السلام بشكل يؤدي لامتناع العنف والحد من نزاعات التطرف، وهو ما تؤكد عليه الحكومة المصرية في كافة المناسبات والاحتفالات الوطنية والعالمية، فقد سبق وأن وجه الرئيس عبد الفتاح السيسي دعوة لنشر ثقافة السلام وإعلاء قيم التسامح والتعايش السلمي، موضحاً في كلمته بمناسبة اليوم العالمي للأخوة الإنسانية، "يحتفي العالم اليوم بقيمة إنسانية مهمة لعلنا نحتاج إليها أكثر من أي وقت مضى، وهي قيمة الأخوة الإنسانية، إن هذه المناسبة المهمة تذكركم جميعاً بأهمية الحوار لفهم وتقبل الآخر، كما تذكركم بأهمية تعزيز التعاون لنبذ التعصب والتصدي لخطاب الكراهية، ونشر قيم التسامح والعدل والمساواة من أجل تحقيق السلام والاستقرار". (25)
- 3- ترتبط الدراسة بجمهور نوعي هام متمثل في الشباب المصري، الذي يحظى باهتمام الحكومة المصرية، حيث اتجهت الدولة نحو إعلاء قيمة الشباب بإعداد منتدى الشباب العالمي في شرم الشيخ والذي يضم الشباب من مختلف دول العالم، ويتضمن التأكيد على ثقافة الترابط والتسامح وتبادل الثقافي، وتعميق الشعور والاعتزاز لدى الشباب بمختلف فئاته، وإتاحة الفرصة أمام الشباب للمشاركة الفاعلة في تنمية المجتمع، وجعل التسامح والتعايش مجالاً للريادة المجتمعية والعمل الخدمي العام، وجعلها مجالاً للإبداع والابتكار.
- 4- تطبيق نموذج قبول تكنولوجيا المعلومات للتعرف على تأثير العوامل المرتبطة بالنية السلوكية لدى الشباب المصري في التفاعل مع وسائل التواصل الاجتماعي وأثرها على نشر قيم التسامح وقبول الآخر، ومحاولة تسليط الضوء على مدى فاعلية وسائل التواصل الاجتماعي وأثرها على الشباب المصري.

أهداف الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق هدف رئيسي وهو "التعرف على دور وسائل التواصل الاجتماعي في اكتساب الشباب المصري لثقافة التسامح والحوار مع الآخر"، وينبع من هذا الهدف بعض الأهداف الفرعية تتمثل في:

1. التعرف على مدى متابعة الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي.
2. التعرف على أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي يتابع من خلالها الشباب الجامعي منشورات التسامح والحوار مع الآخر.
3. الكشف عن مدى تفاعل الشباب الجامعي مع منشورات التسامح والحوار مع الآخر.
4. تحديد دوافع تعرض الشباب لمنشورات التسامح عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
5. التعرف على مدى قناعة الشباب بمصداقية المعلومات المتعلقة بالتسامح عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
6. الكشف عن مدى فاعلية وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيراتها في اكتساب ثقافة التسامح والحوار مع الآخر لدى الشباب.

تساؤلات وفروض الدراسة:

أ: تساؤلات الدراسة:

1. ما أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي يتابع من خلالها الشباب الجامعي منشورات التسامح والحوار مع الآخر؟
2. ما مدى تفاعل الشباب مع منشورات التسامح والحوار مع الآخر؟
3. ما دوافع تعرض الشباب الجامعي لمنشورات التسامح؟
4. ما مستوى إدراك الشباب لمفهوم التسامح والحوار مع الآخر؟
5. ما مدى قبول ومصداقية وسائل التواصل الاجتماعي لدى الشباب الجامعي؟
6. ما التأثيرات المترتبة على تعرض الشباب لمنشورات التسامح والحوار مع الآخر عبر وسائل التواصل الاجتماعي؟

ب: فروض الدراسة:

- الفرض الأول:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين قبول عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي ومستوى التفاعل مع منشورات التسامح والحوار مع الآخر.
- الفرض الثاني:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين قبول عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي وإدراك عينة الدراسة لثقافة التسامح والحوار مع الآخر.
- الفرض الثالث:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين قبول عينة الدراسة لتقنيات مواقع التواصل الاجتماعي ومستوى التفاعل مع الرسائل الإعلامية عبر هذه التقنية.

الإطار النظري للدراسة:

استندت الدراسة في إطارها النظري على نموذج تقبل تكنولوجيا المعلومات (TAM)

Technology Acceptance Model

قدم هذا النموذج (Davis Fred)، وهو تطوير لنظرية الفعل المسبب، وتفترض أن هناك مجموعة من المتغيرات الخارجية التي تؤثر على الاتجاهات نحو تقبل تكنولوجيا المعلومات وتتمثل في أهمية الاستخدام المدركة وإدراك سهولة الاستخدام، ووفق هذا النموذج فإن الاستخدام الفعلي للنظام يتحدد بنية القيام بالسلوك حيث افتراض وجود علاقة متبادلة بين الاتجاهات والقيم الذين يعملان على إيجاد نية للقيام بالسلوك، ويحدد نموذج تقبل تكنولوجيا المعلومات النوايا السلوكية باتجاه الشخص/المؤسسة نحو الاستخدام، الذي يتشكل من إدراك الشخص/المؤسسة لأهمية الاستخدام، ومن إدراكه لسهولة استخدام النظام. (26)

العوامل المؤثرة على تقبل واستخدام تكنولوجيا المعلومات: المنفعة (الفائدة) المتوقعة

للاستخدام، إدراك سهولة الاستخدام، مهارات الاستخدام، المخاطر المتوقعة لتبني الاستخدام، الثقة في استخدام تكنولوجيا المعلومات، التكاليف المتوقعة لاستخدام النظام، إضافة إلى تأثير بعض المتغيرات الخارجية مثل التدريب وخصائص النظام والتأثيرات الاجتماعية خاصة فيما يتعلق بأهمية استخدام التكنولوجيا بالنسبة للآخرين في المجتمع مثل الرؤساء والزملاء في العمل والجمهور، كذلك فإن عوامل أخرى مثل البنية التحتية والتقنية من حواسيب وشبكات وأجهزة هواتف وإنترنت تعد أيضاً من العوامل المؤثرة على تبني التكنولوجيا، كما أن تأثير هذه العوامل أيضاً على النية السلوكية لاستخدام التكنولوجيا باختلاف خصائص المستخدم وكذلك الاستخدام الطوعي لهذه التكنولوجيا والتسهيلات المتاحة لذلك. (27)

وقد تم توظيف النظرية في قياس قبول تكنولوجيا مواقع التواصل الاجتماعي بما تتميز به من خصائص التفاعلية وسهولة استخدام المحتوى المنشور عليها وكذلك تعزيز قدرة المواطن العادي على النشر والتعليق على منشورات التسامح بما ينمي إحترام الرأي والرأي الآخر، وبالتالي تم صياغة عدد من العبارات التي تقيس العوامل المؤثرة على تقبل استخدام تكنولوجيا مواقع التواصل الاجتماعي (التكاليف المتوقعة - مهارات استخدام المواقع - الثقة في الإستخدم - المنفعة المتوقع - المخاطر المتوقعة).

كما أن توظيف هذا النموذج يدعو إلى دراسة الدوافع والحاجات التي تستشيرها الوسيلة الإعلامية ذاتها وتنظيمها ومخرجاتها بجانب فئات الدوافع التي ترتبط بالادوار الوظيفية لوسائل الإعلام ومحتواها، ومن فئات الدوافع التي تستشيرها الوسيلة الإعلامية ما يلي:

- دعم إحساس الفرد بأنه يستخدم وسيلة ذات محتوى موضوعي وصادق.
- دعم إحساس الفرد بالإتساق مع اتجاهات الوسيلة واهتماماتها.

- دعم إحساس الفرد بعمق العلاقة بين الوسيلة والمجتمع.
 - دعم العامل الإقتصادي لدى الفرد المؤثر في نفقات الحصول على الخدمة مقارنة بغيرها.
 - دعم إحساس الفرد بأنها تقدم خدمات إضافية تسهم في اكتساب تأييده لمحتواها.
- ومثل هذه الفئات تجعل الفرد يقبل أو يتجنب استخدام الوسيلة بصفة مبدئية، وتعتبر سبباً مضافاً لإحداث التأثيرات والتأثيرات المتتالية.

الإجراءات المنهجية للدراسة:

نوع الدراسة: تنتمي الدراسة للبحوث أو الدراسات الوصفية Descriptive Study التي تهتم بتصوير وتحليل وتقويم خصائص ظاهرة معينة كمياً وكيفياً، بهدف الحصول على معلومات دقيقة عن الظاهرة، (28) وهنا تهدف الدراسة التعرف على تأثير قبول تكنولوجيا وخصائص مواقع التواصل الاجتماعي في اكتساب معلومات عن ثقافة التسامح والحوار مع الآخر.

منهج الدراسة: منهج المسح Survey الذي يُعد من أبرز المناهج المستخدمة في مجال الدراسات الإعلامية خاصة البحوث الوصفية، وتحديدًا منهج المسح بالعينة (29)، وتستند الدراسة إلى منهج المسح الوصفي للحصول على وصف لظاهرة قبول خصائص مواقع التواصل الاجتماعي في إحداث تغيير معرفي لدى الشباب المصري نحو أحد القضايا المجتمعية والمتمثلة في قضايا التسامح والحوار مع الآخر.

مجتمع وعينة الدراسة الميدانية: يمثل مجتمع الدراسة بجميع الوحدات التي يتم دراستها لكن لكبر حجم مجتمع الدراسة الميدانية والمتمثل في الشباب المصري بالجامعات المصرية، تم سحب عينة بسيطة مكونة من 500 مفردة ونوعها منقسمة ما بين 250 مفردة للشباب الجامعي الخاص و250 مفردة للشباب الجامعي الحكومي، أما عن خصائص عينة الدراسة من الشباب الجامعي فقد تمثلت فيما يلي:

- ارتفاع نسبة مشاركة الإناث في الدراسة الميدانية بـ 63.5% في مقابل مشاركة الذكور بنسبة 36.5%، وهو ما يدل على ارتفاع مستوى تفاعل الفتيات مع تقنيات وخصائص مواقع التواصل الاجتماعي بشكل أكبر من الذكور بهدف اكتساب المعلومات ونشرها.

- ارتفاع نسبة مشاركة الفئة العمرية من (18 لأقل من 22) عامًا في المقدمة بـ 43.8%، في مقابل مشاركة الفئة العمرية من (22 لأقل من 32) عامًا بنسبة 36.2%، ويعزو ذلك لأن الدراسة تركز على مدى استخدام الشباب الجامعي لذا ارتفع نسبة الفئة الأولى التي مازالت في إطار الدراسة الجامعية، ثم جاء نسبة 20% من عينة الدراسة في الفئة العمرية (32 لأقل من 42 عامًا).

- جاء نسبة 63% من عينة الدراسة في مرحلة التعليم الجامعي وهو أمر طبيعي لأن غالبية عينة الدراسة من الشباب الذي مازال في مرحلة التعليم أو تخرج منها، تلاه نسبة 24% من

عينة الدراسة من حاملي مؤهل الدراسات العليا (ماجستير- دكتوراه)، ثم نسبة 13% من العاملين في المؤسسات التعليمية الجامعية.

- جاء نسبة 65% من عينة الدراسة لا تعمل ودخلها الشهري مرتبط بالأسرة في مقابل نسبة 35% تعمل ولديها مصدر دخل شهري مستقل عن الأسرة.

- جاء كل عينة الدراسة تسافر خارج دولة مصر بنسبة 30%، وتتنوع أسباب السفر للخارج، لغرض السياحة الترفيهية، ولغرض العلاج، وللدراسة، وجاء نسبة 60% من عينة الدراسة تشترك في أنشطة رياضية في مقابل نسبة 40% لا تشترك، ثم جاء نسبة 42% من عينة الدراسة لديها سيارة خاصة في مقابل نسبة 58% ليس لديها سيارة خاصة.

- جاء نسبة 68.3% من عينة الدراسة الميدانية يتوسط مستواها الاقتصادي في مقابل نسبة 20.4% يرتفع مستواها الاقتصادي، ونسبة 11.3% ينخفض مستواها الاقتصادي.

أدوات جمع البيانات:

تم تصميم صحيفة الاستقصاء والتي تعد أحد الأدوات الأساسية في جمع المعلومات مباشرة من العينة المختارة عن طريق توجيه مجموعة من الأسئلة المحددة والمعدة مقدماً بهدف التعرف على تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على ثقافة التسامح لدى الشباب المصري، والاستمارة في مجملها نذور حول المحاور التالية:

المحور الأول: استخدام الشباب المصري لمواقع التواصل الاجتماعي.

المحور الثاني: إدراك الشباب المصري لمفهوم التسامح والحوار مع الآخر.

المحور الثالث: تقييم الشباب المصري لخصائص مواقع التواصل الاجتماعي من خلال متابعة منشورات التسامح والحوار مع الآخر.

اختبارات الصدق والثبات:

أولاً: اختبار الصدق (Validity): يعني صدق المقياس المستخدم في قياس المفهوم الذي يرغب الباحث في قياسه،⁽³⁰⁾ وللتحقق من صدق المقياس المستخدم في الدراسة تم عرض أداة صحيفة الاستقصاء على مجموعة من الخبراء والمتخصصين في مجال الإعلام.⁽³¹⁾

ثانياً: اختبار الثبات (Reliability): يقصد به الوصول إلى اتفاق متوازن في النتائج بين الباحثين عند استخدامهم لنفس الأسس والأساليب بالتطبيق على نفس المادة الإعلامية، أي المحاولة لتخفيض نسب التباين لأقل حد ممكن من خلال السيطرة على العوامل التي تؤدي لظهوره في كل مرحلة من مراحل البحث، وتم تطبيق اختبار الثبات على عينة تمثل 10% من العينة الأصلية بعد تحكيم صحيفة الاستبيان، ثم إعادة تطبيق الاختبار مرة ثانية على عينة 5% من المبحوثين بعد أسبوعين من الاختبار الأول، والذي وصل إلى 89%، مما يؤكد ثبات الاستمارة وصلاحيتها للتطبيق وتعميم النتائج.

المعالجة الإحصائية لبيانات الدراسة:

تم الاستعانة ببرامج التحليل الإحصائي (SPSS)، لتحليل بيانات الدراسة الميدانية، ويتمثل مستوى الدلالة المعتمدة في كافة اختبارات العلاقات الارتباطية ومعاملات الانحدار لقبول ورفض نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة 95% فأكثر، أي عند مستوى معنوية 0.05 فأقل، وتم الاعتماد على الوسط الحسابي كأحد مقاييس النزعة المركزية لتكوين المقاييس البسيطة والمركبة، في حين تمثلت الإحصاء الوصفي لوصف جميع متغيرات الدراسة وليبيان استجابات مفردات العينة، نحو كل عبارة من العبارات المعيرة عن كل متغير من متغيرات الدراسة، باستخدام النسب المئوية والتكرارات لوصف عينة الدراسة والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري والوزن النسبي وذلك باللجوء إلى المعاملات والاختبارات والمعالجات الإحصائية التالية:

- استخدام معامل الارتباط بيرسون (Pearson correlation coefficient) لمعرفة شدة العلاقة واتجاهها بين متغيرات النظرية، شرط أن تكون العلاقة بين متغيرين من مستوى المسافة أو النسبة (interval or ratio)، أي تكون هذه العلاقة خطية أي يمكن تمثيلها بخط مستقيم يصف العلاقة في جانبيين منها.
- تحليل الانحدار الخطي البسيط والذي يهتم بقياس تأثير متغير مستقل واحد على المتغير التابع والذي يمثل الظاهرة محل الدراسة.
- تحليل الانحدار المتعدد التدريجي باستخدام طريقة Stepwise والذي يهتم بترتيب المتغيرات حسب أهميتها في تفسير المتغير التابع، ويتم استخدام الانحدار الخطي المتعدد في حالة توافر الشروط التالية: (أن تكون العلاقة خطية بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع- أن تكون البيانات موزعة توزيعاً طبيعياً للمتغيرات المستقلة والمتغير التابع، ويجب أن تكون قيم المتغير التابع من المستوى الترتيبي على الأقل).

مصطلحات الدراسة:

مواقع التواصل الاجتماعي: هي منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح لمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها. (32)

إجرائياً مواقع الفيسبوك وتويتر ويوتيوب وانستجرام والواتس أب وتليجرام وسناب شات والمنتديات الإلكترونية.

الشباب: مرحلة من مراحل العمل تمر بالإنسان وتتميز بالحيوية وترتبط بالقدرة على التنغم والمرونة في العلاقات الإنسانية وتحمل المسؤولية والشباب طاقة قومية بما تحويه من قدرات وأفكار وانفعالات منطقية. (33)

إجرائياً: الشباب الجامعي المصري بالجامعات الخاصة والحكومية من عاملين وطلاب مراحل التعليم الجامعي وطلاب الدراسات العليا.

الثقافة: تعرف بأنه لغة ضبط النفس وسرعة التعلم وهي مجموعة الشئون والعقائد والقوانين التي يورثها الأفراد من مجتمعهم. (34)

إجرائياً: هي أنماط السلوكيات والحيات السائدة في المجتمع المصري من فكر وفن وحيات اجتماعية. **التسامح:** رضى المرء برأيه إعتقاداً في صحته واحترام رأي الغير فهو يقطع بلزوم الخطأ في رأي سواه ورغبته في تطرق رأيه في الازدهان ولا يمنع الناس من إظهار ما يعتقدونه. (35) إجرائياً: هو قبول الرأي الآخر واحترامه والتعايش مع الآخر وقبوله.

نتائج الدراسة الميدانية:

المحور الأول: استخدام عينة الدراسة لوسائل الإعلامية الرقمية:

يكشف التحليل الإحصائي أن نسبة 15% من عينة الدراسة تتفاعل مع وسائل التواصل الاجتماعي الرقمية بشكل غير منتظم في مقابل نسبة 85% تستخدمها بشكل دائم، وكان متوسط ساعات استخدام عينة الدراسة لوسائل التواصل بالأسبوع بواقع (6.30) ساعة في الأسبوع، وكان متوسط أيام استخدام عينة الدراسة بالأسبوع بواقع (5) يوم، ومن خلال إجابات عينة الدراسة على عدد ساعات وأيام الاستخدام، تم حساب متوسط الاستخدام خلال الأسبوع والذي بلغ (33) ساعة أسبوعياً، حيث أكدت كل من دراسة (عامر شلبي حسن حسين، 2019) (36) ودراسة (هبة صلاح سيد سيد، 2019) (37) على أن مواقع التواصل الاجتماعي جاءت كأكثر المواقع الالكترونية تفضيلاً للتفاعل بمعدلات مرتفعة، تتفق الدراسة في ذلك مع دراسة (سامي النجار) (38) والتي تؤكد حرص المبحوثين الشباب على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، كما أكدت دراسة (جيهان أشرف إبراهيم، 2020) (39) على ارتفاع عدد ساعات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، حيث جاء نسبة 47.8% من المشاركين كانوا على وسائل التواصل الاجتماعي (أكثر من ساعتين)، ونسبة 33.8% (ساعة إلى ساعتين)، ونسبة 18.3% (أقل من ساعة).

ويمكن تفسير ذلك بـ:

أهمية مواقع التواصل الاجتماعي بالنسبة للشباب بشكل عام ولشباب الجامعات بشكل خاص، الأمر الذي يستدعي ضرورة استثمار تلك المواقع وتوظيفها فيما يخدم المجتمع.

أما عن طبيعة وسائل التواصل الاجتماعي التي يتفاعل معها الشباب المصري وهو ما يوضحه الجدول التالي:

جدول رقم (1) وسائل التواصل الاجتماعي والتطبيقات الرقمية التي يتفاعل معها الشباب المصري

الموقع	ك	%
فيس بوك Face Book	380	26.3
واتس أب What's App	330	22.8
إنستجرام Instagram	253	17.5
تليجرام telegram	175	12.1
تويتر Twitter	90	6.2
يوتيوب You tube	88	6
سناپ شات Snap Chat	55	3.8
المنتديات الالكترونية	35	2.4
جوجل بلس+ Google	28	1.9
المدونات	15	1
مجموع الإجابات	1449	100

يتضح أن موقع الفيس بوك كان الأعلى استخدامًا من قبل الشباب المصري بنسبة 26.3% تلاه تطبيق الواتس اب بنسبة 19.5%، ثم تطبيق الانستجرام بنسبة 22.8%، ثم الانستجرام بنسبة 17.5%، وكانت أقل المواقع تفاعلاً هي (المنتديات الالكترونية بنسبة 2.4%، ثم جوجل بلس بنسبة 1.9%، ثم المدونات بنسبة 1%)، وهو ما يتفق مع ما توصلت له كل من دراسة (جيهان أشرف، 2020) (40) و (Matthew Pittman et.al, 2016) (41) ودراسة (بسة على يحيي، 2017) (42) بأن جاءت مواقع التواصل الاجتماعي في صدارة وسائل الإعلام الرقمية التي يتفاعل معها جمهور الشباب بشكل كبير، كما أشارت كل من دراسة (شيماء محمد حامد، 2018) (43) ودراسة (مروى عبد اللطيف محمد، 2020) (44) أن الفيس بوك ماسنجر Facebook messenger، والواتس أب كانت أكثر تطبيقات يتم التواصل عبرها، كما أوضحت دراسة (صيري خالد صيري، 2021) (45) أنه من وجهة نظر الباحثين جاء موقع الـ Facebook في مقدمة شبكات التواصل الاجتماعي التي يعتمدون عليها بنسبة 85.7%، يأتي بعد ذلك تطبيقات المراسلة الفورية WhatsApp, Snapshot, Telegram بنسبة 79.9%، بينما جاءت المواقع المهنية في المركز الأخير بنسبة 56.9% مثل LinkedIn.

كما كشفت كل من دراسة (إيناس منصور كامل شرف، 2021) (46) ودراسة (Ali Erarslan, 2019) (47) بأن جاء "الانستجرام" في مقدمة تطبيقات الصور والصوت والفيديو، كما أثبتت دراسة (راشد صلاح الدين راشد، 2021) (48) أن أهم أنواع صحافة الموبايل التي يفضلها الباحثون في متابعة الأحداث، هي تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي بالمرتبة الأولى، واعتمدوا بصورة واضحة على التعليقات في الأحداث الجارية كأكثر أساليب التفاعل استخدامًا. ويمكن تفسير ذلك بتفوق موقع (الفيسبوك) على غيره من المواقع، وأن غالبية الشباب يستخدمه نظراً لتاريخ نشأته مقارنة بتويتر وانستجرام.

ويستخلص من إجابات عينة الدراسة على الأسئلة السابقة مقياسًا عامًا لكثافة تفاعلهم مع وسائل الإعلام الرقمية، والذي كانت مستوياته كما يلي:

جدول رقم (2) - كثافة تفاعل عينة الدراسة مع وسائل الإعلام الرقمية

المقياس	ك	%	الوزن النسبي
كثيفي الاستخدام	380	76	88
متوسطي الاستخدام	140	28	
الإجمالي	500	100	

يكشف الجدول السابق عن أن نسبة 76% من عينة الدراسة يرتفع تفاعلهم مع وسائل الإعلام الرقمية في مقابل نسبة 28% يعدوا متوسطي الاستخدام، وهو ما يدل على ارتفاع مكانة هذه الوسيلة في حياة الشباب المصري، لذا جاء الوزن النسبي لإجابات عينة الدراسة على عبارات المقياس مرتفعًا بقيمة (88) درجة، يتضح مما سبق ارتفاع التفاعل مع مواقع التواصل الاجتماعي، وهو ما يتقارب مع ما توصلت له دراسة (السيد لطفي حسن، 2021) (49) حيث يستخدم المبحوثون مواقع التواصل الاجتماعي "دائمًا" بنسبة 85%، و"أحيانًا" بنسبة 15%، وجاء الفيس بوك كأول مواقع التواصل الاجتماعي استخدامًا لدى المبحوثين. يمكن تفسير ذلك: أهمية مواقع التواصل الاجتماعي للشباب ومالها من مميزات تدفع الشباب إلى متابعتها بشكل مستمر وتشبع لديهم الكثير من الاحتياجات الاجتماعية والثقافية والنفسية. - أسباب استخدام الشباب المصري لوسائل التواصل الاجتماعي لإكتساب معلومات ومعرفة عن التسامح والحوار مع الآخر:

يتضح من التحليل الإحصائي تنوع دوافع استخدام عينة الدراسة لوسائل الإعلام الرقمية في معرفة معلومات عن التسامح وقبول الآخر والتي تنقسم إلى نوعين هما (دوافع التعرض الطقوسية أو التعودية *Ritualized Motives*، والدوافع النفعية *Instrumental Motives*)، وكان قيمة الوزن العام لهذه الدوافع (77) درجة، وتبين ارتفاع تحقق الدوافع الطقوسية بوزن (82) درجة عن الدوافع النفعية بوزن (72) درجة، وقد أكدت كل من دراسة (هبة صلاح سيد سيد، 2019) (50)، ودراسة (نهى السيد عبد المعطي، 2017) (51) على دور وسائل الإعلام الرقمية الفعال والمؤثر في الحوار والتخاطب والتفاعل الآني والحوار والنقاش وتوضيح ردود الفعل.

وكانت العبارات الدالة على كلا من نوعي الدوافع كما يلي:

أولاً: الدوافع النفعية: تكون بهدف التعرف على الذات، واكتساب المعرفة والمعلومات والقدرة على التعلم، (52) وهذا النوع من الدوافع عبرت عنه عينة الدراسة ترتيب العبارات التي تقيسه مرتبة من الأعلى وزن فالأقل، والذي يعني الأعلى دافعية فالأقل.

إلا أنه يلاحظ أن أعلى دافعية تتمثل في (سهولة عرض المعلومات عن ثقافة التسامح والحوار مع الآخر بوزن نسبي 91 درجة، ثم التعرف على آثار الإيجابية للتسامح والحوار مع الآخر في حياة الفرد الشخصية وجودة تفاعلاته في العمل بوزن نسبي 87 درجة، ثم التعرف على آخر المؤشرات والتقييمات الإحصائية عن التسامح والحوار مع الآخر والتعايش السلمي عبر منشورات وسائل الإعلام الرقمية بوزن نسبي 84 درجة، ثم اكتساب مهارات جديدة من حيث كيفية تفعيل ثقافة التسامح في حياة الفرد وتعاملاته بوزن نسبي 78 درجة، ثم سهولة تصفح المنشورات التي تبثها وسائل الإعلام الرقمية التي تناقش المبادرات الحكومية لأجل زرع التسامح وتحقيق التعايش السلمي والأمن بوزن نسبي 73.15 درجة، ثم سهولة التعرف على المبادرات المجتمعية التي تترتبط بفكرة تعزيز ثقافة التسامح بوزن نسبي 72.30 درجة، ثم التعرف على التجارب المفيدة سواء عربية أو أجنبية في مجال التسامح والتعايش السلمي بوزن نسبي 65 درجة)، وتتقارب هذه النتائج المرتفعة من ارتفاع المنفعة المعرفية من متابعة منشورات التسامح والحوار مع الآخر عبر مواقع التواصل الاجتماعي مع دراسة (عيسى يونس درويش، 2020) (53) بأن الفهم والتوجيه المتحقق من اعتماد الشباب على مواقع التواصل الاجتماعي جاءت مرتفعة.

ثانياً: الدوافع الطقوسية: وهي دوافع يعتاد الفرد على ممارستها يومياً إلى جانب تفضيل الوسيلة، والإحساس بالجماعة بتدعيم الروابط الاجتماعية مع الآخرين، (54) وهذا النوع من الدوافع عبرت عنه عينة الدراسة ترتيب العبارات التي تقيسه مرتبة من الأعلى وزن فالأقل، والذي يعني الأعلى دافعية فالأقل، إلا أنه يلاحظ أن أعلى دافعية تتمثل في (التعرف على وجهات نظر الآخرين حول الأحداث المرتبطة بقيم التسامح وقبول الآخر بوزن نسبي 90 درجة، تلاه الشعور بالإنجاز عند معرفة الفرد دوره المجتمعي في تعزيز ثقافة التسامح بوزن نسبي 85 درجة، ثم الشعور بالسعادة عند التفاعل مع منشورات وسائل الإعلام الرقمية التي تقدم معلومات التسامح والحوار مع الآخر بوزن نسبي 83 درجة، ثم عرض وجهة نظري في القضايا المرتبطة بثقافة التسامح لأن لي دور فاعل مجتمعياً بوزن نسبي 81 درجة، ثم سهولة التواصل مع الأفراد أياً كانت تخصصاتهم عن ثقافة التسامح وقبول الآخر بوزن نسبي 71 درجة)، **ويتضح مما سبق** أن التفاعلية والحوار مع الآخر من أكثر سمات مواقع التواصل الاجتماعي تقديراً من قبل الجمهور الشباب لذا يرتفع تفاعله مع الآخرين حول منشورات التسامح والحوار مع الآخر، وهو ما يتفق مع ما توصلت له دراسة (Meng-Chun-Hsiung Liao، Yang Tsai، 2014) (55) من ارتفاع استخدام الشبكات الاجتماعية لتحقيق التفاعل الاجتماعي، كما توصلت دراسة (Vincent F. Filak، 2014) (56) إلى أن تلقي معلومات عبر وسائل الإعلام الاجتماعية كان من الدوافع التي شكلت اتجاهاً إيجابياً نحو الشبكات الاجتماعية، فكانت المراقبة الأعلى دافعاً للإشباع، تليه المعرفة والترفيه بالإضافة تفعيل العلاقات الاجتماعية والإحساس بالجماعة بتدعيم الروابط الاجتماعية مع الآخرين. (57)

يستخلص من إجابات عينة الدراسة على الأسئلة السابقة مقياساً عاماً لدوافع تفاعل واستخدام وسائل الإعلام الرقمية من قبل الشباب المصري في اكتساب معلومات عن ثقافة التسامح والحوار مع الآخر، والذي كانت مستوياته كما يلي:

جدول رقم (3) مقياس دوافع تفاعل واستخدام وسائل الإعلام الرقمية من قبل الشباب المصري في اكتساب معلومات عن ثقافة التسامح وقبول الآخر

المقياس	ك	%	الوزن النسبي
دوافع مرتفعة	410	82	77
دوافع متوسطة	90	18	
الإجمالي	500	100	

يكشف الجدول السابق عن أن نسبة 82% من عينة الدراسة يرتفع تفاعل واستخدام الشباب المصري لوسائل الإعلام الرقمية لاكتساب معلومات عن ثقافة التسامح وقبول الآخر في مقابل نسبة 18% لديهم دوافع متوسطة، وهو ما يدل على أهمية وسائل الإعلام الرقمية التي تقدم معلومات عن القضايا المجتمعية، وتأثيرها فيه، خاصة أن هذه المواقع تتيح التفاعل من قبل القائمين على نشر معلومات عن التسامح مع الجمهور مما يترتب عليه الانتفاع في تجويد الحياة اليومية والانتفاع المعلوماتي والتواصل الاجتماعي في حياة الشباب المصري، لذا جاء الوزن النسبي لإجابات عينة الدراسة على عبارات المقياس مرتفعاً بقيمة (77) درجة.

المحور الثاني: وعى عينة الدراسة بمفهوم التسامح والحوار مع الآخر:

أولاً: تأثير متابعة منشورات التسامح والحوار مع الآخر عبر مواقع التواصل الاجتماعي على علاقة الشباب الجامعي مع المجتمع المحيط بهم:

أكدت نسبة 3% من الشباب الجامعي على أن متابعة منشورات التسامح والحوار مع الآخر عبر مواقع التواصل الاجتماعي ليس لها تأثير في حين أن باقي عينة الدراسة بنسبة 97% أكدت على أن هناك تأثيرات متنوعة حدثت لهم نتيجة متابعتها، وتمثلت فيما يلي:

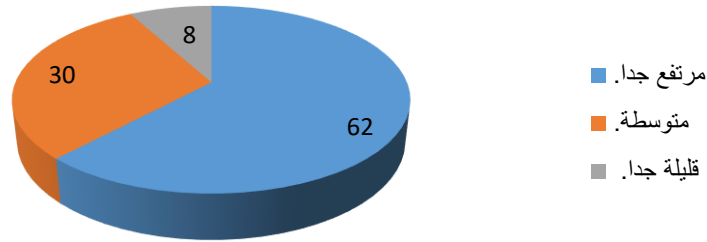
جدول رقم (4) تأثير متابعة منشورات التسامح والحوار مع الآخر عبر مواقع التواصل الاجتماعي على علاقة الشباب الجامعي مع المجتمع المحيط بهم

التأثير	ك	%
اكتساب مهارة التواصل الإيجابي مع الآخرين	280	29.4
القدرة على التعبير عن الرأي بدون خوف وتردد	220	23.1
عدم التقييد المكاني والزمني أثناء تصفح صفحات التسامح والحوار مع الآخر عبر مواقع التواصل الاجتماعي	152	16
أدركت الفرق بين الخصوصية والمشاركة مع الآخرين	120	12.6
ساعدتني على تقبل الاختلاف في الرأي بكل هدوء	101	10.6
زيادة حجم المعارف والاصدقاء بكل اختلافاتهم عني	80	8.4
مجموع الإجابات	953	100

تنوعت المهارات التي يتم اكتسابها من التفاعل مع صفحات التسامح والحوار مع الآخر عبر مواقع التواصل الاجتماعي حيث جاء في المقدمة تعزيز التفاعل الإيجابي مع الآخرين ورفع مهارات التواصل السليمة، بنسبة 29.4% من إجمالي التأثيرات، وهو ما يتفق مع ما توصلت له دراسة (إيمان عاشور سيد، 2019) (58) بأن دافع التواصل مع الآخرين ثم الحصول على الأخبار ثم التسلية والترفيه في مقدمة دوافع استخدام وسائل الإعلام الجديد، كما كشفت كل من دراسة (عبد الله أحمد مصطفى، 2021) (59) ودراسة (ياسر عبد الله طبت، 2021) (60) عن أن وسائل الإعلام حسب اهتمام الشباب المصري كانت التواصل الاجتماعي في الصدارة، وكانت وسائل التواصل الاجتماعي، هي الوسيلة التي نالت اهتمام الطلاب دون غيرها من وسائل الإعلام الأخرى والتي يمكن بها توعية الطلاب بوثيقة الأخوة الإنسانية، كما أنها في نفس الوقت يتوفر فيها عنصر التفاعلية والتغذية الراجعة.

وفي المرتبة الثانية جاء " القدرة على التعبير عن الرأي بدون خوف وتردد " بنسبة 23.1%، كما مكنت هذه المواقع عينة الدراسة من كسر حاجز الزمان والمكان أثناء تصفحهم للمنشورات المتعلقة بالتسامح بنسبة 16%، ثم إدراك عينة الدراسة الفرق بين الخصوصية والمشاركة مع الآخرين بنسبة 12.6%، ثم مساعدة هذه الصفحات لعينة الدراسة على تقبل الاختلاف في الرأي بكل هدوء بنسبة 10.6%، وأخيراً زيادة حجم المعارف والأصدقاء بكل اختلافاتهم بنسبة 8.4%.

ثانياً: تقييم إدراك عينة الدراسة لمستوى معلوماتهم عن التسامح والحوار مع الآخر:



شكل رقم (1)

تقييم إدراك عينة الدراسة لمستوى معلوماتهم عن التسامح والحوار مع الآخر يكشف الشكل السابق عن أن نسبة 62% من الشباب المصري كان تقييم مستوى معلوماتهم عن التسامح والحوار مع الآخر بمستوى مرتفع جداً في مقابل نسبة 30% من عينة الدراسة التي تقييم مستوى المعلومات بمستوى متوسط يليه نسبة 8% من عينة الدراسة التي تقييم

مستوى معلوماتهم بمستوى منخفض، وتدل هذه النتيجة على أن هناك اهتمام الشباب المصري بالحصول على المعلومات المتعلقة بالتسامح والحوار مع الآخر، وقد عرف فورم-عالم نفس- الشخصية المتسامحة بأنها شخصية اجتماعية تنسم بالقدرة على التعاون مع الفئات المختلفة مع اختلاف الخلفيات الثقافية لهم وكذلك تقبل الاختلاف والانفتاح على الفئات الاجتماعية والثقافية بشتي أنواعها حيث أن رغبة الأفراد في تشكيل علاقات اجتماعية سوية في التعايش السلمي مع الآخرين مما ينعكس على صحته العقلية إيجابياً. (61)

أما عن العبارات التي تم إعدادها لقياس مفهوم إدراك الشباب لصفحات التسامح عبر مواقع التواصل الاجتماعي فكانت إجاباتهم عليها كما يوضحها الشكل التالي:

جدول رقم (5) تقييم إدراك الشباب المصري لمفهوم التسامح والحوار مع الآخر

مفهوم التسامح	ك	%
تعد من المبادئ الإنسانية الأساسية لاستقرار الشعوب وانسجامها	271	12.9
احترام فكرة اختلاف الثقافات والعقائد وقيم الآخرين وقبولها	248	11.8
الإيمان بقبول أخطاء الآخرين إلى جانب أخطائنا وتعديلها	207	9.9
الشعور بالتأخي والتقارب مع الآخرين حتى لو مختلفين	198	9.4
الابتعاد عما يفسد ونام الأفراد في الجماعات ويؤدي للصراع	184	8.7
القدرة على العفو عن الناس، وعدم رد الإساءة بالإساءة	158	7.5
التخلي عن فكرة الانتقام والتفكير بالأمور الإيجابية	146	6.9
الإيمان بأن جميع الأفراد متساوين في الحقوق وعليهم واجبات	132	6.2
التسامح الحق في بداية هو مسامحة النفس	124	5.6
احترام رأي الأقلية وعدم تهميشهم وتعزيز تواجدهم	116	5.5
تنظيم الجماعات المختلفة بالمجتمع ومساواتهم أمام القانون	107	5
يساعد التسامح على الالتئام الجروح النفسية.	89	4.2
احترام من يخالف في الرأي دون التعدي عليه	73	3.5
حرية التعبير عن الرأي والفكر والمعتقد	61	2.9
مجموع الإجابات	2114	100

يتضح من إجابات عينة الدراسة أن المفهوم الأعلى والأكثر انتشاراً بين عينة الدراسة هو أن التسامح مفهوم عالمي وإنساني يبدأ من دائرة الفرد لينتقل للجماعات ثم ليمتد للدولة فكافة شعوب العالم، حيث أن التسامح بتعمل على استقرار الشعوب وانسجامها بنسبة 12.9%، ثم احترام فكرة اختلاف الثقافات والعقائد وقيم الآخرين وقبولها بنسبة 11.8%، ثم الإيمان بقبول أخطاء الآخرين إلى جانب أخطائنا وتعديلها بنسبة 9.9%.

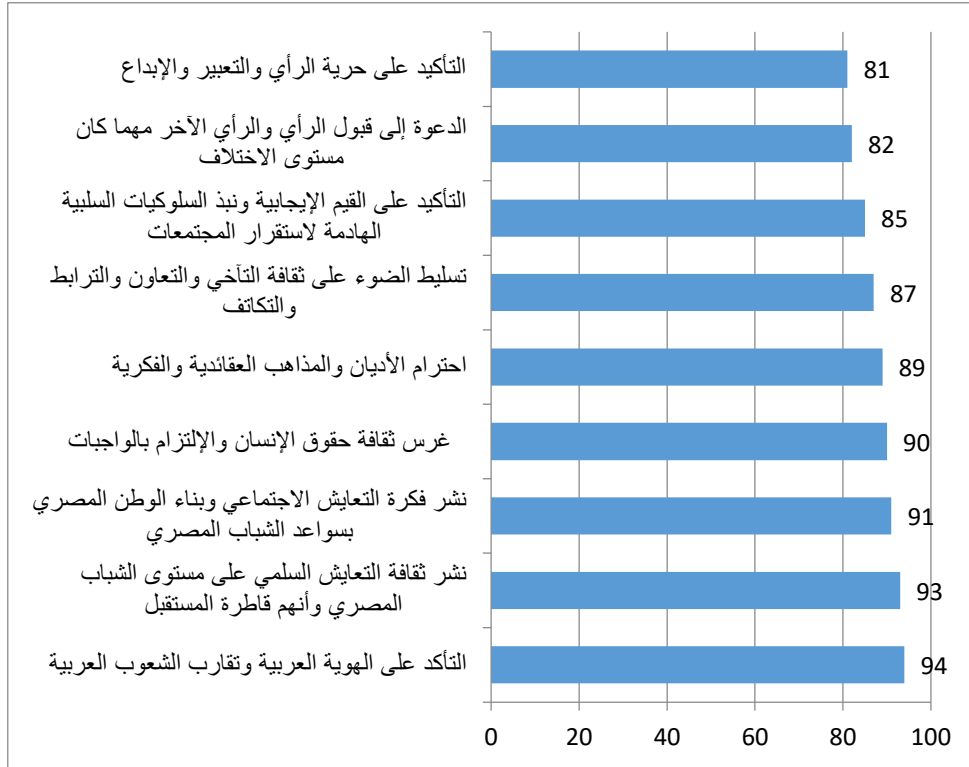
ثم جاءت مجموعة من العبارات التي توضح ارتباط التسامح بالقيم الإنسانية والأخلاقيات، حيث أكدت نسبة 9.4%، ثم الابتعاد عما يفسد ونام الأفراد في الجماعات ويؤدي للصراع لدى نسبة 8.7%، ثم القدرة على العفو عن الناس، وعدم رد الإساءة بالإساءة بنسبة 7.5%، ثم التخلي عن فكرة الانتقام والتفكير بالأمور الإيجابية بنسبة 6.9%، وتتقارب هذه النتيجة

مع ما توصلت له دراسة (هالة فوزي عبد الفتاح، 2020) (62) بأن التسامح يُعد أحد ركائز القيم الأخلاقية الأساسية لأجل مواجهة المجتمع المصري السلوكيات السلبية الدخيلة عليه والتي يمكن أن يفرزها التعامل مع مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك إلى جانب قيم (الصدق، المسؤولية، الأمانة، الوفاء، اجتناب سوء الظن)، كما أشارت دراسة (عونيا عطا، 2019) (63) أن هناك أثراً كبيراً لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي على تغيير القيم الاجتماعية لدى الطلبة، كما أظهرت النتائج أثراً إيجابياً كبيراً على تغيير القيم (حيث بلغ المتوسط 3.80)، كما أظهرت النتائج وجود أثر سلبي بدرجة متوسطة (حيث بلغ المتوسط 3.07).

وتلا ذلك تقييم عينة الدراسة بارتباط التسامح بحقوق وواجبات الأفراد والجماعات، بأن جاء نسبة 6.2% من عينة الدراسة تؤكد على الإيمان بأن جميع الأفراد متساوين في الحقوق وعليهم واجبات، ثم الإشارة لأن التسامح الحق في البداية هو مسامحة النفس بنسبة 5.6%، ثم احترام رأي الأقلية وعدم تهمةهم وتعزيز تواجدهم بنسبة 5.5%، ثم تنظيم الجماعات المختلفة بالمجتمع ومساواتهم أمام القانون بنسبة 5%، وهو ما يمكن تفسيره بأن أهم حقوق المواطن وفقاً لعقد المواطنة هو الحق في الحماية والأمن، والحق في حرية الاعتقاد، والحق في التعبير عن الآراء والمعتقدات، والحصول على الجنسية، والحق في المشاركة السياسية والحياة العامة للوطن، إضافة إلى الحقوق الاقتصادية والاجتماعية، كالحق في العمل والسكن والرعاية الصحية، وأن المواطنة الرقمية ظهرت مع التوسع في استخدام التواصل الرقمي، وأنه لا بُدَّ من عقد يحفظ حقوق المواطن الرقمي والوطن، مع الإشارة إلى عدد من المهارات الواجب توافرها في المواطن الرقمي، مثل: بناء هوية صحية، والقدرة على الحماية السيبرانية وحماية الخصوصية، لذا انتهت الدراسة إلى أن الخطاب الإعلامي والديني يؤديان دوراً مهماً في نشر ثقافة التعامل الأمثل مع المجتمع العالمي الرقمي؛ للوصول إلى صيغة تحفظ للمواطن حقوقه، وللأوطان المحلية خصوصيتها وحقوقها أيضاً .

ثم جاء في رأي نسبة 4.2% من عينة الدراسة ان التسامح يساعد على الالتئام الجروح النفسية، حيث جاء في عدد من الدراسات الأجنبية على أن التسامح الحقيقي تُستبدل الانفعالات السلبية بأخرى إيجابية إزاء المُسيء (64)، في حين أن التسامح السطحي يتم التعبير عنه سلوكياً استجابة للضغوط الثقافية والسياسية ومجارة للأعراف الاجتماعية (65)، ومن هنا فإن هناك عدد من المتغيرات التي تنبأ بالتسامح الحقيقي مع الآخر، كأن يعترف المُسيء بخطئه تجاه المُساء إليه، واعتذاره، عما بدر منه، وندمه الصادق بحق فعلته تجاه الآخر الذي أساء في حقه. (66)

وأخيرًا جاء تأكيد على أن التسامح هو قبول الاختلاف، حيث جاء نسبة 3.5% من عينة الدراسة التي تؤكد على احترام من يخالف في الرأي دون التعدي عليه، ثم نسبة 2.9% من عينة الدراسة التي تؤكد على أن التسامح هو حرية التعبير عن الرأي والفكر والمعتقد. ثالثًا: الموضوعات التي تنشرها مواقع التواصل الاجتماعي ومتعلقة بنشر ثقافة التسامح:



شكل رقم (2) الموضوعات التي تنشرها مواقع التواصل الاجتماعي ومتعلقة بنشر ثقافة التسامح

يكشف الشكل السابق عن تنوع أفكار الموضوعات المتعلقة بثقافة التسامح والمنشورة عبر صفحات مواقع التواصل الاجتماعي، والتي يمكن تقسيمها لثلاث فئات رئيسية بعضهم يتعلق بتعزيز فكرة التسامح الشعوب العربية والوطن العربي، والتسامح وعلاقته بالقيم الإيجابية، والتسامح وعلاقته باحترام الحقوق والواجبات.

فقد جاء في الصدارة التأكيد على ارتباط مفهوم التسامح بالهوية الوطنية وثقافة السلام الاجتماعي والتعايش السلمي بين أفراد المجتمع والشعوب العربية بوزن 94 درجة، تلاه في المرتبة الثانية أن هذه المنشورات تساعد على نشر ثقافة التعايش السلمي على مستوى الشباب المصري وأنهم قاطرة المستقبل بوزن 93 درجة، ثم أن المنشورات تعمل على نشر

فكرة التعايش الاجتماعي وبناء الوطن المصري بسواعد الشباب المصري بوزن 91 درجة، ثم تساعد على غرس ثقافة حقوق الإنسان والالتزام بالواجبات بوزن 90 درجة، ثم تساعد على احترام الأديان والمذاهب العقائدية والفكرية بوزن 89 درجة. وجاء بعد تعزيز التسامح العالمي رؤية عينة الدراسة أن هناك علاقة بين التسامح ونشر القيم الإيجابية، ونيز الأفكار السلبية، لذا رأت عينة الدراسة أن المنشورات تسلط الضوء على ثقافة التآخي والتعاون والترابط والتكاتف بوزن 87 درجة، ثم أن المنشورات تؤكد على القيم الإيجابية ونيز السلوكيات السلبية الهادمة لاستقرار المجتمعات بوزن 85 درجة، ثم أن المنشورات تدعو لقبول الرأي والرأي الآخر مهما كان مستوى الاختلاف بوزن 82 درجة، ثم تأكيد المنشورات على حرية الرأي والتعبير بوزن 81 درجة.

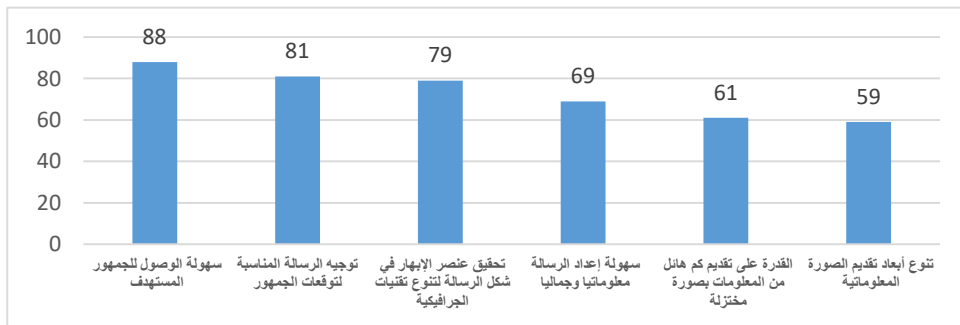
ويمكننا أن نستخلص مما سبق مقياس تعزيز مفهوم ثقافة التسامح، ويتضح من الجدول التالي:

جدول رقم (6) مقياس تعزيز مفهوم ثقافة التسامح لدى عينة الدراسة

المقياس	ك	%	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي
مرتفع	371	74.2	3.91	0.30	92
متوسط	125	25			
منخفض	4	0.8			
الإجمالي	500	100			

يكشف الجدول السابق أن نسبة 74.2% من الشباب الجامعي ترى أن منشورات مواقع التواصل الاجتماعي المرتبطة بالتسامح تعمل على تعزيز ثقافة التسامح بشكل كبير ومرتفع في مقابل نسبة 25% من عينة الدراسة ترى أن هذه المنشورات تعزز ثقافة التسامح بشكل متوسط وجاء نسبة 0.8% من عينة الدراسة لديها رأي منخفض في تعزيزها لثقافة التسامح، وبلغ المتوسط الحسابي لمقياس تعزيز التسامح "3.91" وانحراف معياري 0.30، وكان الوزن النسبي لمقياس تعزيز التسامح مرتفعاً "92" مما يدل على ارتفاع قدرة منشورات مواقع التواصل الاجتماعي على تعزيز التسامح.

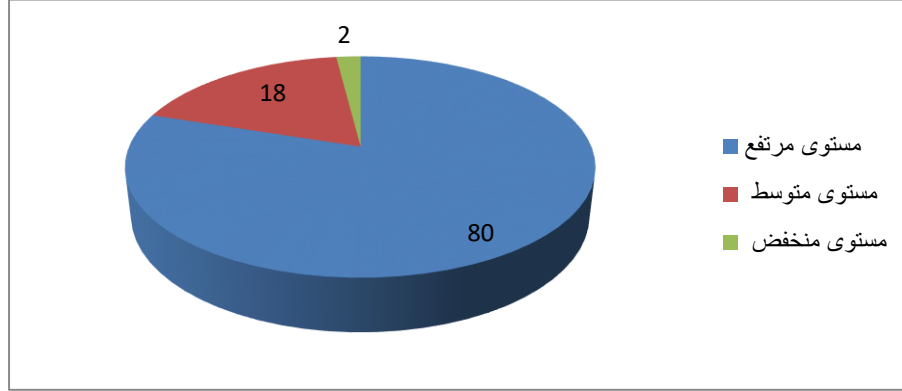
رابعاً: تقييم عينة الدراسة لمصادقية المنشورات المتعلقة بالتسامح عبر مواقع التواصل الاجتماعي:



شكل رقم (3) تقييم عينة الدراسة لمصادقية المنشورات المتعلقة بالتسامح عبر مواقع التواصل الاجتماعي

يكشف الشكل السابق عن تنوع تقييم الشباب المصري لمصادقية المنشورات المتعلقة بالتسامح والحوار مع الآخر عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وتصدرها فعاليتها في سهولة الوصول للجمهور المستهدف بوزن 88 درجة، تلاه توجيه الرسالة المناسبة وفقاً لتوقعات الجمهور بوزن 81 درجة، ثم في الترتيب الثالث تحقيق عنصر الإبهار في شكل الرسالة لتنوع التقنيات الجرافيكية المستخدمة بوزن 79 درجة، حيث كشفت دراسة (الشيء صفة محمد محمد طه، 2019) (67) عن تميز التغطية الإعلامية لمواقع التواصل الاجتماعي بعنصر الصورة، حيث استخدام أساليب المعالجة الفنية للصورة الرقمية "تقنية الفوتومونتاج، والقطع والاختزال وتنويع زوايا الالتقاط" مما يحقق الثراء المعرفي، وكفاءة تمثيل الصور الساخرة مما لها من تأثير إيجابي على خلق تصورات الأحداث وتوقعها بشكل كبير، كما توصلت دراسة (أيمن محمد إبراهيم بريك، 2021) (68) إلى أن صفحة اللجنة العليا للأخوة الإنسانية جاءت في المرتبة الأولى وذلك بنسبة 54.8، يليها صفحة الأزهر الشريف بنسبة 35.5%، وأخيراً صفحة الفاتيكان بنسبة 9.7%، كما تنوعت آلية التناول بين مباشر وغير مباشر، وتركزت أهداف الإنفوجراف على التوعية، يليها التوجيه، ثم الدعوة للمشاركة، فالإخبار، والتفسير والتحليل، كما جاء الإنفوجراف الثابت على رأس أنواع الإنفوجراف المستخدم، يليه المتحرك، وأخيراً التفاعلي، وتمثلت أبرز أشكال الإنفوجراف على الأشكال الهندسية والصور والرسوم والشخصيات والتسلسل الزمني والمقارنات. وفي الترتيب الرابع جاء تحقيق سهولة إعداد الرسالة معلوماتياً وجمالياً بوزن 69 درجة، ثم في الترتيب الخامس تحقيق القدرة على تقديم كم هائل من المعلومات بصورة مختزلة بوزن 61 درجة، تلاه تنوع أبعاد تقديم الصورة المعلوماتية بوزن 59 درجة. وقد أشارت دراسة (أسماء عشري، 2021) (69) إلى أن موقع الفيسبوك مصادقية وثقة عند الجمهور، خاصة فئة الشباب، وذلك بسبب كثافة تعرضهم واعتمادهم بشكل كبير على ذلك الموقع كمنصة إعلامية توعوية، حيث يتميز بثقة الجمهور بشكل عام والشباب بشكل خاص، ولما يوفره من مساحة حرية للنشر تفتقدها الوسائل التقليدية كالصحف والتلفزيون، كما أن صفحات التوعية ضد الأفكار المتطرفة تمتلك الوعي الكامل بخطورة انتشار تلك الأفكار وطبيعتها الخبيثة وما يمكن أن تسببه من أضرار جوهريّة في المجتمع. يمكن تفسير ذلك بأن: أن نسبة كبيرة من الشباب المصري عينة الدراسة يثون بالمعلومات التي تنشرها مواقع التواصل الاجتماعي وأن الصور والفيديوجرافات يتمتع بمصادقية نظراً لإضفاء المؤثرات والتقنيات على الصور، مما يجعلها ذات مصادقية لديهم.

ويستخلص مما سبق مقياساً عاماً لمصادقية الرسائل المتعلقة بالتسامح والمنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، والذي كانت مستوياته كما يلي:



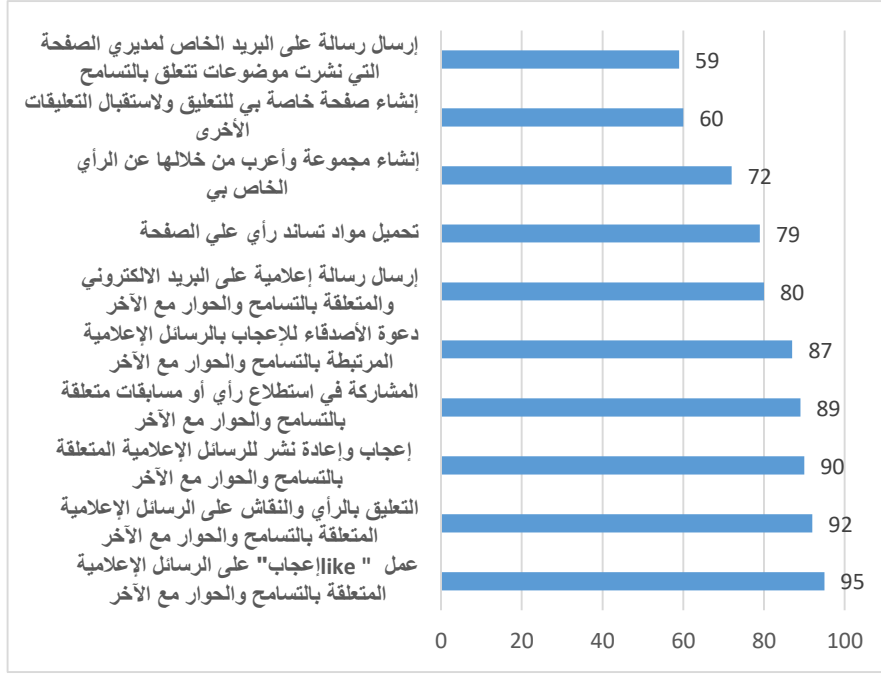
شكل رقم (4) مقياس مستوى مصادقية المنشورات المتعلقة بالتسامح عبر مواقع التواصل الاجتماعي يكشف الشكل السابق عن أن نسبة 80% من عينة الدراسة تقيم مستوى مصادقية المنشورات المتعلقة بالتسامح عبر مواقع التواصل الاجتماعي بمستوى مرتفع في مقابل نسبة 18% من عينة الدراسة التي تقيم مستوى المصادقية بمستوى متوسط وأخيراً جاء نسبة 2% من عينة الدراسة التي تقيم مستوى المصادقية بالمنخفض.

خامساً: أشكال تفاعل الشباب المصري مع المنشورات المتعلقة بالتسامح عبر مواقع التواصل الاجتماعي: تم إعداد مقياساً عاماً لتقييم مستوى تفاعل الشباب المصري مع المنشورات المتعلقة بالتسامح والحوار مع الآخر عبر مواقع التواصل الاجتماعي، والذي كانت مستوياته كما يلي:

جدول رقم (7) مقياس عام لتقييم مستوى تفاعل الشباب المصري مع المنشورات المتعلقة بالتسامح والحوار مع الآخر عبر مواقع التواصل الاجتماعي

المقياس	ك	%	الوزن النسبي
تقييم مرتفع	405	81	82
تقييم متوسط	95	19	
الإجمالي	500	100	

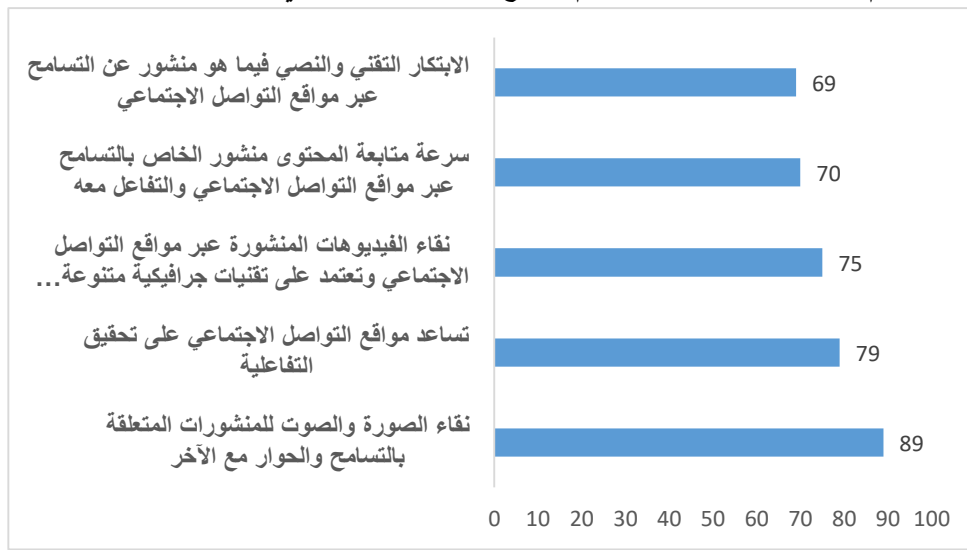
يكشف الجدول السابق عن أن نسبة 81% من عينة الدراسة يرتفع تفاعلها مع المنشورات المتعلقة بالتسامح عبر مواقع التواصل الاجتماعي في مقابل نسبة 19% من العينة يتوسط لديهم هذا التفاعل، لذا جاء الوزن النسبي لإجابات عينة الدراسة على عبارات المقياس مرتفعاً بقيمة (82) درجة، أما عن العبارات التي إعدادها لقياس هذا التفاعل فكانت إجاباتهم عليها كما يوضحه الشكل التالي:



شكل رقم (5) أشكال تفاعل الشباب المصري مع المنشورات المتعلقة بالتسامح عبر مواقع التواصل الاجتماعي يكشف الشكل السابق عن تنوع أشكال تفاعل الشباب المصري مع المنشورات المتعلقة بالتسامح عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وإن جاء في المقدمة المتابعة فقط بعمل like "إعجاب" على الرسائل الإعلامية المتعلقة بالتسامح والحوار مع الآخر بوزن 95 درجة، ثم التعليق بالرأي والنقاش على الرسائل الإعلامية المتعلقة بالتسامح والحوار مع الآخر بوزن 92 درجة، ثم القيام بعمل إعجاب وإعادة نشر للرسائل الإعلامية المتعلقة بالتسامح والحوار مع الآخر بوزن 90 درجة، ثم المشاركة في استطلاع رأي أو مسابقات المتعلقة بالتسامح والحوار مع الآخر بوزن 89 درجة، ثم دعوة الأصدقاء للإعجاب بالرسائل الإعلامية المتعلقة بالتسامح والحوار مع الآخر بوزن 87 درجة، وهي النتائج التي تتفق مع ما توصلت له دراسة (وفاء محمد إبراهيم، 2020) (70) أن مواقع التواصل الاجتماعي يزداد انجذابهم لها لما تتيحه هذه المواقع من وسائل تفاعلية تزامنية وغير تزامنية متعددة.

وجاء في المراتب الأخيرة، إرسال رسالة إعلامية على البريد الإلكتروني والمتعلقة بالتسامح والحوار مع الآخر بوزن 80 درجة، تلاه تحميل مواد تتعلق بالتسامح تساند الرأي الخاص بالعينة بوزن 79 درجة، ثم إنشاء مجموعة وتوضيح الرأي من خلالها عن التسامح بوزن 72 درجة، ثم إنشاء صفحات خاصة بعينة الدراسة للتعليق ولإستقبال التعليقات

الأخرى بوزن 60 درجة، وأخيراً إرسال رسالة على البريد الخاص لمديري الصفحة التي نشرت موضوعات تتعلق بالتسامح بوزن 59 درجة. يفسر ذلك بأن: عينة الدراسة من الشباب تفضل الإكتفاء باللايك وهو يتفق مع دوافع تعاملهم مع مواقع التواصل والانعزالية الناتجة عن الانغماس في متابعتها. **المحور الثالث:** تقييم عينة الدراسة لقبول خصائص مواقع التواصل الاجتماعي التقنية والتكنولوجية في متابعة منشورات التسامح والحوار مع الآخر. **أولاً: تقييم المنفعة المتوقعة لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي:**

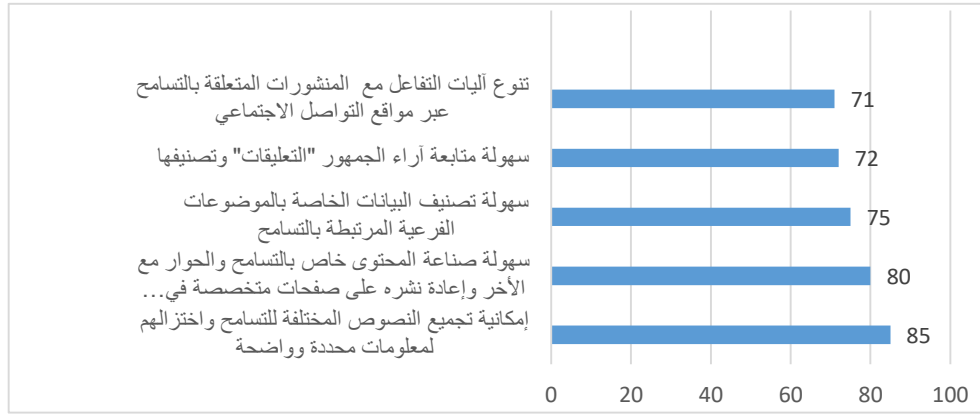


شكل رقم (6) تقييم المنفعة المتوقعة لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي

يكشف الشكل السابق عن عدد المنافع التي ذكرها المتفاعلين مع منشورات التسامح والحوار مع الآخر عبر مواقع التواصل الاجتماعي، في المقدمة جاء نقاء الصورة والصوت للمنشورات المتعلقة بالتسامح والحوار مع الآخر بوزن 89 درجة، تلاه تساعد خصائص مواقع التواصل الاجتماعي على تحقيق التفاعلية بوزن 79 درجة، ثم نقاء الفيديوهات المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتعتمد على تقنيات جرافيكية متنوعة تمكن من سلاسة المتابعة للمحتوى المنشور عن التسامح بوزن 75 درجة، ثم سرعة متابعة المحتوى المنشور والخاص بالتسامح عبر مواقع التواصل الاجتماعي والتفاعل معه بوزن 70 درجة، وأخيراً الابتكار التقني والنصي فيما هو منشور عن التسامح عبر مواقع التواصل الاجتماعي بوزن 69 درجة.

وقد أثبتت دراسة (راللا أحمد محمد عبد الوهاب منصور، 2021) (71) إن مواقع التواصل الاجتماعي تتيح التفاعلية والتشاركية والتعبير عن الرأي من خلالها لذا يزداد عبرها الشعور بالإحساس بالهوية والانتماء وقبول الآخر، كما أثبتت دراسة (ميرفت السيد أحمد سليمان، 2021) (72) أهمية دور وسائل التواصل الاجتماعي- من خلال المؤثرين- في القضاء على الفتنة الطائفية ونشر التسامح والإخاء الإنساني، وأثبتت أن تأثير المؤثر من الجمهور العادي (المؤثرين الصغار، أو المؤثر الجزئي) قد يفوق تأثير المؤثرين من المشاهير لعدة أسباب، وأنه من المفيد استغلال مزايا المؤثرين الصغار، والاعتماد عليهم من طرف القيادة السياسية في نشر الوعي ودعم الدولة.

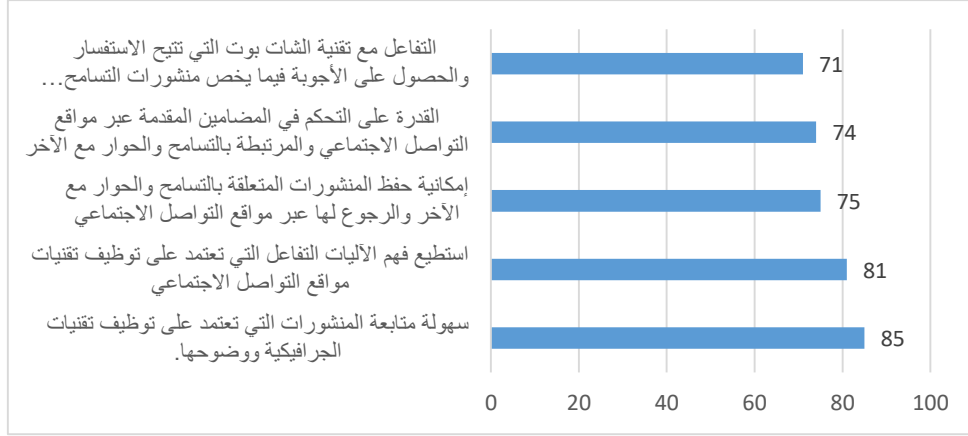
ثانياً: إدراك عينة الدراسة لسهولة الاستخدام لخصائص مواقع التواصل الاجتماعي:



شكل رقم (7) إدراك عينة الدراسة لسهولة استخدام لخصائص مواقع التواصل الاجتماعي

يكشف الشكل السابق عن مظاهر إدراك عينة الدراسة لسهولة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، في المقدمة جاء إمكانية تجميع النصوص المختلفة للتسامح واختزالهم لمعلومات محددة وواضحة بوزن 85 درجة، تلاه سهولة صناعة المحتوى خاص بالتسامح والحوار مع الآخر وإعادة نشره على صفحات متخصصة في ذلك عبر مواقع التواصل الاجتماعي بوزن 80 درجة، ثم سهولة تصنيف البيانات الخاصة بالموضوعات الفرعية المرتبطة بالتسامح والحوار مع الآخر بوزن 75 درجة، ثم سهولة متابعة آراء الجمهور "التعليقات" وتصنيفها بوزن 72 درجة، وأخيراً تنوع آلية التفاعل مع المنشورات المتعلقة بالتسامح عبر مواقع التواصل الاجتماعي بوزن 71 درجة.

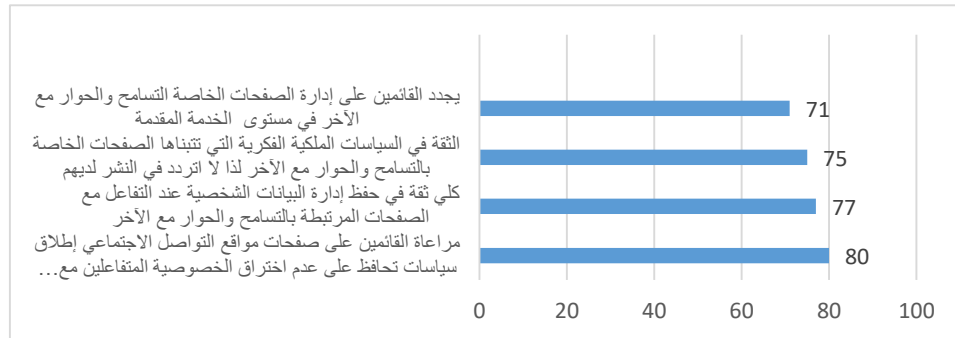
ثالثاً: مهارات استخدام عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي:



شكل رقم (8) مهارات استخدام عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي

يكشف الشكل السابق عن تنوع مهارات استخدام عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي، في المقدمة جاء سهولة متابعة المنشورات المتعلقة بالتسامح والحوار مع الآخر والتي تعتمد على توظيف تقنيات جرافيكية ووضوحها بوزن 85 درجة، تلاه استطاعة الشباب الجامعي فهم الآليات التفاعل التي تعتمد على توظيف تقنيات مواقع التواصل الاجتماعي بوزن 81 درجة، ثم إمكانية حفظ المنشورات المتعلقة بالتسامح والحوار مع الآخر والرجوع لها عبر مواقع التواصل الاجتماعي بوزن 75 درجة، ثم القدرة على التحكم في المضامين المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي والمرتبطة بالتسامح والحوار مع الآخر بوزن 74 درجة، وأخيراً التفاعل مع تقنية الشات بوت التي تتيح الاستفسار والحصول على الأجوبة فيما يخص منشورات التسامح والحوار مع الآخر بوزن 71 درجة.

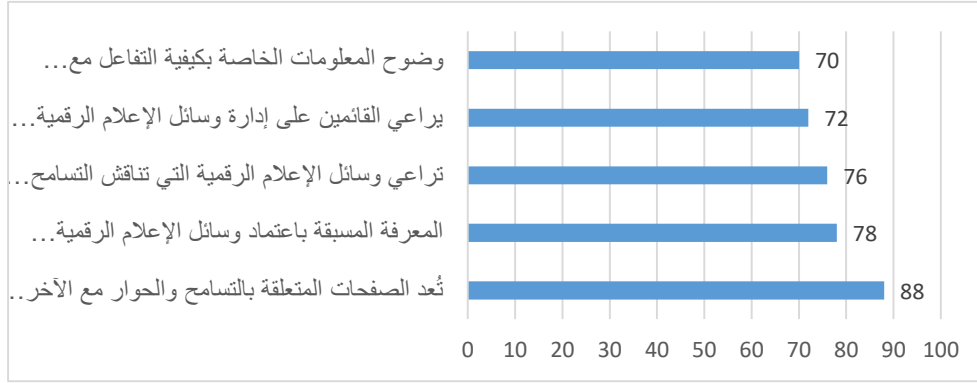
رابعاً: المخاطر المتوقعة لاستخدام التواصل الاجتماعي:



شكل رقم (9) المخاطر المتوقعة لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي

يكشف الشكل السابق عن مظاهر المخاطر المتوقعة لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي، في المقدمة جاء مراعاة القائمين على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي إطلاق سياسات تحافظ على عدم اختراق الخصوصية المتفاعلين مع هذه الصفحات بوزن 80 درجة، تلاه ثقة في حفظ إدارة البيانات الشخصية عند التفاعل مع الصفحات المرتبطة بالتسامح والحوار مع الآخر بوزن 77 درجة، ثم الثقة في السياسات الملكية الفكرية التي تتبناها الصفحات الخاصة بالتسامح والحوار مع الآخر لذا لا اتردد في النشر لديهم بوزن 75 درجة، وأخيرًا يجدد القائمين على إدارة الصفحات الخاصة بالتسامح والحوار مع الآخر في مستوى الخدمة المقدمة بوزن 71 درجة، والجدير بالذكر أن القائمين على وسائل الإعلام الرقمية يؤكدون في منشوراتهم أهمية مراعاة حقوق المتفاعل مع الصفحة كمستخدم وحفظ بياناته.

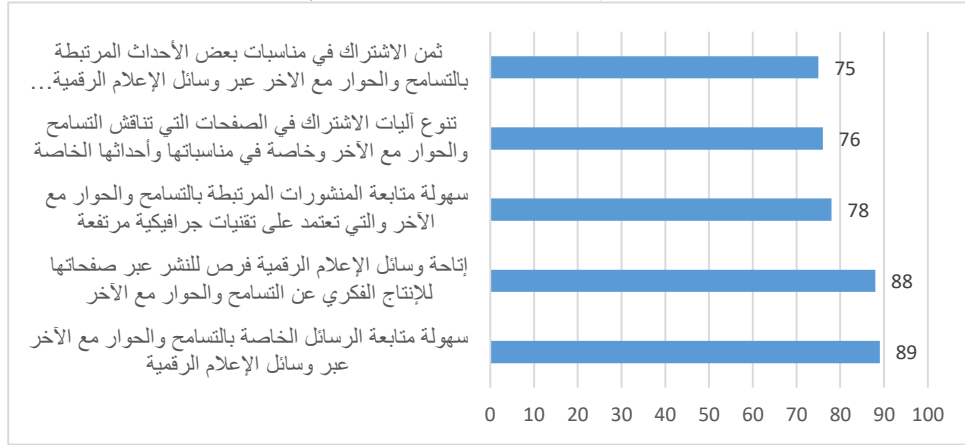
خامسًا: الثقة في استخدام مميزات مواقع التواصل الاجتماعي:



شكل رقم (10) الثقة في استخدام مميزات مواقع التواصل الاجتماعي

يكشف الشكل السابق عن مظاهر الثقة في استخدام مميزات مواقع التواصل الاجتماعي، في المقدمة جاء تعد الصفحات المتعلقة بالتسامح والحوار مع الآخر عبر مواقع التواصل الاجتماعي مريحة في أسلوب تقديم منشوراتها بوزن 88 درجة، تلاه المعرفة المسبقة باعتماد وسائل الإعلام الرقمية على التقنيات الجرافيكية في تحقيق الجودة للمحتوى بوزن 78 درجة، وفي الترتيب الثالث جاء مراعاة وسائل الإعلام الرقمية التي تناقش التسامح عوامل المصادقية في جذب الجمهور بوزن 76 درجة، ثم مراعاة القائمين على إدارة وسائل الإعلام الرقمية التفاعل بشكل جدي مع الجمهور الذي يتابع منشورات التسامح بوزن 72 درجة، وأخيرًا وضوح المعلومات الخاصة بكيفية التفاعل مع منشورات التسامح عبر مواقع التواصل الاجتماعي بوزن 70 درجة.

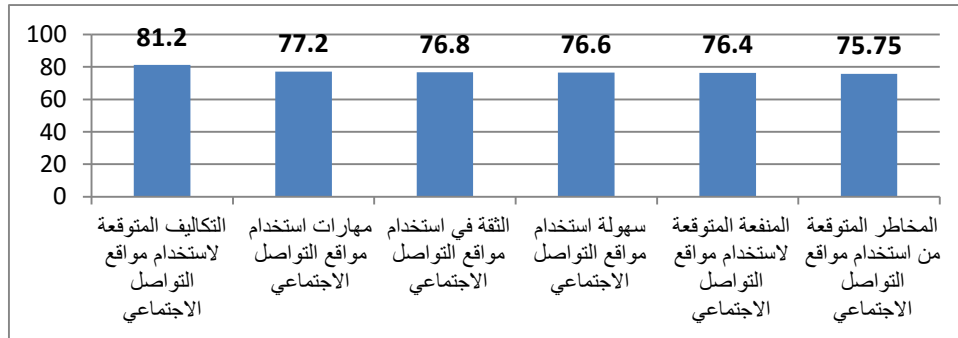
سادساً: التكاليف المتوقعة لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي:



شكل رقم (11) التكاليف المتوقعة لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي

يكشف الشكل السابق عن أنماط التكاليف المتوقعة لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي، في المقدمة جاء سهولة متابعة الرسائل الخاصة بالتسامح والحوار مع الآخر عبر وسائل الإعلام الرقمية بوزن 89 درجة، تلاه إتاحة وسائل التواصل الاجتماعي فرص للنشر عبر صفحاتها للإنتاج الفكري المتعلق بالتسامح والحوار مع الآخر بوزن 88 درجة، ثم سهولة متابعة المنشورات المرتبطة بالتسامح والحوار مع الآخر والتي تعتمد على تقنيات جرافيكية مرتفعة بوزن 78 درجة، ثم تنوع آليات الاشتراك في الصفحات التي تناقش التسامح والحوار مع الآخر وخاصة في مناسباتها وأحداثها الخاصة بوزن 76 درجة، وأخيراً ثمن الاشتراك في مناسبات بعض الأحداث المرتبطة بالتسامح والحوار مع الآخر عبر وسائل التواصل الاجتماعي مناسب بوزن 75 درجة.

وبشكل عام يمكن ترتيب المقاييس الفرعية المكونة لقبول تكنولوجيا مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة المنشورات المتعلقة بالتسامح والحوار مع الآخر، على النحو التالي:



شكل رقم (12) ترتيب المقاييس الفرعية المكونة لقبول ميزات وخصائص مواقع التواصل الاجتماعي

يكشف الشكل السابق عن أن تصدر مقياس التكاليف المتوقعة لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي من بين المقياس الرئيسي لقبول التكنولوجيا وذلك بوزن 81.2 درجة، تلاه المقياس الفرعي المرتبط بإدراك المهارات بوزن 77.2 درجة، وفي الترتيب الثالث جاء تأثير الثقة لدى عينة الدراسة بوزن 76.8 درجة، ثم سهولة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بوزن 76.6 درجة، وفي الترتيب الخامس جاء إدراك المنفعة المتوقعة من استخدام هذه المواقع بوزن 76.4 درجة، وأخيراً جاء مقياس إدراك المخاطر المتوقعة من استخدام هذه المواقع بوزن 75.75 درجة، ويستخلص من المقاييس الفرعية التي تقيس قبول تكنولوجيا وخصائص مواقع التواصل الاجتماعي التي لها أثرها في تعاملها مع القضايا المجتمعية لدى عينة الدراسة، مقياساً عاماً لقبول عينة الدراسة لتكنولوجيا مواقع التواصل الاجتماعي، حيث جاء نسبة 82% من عينة الدراسة لديها قبول مرتفع لتوظيف مواقع التواصل الاجتماعي في التفاعل مع منشورات التسامح والحوار مع الآخر في مقابل نسبة 18% من عينة الدراسة لديها قبول متوسط، وكان إجمالي وزن مقياس قبول تكنولوجيا مواقع التواصل الاجتماعي (77.3) درجة.

الجزء الثاني: نتائج التحقق من صحة فروض الدراسة:

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين تعرض وقبول عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي ومستوى التفاعل مع منشورات التسامح والحوار مع الآخر.

جدول رقم (8) قبول عينة الدراسة لتقنيات وخصائص مواقع التواصل الاجتماعي ومستوى التفاعل مع منشورات التسامح والحوار مع الآخر

المتغير التابع	R2 معامل التحديد	قيمة F	SIG معنوية النموذج	المتغير المستقل	B معامل الانحدار	SIG معنوية المتغير
مستوى التفاعل مع منشورات التسامح	0.061	6.992	0.003	الثابت (Constant)	45.401	0.000
				قبول التكنولوجيا	0.023	0.003

يتضح من الجدول السابق وجود أثر ذي دلالة إحصائية لقبول عينة الدراسة لتقنيات وخصائص مواقع التواصل الاجتماعي على ارتفاع مستوى التفاعل مع منشورات التسامح وقبول الآخر، وبلغ معامل التحديد (R2 = 0.061)، وهذا يعني أن المتغير المستقل (قبول التكنولوجيا) يفسر حوالي (6.1) % من التغيرات التي تحدث على التفاعل مع المنشورات المتعلقة بالتسامح، ويؤكد على معنوية هذا التأثير أن قيمة P- Value أقل من 0.05، وبلغت قيمتها (0.003)، وكانت قيمة ف (6.992)، وكانت معادلة الانحدار الخطي البسيط:

$$Y = 45.401 + (0.023) * X$$

وهو ما يعني أنه كلما ارتفع (قبول التكنولوجيا) لتقنيات وخصائص مواقع التواصل وفقا لرأي عينة الدراسة بدرجة واحدة يؤدي ذلك إلى رفع مستوى مستوى التفاعل مع المنشورات المتعلقة بثقافة التسامح وقبول الآخر بمقدار (B=0.023)، وباستخدام تحليل الارتباط بيرسون تبين وجود علاقة طردية متوسطة القوة بين كلا المتغيرين حيث كانت قيمة معامل الارتباط (0.499) وذلك عند مستوى معنوية (0.005)، وهو ما يعني أن عينة الدراسة ترى أنه كلما ارتفع قبول التكنولوجيا مواقع التواصل الاجتماعي كلما أدى ذلك لزيادة التفاعل مع المنشورات المتعلقة بالتسامح وقبول الآخر.

ويمكن تفسير النتيجة السابقة بأن قبول التكنولوجيا المرتبطة بالاستفادة من ميزات مواقع التواصل الاجتماعي سواء كيفية استخدامها أو سهولتها أو الثقة فيها أو إدراك منافعها ومخاطرها وغيره يساعد في تعزيز أو تفضيل الشباب المصري التفاعل مع المنشورات المرتبطة بثقافة التسامح وقبول الآخر وهو الأمر الذي يمكن أن يساعد في توظيف هذه الوسيلة الرقمية الهامة في مناقشة القضايا المجتمعية وتنوير المجتمع بها، خاصة في ظل أن هذه المواقع تتميز بسهولة استخدامها وتقديمها الرسائل الإعلامية بشكل أكثر وضوحًا، فضلاً عن أنها ترتفع بمعدلات الأمان في استخدامها.

وباستخدام تحليل الانحدار المتعدد لمقارنة أي من المتغيرات المستقلة المتمثلة في مقاييس الفرعية لقبول التكنولوجيا الخاصة بمواقع التواصل الاجتماعي الأكثر تأثيرًا في رفع مستوى التفاعل مع منشورات مواقع التواصل الاجتماعي المرتبطة بالتسامح وقبول الآخر، فكانت النتائج كما يلي:

جدول رقم (9) - نتائج تحليل الانحدار المتعدد باستخدام طريقة Stepwise بين المتغيرات المستقلة ومستوى التفاعل مع منشورات مواقع التواصل الاجتماعي المرتبطة بالتسامح وقبول الآخر

SIG معنوية المتغير	B معامل الانحدار	β (بيتا) Standard Coefficients	المتغيرات المستقلة	SIG معنوية النموذج	قيمة F	R ² معامل التحديد	المتغير التابع
0.000	65.905	-	الثابت (Constant)	0.002	8.927	0.059	التفاعل
0.006	0.080	0.148	المنفعة المدركة				
0.003	0.069	0.132	سهولة الاستخدام				
0.004	0.098	0.232	الثقة في الوسيلة				

تبين وجود أثر ذي دلالة إحصائية للمتغيرات * (المنفعة المدركة، سهولة الاستخدام، الثقة) على ارتفاع مستوى التفاعل مع منشورات مواقع التواصل الاجتماعي المرتبطة بثقافة التسامح وقبول الآخر، وبلغ معامل التحديد (R² = 0.059)، وهذا يعني أن النموذج يفسر

* معادلة النموذج: $y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3$

حوالي 5.9% من التغييرات التي تحدث في التفاعل مع منشورات مواقع التواصل الاجتماعي المتعلقة بثقافة التسامح وقبول الآخر، ويؤكد على معنوية هذا التأثير أن قيمة P- Value أقل من 0.05، وبلغت قيمتها (0.002)، وكانت قيمة ف (8.927)، وكانت معادلة النموذج:

$$Y = 65.905 + (0.085) * \text{المنفعة} + (0.078) * \text{التكاليف المتوقعة} + (0.098) * \text{الثقة}$$

ويكشف النموذج عن النقاط التالية:

- 1- كلما زاد حجم المنفعة المدركة من استخدام ومتابعة منشورات مواقع التواصل الاجتماعي المتعلقة بثقافة التسامح وقبول الآخر بدرجة واحدة يؤدي ذلك إلى زيادة التفاعل مع منشورات مواقع التواصل الاجتماعي المرتبطة بثقافة التسامح وقبول الآخر بمقدار (B=.080)، وباستخدام تحليل الارتباط بيرسون تبين وجود علاقة متوسطة القوة بين كلا المتغيرين حيث كانت قيمة معامل الارتباط (0.549) وذلك عند مستوى معنوية (0.000).
- 2- كلما زاد إدراك سهولة الاستخدام بدرجة واحدة يؤدي ذلك زيادة التفاعل مع منشورات مواقع التواصل الاجتماعي المرتبطة بثقافة التسامح وقبول الآخر بمقدار (B=.069)، وباستخدام تحليل الارتباط بيرسون تبين وجود علاقة طردية متوسطة القوة بين كلا المتغيرين حيث كانت قيمة معامل الارتباط (0.554) وذلك عند مستوى معنوية (0.003).
- 3- كلما زاد الثقة في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بدرجة واحدة يؤدي ذلك زيادة التفاعل مع منشورات مواقع التواصل الاجتماعي المرتبطة بثقافة التسامح وقبول الآخر بمقدار (B=.098)، وباستخدام تحليل الارتباط بيرسون تبين وجود علاقة طردية متوسطة القوة بين كلا المتغيرين حيث كانت قيمة معامل الارتباط (0.454) وذلك عند مستوى معنوية (0.004).
- 4- ويكشف النموذج أن متغير "الثقة في الوسيلة" يرتفع تأثيره عن متغير "المنفعة المتوقعة من الاستخدام" ثم متغير "سهولة الاستخدام"، حيث بلغت قيمة β للأول (0.232) وللثاني (0.148) ثم (0.132).
- 5- واستبعد النموذج وجود تأثير للمتغيرات (مهارات الاستخدام، والمخاطر المتوقعة من الاستخدام، والتكاليف المتوقعة من الاستخدام) على زيادة التفاعل مع منشورات مواقع التواصل الاجتماعي المرتبطة بثقافة التسامح وقبول الآخر، وذلك عند مستوى معنوية (0.753) و(0.584) و(0.514) على التوالي للمتغيرات.

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين قبول عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي وإدراكهم للتسامح والحوار مع الآخر

جدول رقم (10) تأثير قبول عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي وإدراكهم للتسامح والحوار مع الآخر

SIG معنوية المتغير	B معامل الانحدار	المتغير المستقل	SIG معنوية النموذج	قيمة F	R2 معامل التحديد	المتغير التابع
0.000	61.052	الثابت (Constant)	0.000	6.876	0.154	إدراك عينة الدراسة للتسامح والحوار مع الآخر
0.000	0.199	قبول التكنولوجيا				

ينتضح من الجدول السابق وجود أثر ذي دلالة إحصائية لقبول عينة الدراسة التفاعل مع الخصائص التكنولوجية لمواقع التواصل الاجتماعي على تشكيل إدراك عينة الدراسة لمفهوم التسامح والحوار مع الآخر، وبلغ معامل التحديد ($R^2 = 0.154$)، وهذا يعني أن المتغير المستقل (دوافع قبول خصائص مواقع التواصل الاجتماعي) يفسر حوالي (15.4%) من التغييرات التي تحدث على تشكيل إدراك عينة الدراسة لمفهوم التسامح، ويؤكد على معنوية هذا التأثير أن قيمة P- Value أقل من 0.05، وبلغت قيمتها (0.000)، وكانت قيمة ف (6.876)، وكانت معادلة الانحدار الخطي البسيط:

$$Y = 61.052 + (0.199) * X$$

إدراك عينة الدراسة لمفهوم التسامح وهو ما يعني أنه كلما ارتفع (دوافع قبول) مواقع التواصل الاجتماعي وفقا لرأي عينة الدراسة بدرجة واحدة يؤدي ذلك إلى رفع مستوى إدراك عينة الدراسة لمفهوم التسامح والحوار مع الآخر بمقدار ($B=0.199$)، وباستخدام تحليل الارتباط بيرسون تبين وجود علاقة طردية متوسطة القوة بين كلا المتغيرين حيث كانت قيمة معامل الارتباط (0.428) وذلك عند مستوى معنوية (00.00)، وهو ما يعني أن عينة الدراسة ترى أنه كلما ارتفع قبول دوافع قبول تكنولوجيا مواقع التواصل الاجتماعي كلما أدى ذلك لزيادة إدراك لمفهوم التسامح والحوار مع الآخر، ويمكن تفسير النتيجة السابقة بأن قبول التكنولوجيا المرتبطة باستخدام تقنيات مواقع التواصل الاجتماعي سواء كيفية استخدامها أو سهولتها أو الثقة فيها أو إدراك منافعها ومخاطرها وغيره يساعد في ارتفاع مستوى إدراك مفهوم التسامح والحوار مع الآخر من كافة الرؤى والتحليلات.

الفرض الثالث: توجد علاقة إرتباطية ذات دلالة إحصائية بين قبول عينة الدراسة لخصائص مواقع التواصل الاجتماعي ومستوى التفاعل مع الرسائل الإعلامية عبر هذه التقنية.
جدول رقم (11) تأثير قبول عينة الدراسة لخصائص مواقع التواصل الاجتماعي على مستوى تفاعل الشباب المصري مع الرسائل المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

المتغير التابع	R2 معامل التحديد	قيمة F	SIG معنوية النموذج	المتغير المستقل	B معامل الانحدار	SIG معنوية المتغير
التفاعل مع الرسائل الإعلامية	0.053	7.663	0.005	الثابت (Constant)	59.884	0.000
				قبول التكنولوجيا	0.204	0.005

يتضح من الجدول السابق وجود أثر ذي دلالة إحصائية لقبول عينة الدراسة لخصائص مواقع التواصل الاجتماعي على مستوى تفاعل الشباب المصري مع الرسائل الإعلامية المنشورة عن التسامح عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ويؤكد على معنوية هذا التأثير أن قيمة P- Value أقل من 0.05، وهذا يعني أن المتغير المستقل (قبول التكنولوجيا) يفسر حوالي (5.3)% من التغييرات التي تحدث على مستوى تفاعل الشباب المصري مع الرسائل المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ويؤكد على معنوية هذا التأثير أن قيمة P- Value أقل من 0.05، وبلغت قيمتها (0.005)، وكانت قيمة ف (7.663)، وكانت معادلة الانحدار الخطي البسيط:

$$Y = 59.884 + (0.204) * X$$

التفاعل مع المنشورات عبر مواقع التواصل الاجتماعي * (0.204) + 59.884 = Y وهو ما يعني أنه كلما ارتفع (قبول التكنولوجيا) لتقنيات مواقع التواصل الاجتماعي وفقا لرأي عينة الدراسة بدرجة واحدة يؤدي ذلك إلى رفع مستوى تفاعل الشباب المصري مع الرسائل الإعلامية المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي بمقدار (B=0.204)، وباستخدام تحليل الارتباط بيرسون تبين وجود علاقة طردية متوسطة القوة بين كلا المتغيرين حيث كانت قيمة معامل الارتباط (0.438) وذلك عند مستوى معنوية (0.005)، وهو ما يعني أن عينة الدراسة ترى أنه كلما ارتفع قبول التكنولوجيا لتقنيات مواقع التواصل الاجتماعي كلما أدى ذلك لزيادة تفاعلها مع الرسائل المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ويمكن تفسير النتيجة السابقة بأن قبول التكنولوجيا المرتبطة باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي سواء كيفية استخدامها أو سهولتها أو الثقة فيها أو إدراك منافعها ومخاطرها وغيره يساعد في ارتفاع مستوى قبول الرسائل المنشورة عبر هذه المواقع والمستفيدة من تقنياتها وذلك لوضوحها وسهولة متابعتها.

خاتمة الدراسة وتوصياتها:

- أثبتت النتائج ارتفاع معدل إستخدام الشباب المصري لمواقع التواصل الاجتماعي، حيث جاء (بشكل منتظم) في المرتبة الأولى.
- أشارت النتائج إلى حصول موقع الفيسبوك على المرتبة الأولى من حيث حرص الشباب على متابعته، تلاه واتس آب، ثم انستجرام وتليجرام.
- تبين أن التفاعلية والحوار مع الآخر من أكثر سمات مواقع التواصل الاجتماعي تقديراً من قبل عينة الدراسة.
- تبين أن اكتساب مهارة التواصل الإيجابي مع الآخرين والقدرة على التعبير عن الرأي بدون خوف أو تردد كانت من أهم تأثيرات متابعة منشورات التسامح والحوار مع الآخر عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- أوضحت الدراسة فيما يتعلق بتقييم إدراك الشباب لمفهوم التسامح والحوار مع الآخر نجد في المرتبة الأولى (تقدمت المبادئ الإنسانية الأساسية لإستقرار الشعوب)، ثم (ردد إحترام إختلاف الثقافات والعقائد) ثم (الشعور بالتأخي والتقارب مع الآخرين حتى لو مختلفين).
- تبين إرتفاع تحقق الدوافع الطقوسية عن الدوافع النفعية من إستخدام مواقع التواصل الاجتماعي الخاصة بمنشورات التسامح.
- تنوعت المهارات التي يتم إكتسابها من التفاعل مع منشورات التسامح والحوار مع الآخر عبر مواقع التواصل الاجتماعي حيث جاء في المقدمة تعزيز التفاعل الإيجابي مع الآخرين ورفع مهارات التواصل السليمة.
- تبين من الموضوعات التي تنشرها مواقع التواصل الاجتماعي المتعلقة بنشر ثقافة التسامح فقد جاء في الصدارة التأكيد على إرتباط مفهوم التسامح بالهوية الوطنية وثقافة التعايش السلمي بين أفراد المجتمع، ستراه المنشورات التي تعمل على نشر فكرة بناء الوطن بسواعد الشباب.
- كشفت الدراسة عن أن مواقع التواصل الاجتماعي تعمل على تعزيز ثقافة التسامح بشكل كبير، تلاه بشكل متوسط.
- تبين أن نسبة كبيرة من الشباب المصري يثقون بالمعلومات التي تنشرها مواقع التواصل الاجتماعي نظراً للتكنولوجيا والتقنيات المستخدمة خاصة فيما يتعلق بالمؤثرات والانفوجراف والفيديوجراف.
- كشفت الدراسة عن تنوع أشكال تفاعل الشباب مع المنشورات المتعلقة بالتسامح عبر مواقع التواصل الاجتماعي وإن جاء في المقدمة (المتابعة فقط يعمل Like إعجاب)، ثم التعليق بالرأي والنقاش، ثم إعادة النشر، ثم المشاركة في إستطلاع رأي أو مسابقات،

- وجاء في المراتب الأخيرة إرسال رسالة عن التسامح على البريد الإلكتروني، ثم إنشاء مجموعة لعرض الآراء.
- جاء في مقدمة خصائص مواقع التواصل قبولاً لدى الشباب هي نقاء الصورة والصوت والتقنيات الجرافيكية المتنوعة التي تزيد من سلاسة متابعة المحتوى الخاص بالتسامح.
 - كشف التحليل الإحصائي عن وجود أثر ذي دلالة إحصائية للمتغيرات (المنفعة المدركة، سهولة الاستخدام، الثقة) على ارتفاع مستوى التفاعل مع منشورات مواقع التواصل الاجتماعي المرتبطة بثقافة التسامح والحوار مع الآخر.
 - كشف التحليل الإحصائي عن وجود أثر ذي دلالة إحصائية لقبول عينة الدراسة للخصائص التكنولوجية لمواقع التواصل الاجتماعي على إدراك عينة الدراسة لمفهوم التسامح وقبول الآخر، وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من المقترحات على النحو التالي:
- 1- ضرورة تعزيز الأنشطة والبرامج التدريبية المدرسية والجامعية التي تعزز من الوعي بمفهوم التسامح لدى الجمهور المصري من كافة المراحل العمرية، وخاصة الشباب لأنهم يمثلون أساس بناء المستقبل.
 - 2- إعداد دراسات تحليلية للنصوص والمحتوى الإعلامي الذي يعتمد على تقنيات الذكاء الاصطناعي والواقع المعزز والافتراضي والمنشور عبر مواقع التواصل الاجتماعي بالسلوكيات الاجتماعية الإيجابية.
 - 3- إعداد دراسات ميدانية وإستغلال تقنيات مواقع التواصل الاجتماعي وتوظيفها لتعزيز السلوكيات الإيجابية بالمجتمع.

المراجع:

1. إعلان مبدأ التسامح (جامعة منيسوتا)، متاح على الرابط التالي <http://www1.umn.edu/humanrts> ، وكذلك ينظر: عمار على حسن. اللاتسامح السوس الذي نخر عظام الحضارات والأديان والفلسفات، www.aljazeera.com.
2. تحية محمد أحمد، مظلوم مصطفى على رمضان: الاستمتاع بالحياة في علاقته ببعض متغيرات الشخصية الإيجابية: دراسة في علم النفس الإيجابي. بحث منشور. كلية التربية جامعة بنها. 2013، ص 22.
3. محمد بن صوشة: الاعتراف وإشكالية التسامح الوطني. مجلة الحكمة للدراسات الفلسفية. الجزائر. مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع. 2018. ص ص 109-110
4. مجدي محمد عبد الجواد عبد الفتاح الداغر: دور وسائل الإعلام في نشر ثقافة الحوار وتعزيز التعايش مع الآخر لدى الشباب الجامعي: دراسة ميدانية. مجلة كلية الآداب. جامعة المنصورة. العدد 51. 2013. ص 6.
5. عماد محمد رضا التميمي. إيمان محمد رضا التميمي: تعزيز ثقافة الحوار وآثارها التربوية والاجتماعية: رؤية إسلامية. دراسات. علوم الشريعة والقانون. المجلد 41. العدد 1. 2014. ص 68.
6. محمد عبد المولى عطية: تعرض طلاب الجامعات للشائعات على مواقع وعلاقته بالانتماء الوطني لديهم دراسة ميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة المنصورة: كلية الآداب، قسم الإعلام) 2021.
7. فتحي محمد شمس الدين: شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها في تنمية المسؤولية المجتمعية لدى الشباب، دراسة شبه تجريبية، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، العدد (21) يناير - يونيو 2021.
8. نورة أحمد يوسف محمد: استخدام الشباب الإماراتي لمواقع التواصل الاجتماعي في المجال التطوعي: دراسة ميدانية، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، العدد (32) يناير - مارس 2021.
9. عيسى نور الدين، حامدي ياسين: أثر مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية لدى الشباب الجزائري: دراسة في ضوء الحتمية القيمية في الإعلام مجلة الدراسات الإعلامية، المراكز الديمقراطية العربية، برلين - ألمانيا، العدد 11، مايو 2020.
10. Zhonggen Sun, Xin Cheng, Ruilial Zhang, and Bingging yang: Factors unfluencing Rumor Re spreading in public health middle - agedand elderly populaftions international journal of Environmental research and public health article, published 3 september 2020.
11. Arkiatz Zubiage: Detecting and resolution of rumors in social media: A survey ACM computer survyes, Vol 51, No.2, 2019.
12. أحمد حسن علي: دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو قضايا العنف الأسري (رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة المنصورة، كلية الآداب، قسم الإعلام)، 2018.

13. محمد عمر سالم: اتجاهات الشباب الليبي نحو دور شبكات التواصل الاجتماعي في بناء العلاقات الاجتماعية، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة المنصورة، كلية الآداب، قسم الإعلام)، 2018.
14. Taeyoung Lee: Perceived influence of Fake News and its consequences, M.A Thesis, Indiana University, 2018.
15. دعاء حامد الغوابي: تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي على تعزيز ثقافة الاختلاف السياسي لدى الشباب المصري. بحث منشور في المؤتمر العلمي الخامس بعنوان دور الإعلام والفن في بناء الوعي والارتقاء بالذوق العام. كلية الإعلام. الجامعة الحديثة. ديسمبر 2021.
16. فاطمة رضا محفوظ: شبكات التواصل الاجتماعي وانعكاساتها على منظومة القيم لدى طلاب كلية التربية-جامعة بني سويف. رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة بني سويف: كلية التربية. قسم أصول التربية. 2021).
17. Viktoria I. Tarmaeva ,Valentin S. Narchuk: OLERANCE/INTOLERANCE ON SOCIAL MEDIA PAGES DEDICATED TO MIXED MARTIAL ARTS. 10th International Conference "Word, Utterance, Text: Cognitive, Pragmatic and Cultural Aspects. The European Proceedings of Social and Behavioral Sciences. 2020.
18. داليا نجاح محمود: أدوار التربية في تنمية ثقافة التسامح بوصفه مدخلا للسلم الاجتماعي بين التلاميذ في مرحلة التعليم الأساسي. رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة سوهاج: كلية التربية. قسم أصول التربية. 2019).
19. Antar Venus; Andrio Pratama; Dadang Sugiana; Firdaus Noor: Rhetoric Analysis Tolerance and Intolerance Posts in Social Media, International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding. Volume 6, Special Issue 2. 2019.
20. Anna Morozova , Anastasia Arsentyeva: Post mass media in the modern informational society "Journalistic text in a new technological environment: achievements and problems". The European Proceedings of Social and Behavioral Sciences. 2019.
21. نزار عامر حسين: دور الإعلام الديني في تعزيز قيم التسامح والإعتدال، مجلة الأنبار للعلوم الإعلامية، العدد 37 - 2018.
22. ناصر سعود محمد خطاب: الكراهية في شبكة الفيسبوك في الأردن، دراسة صحية، رسالة ماجستير غير منشورة، (الأردن، جامعة الشرق الأوسط: كلية الإعلام - قسم الصحافة والإعلام، 2018).

23. Chamil Rathnayake, Jenifer Sunrise Winter: "Examining the link between social media uses and gratifications, and political tolerance and dogmatism." Special Issue on The Platform Society. Policy & Internet, vol 9, no (4), 2017.
24. أحمد فاروق رضوان: استراتيجيات توظيف الإعلام في مواجهة العنف والتعصب ونشر ثقافة التسامح، المجلة العربية كبحوث الإعلام والاتصال، جامعة الأهرام الكندية، العدد 12 - يناير / يونيو 2016.
25. الرئيس السيسي يوجه دعوة لنشر ثقافة السلام وإعلاء قيم التسامح والتعايش السلمي. الهيئة العامة للاستعلامات. جمهورية مصر العربية. 4 فبراير 2021. متاح على الرابط الإلكتروني التالي:
<https://www.sis.gov.eg/Story/215750/%D8%A7%D9%84%D8%B1%D8%A6%D9%8A%D8%B3-%D8%A7%D9%84%D8%B3%D9%8A%D8%B3%D9%8A-%D9%8A%D9%88%D8%AC%D9%87-%D8%AF%D8%B9%D9%88%D8%A9-%D9%84%D9%86%D8%B4%D8%B1-%D8%AB%D9%82%D8%A7%D9%81%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%B3%D9%84%D8%A7%D9%85-%D9%88%D8%A5%D8%B9%D9%84%D8%A7%D8%A1-%D9%82%D9%8A%D9%85-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B3%D8%A7%D9%85%D8%AD-%D9%88%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B9%D8%A7%D9%8A%D8%B4-%D8%A7%D9%84%D8%B3%D9%84%D9%85%D9%8A?lang=ar>
26. Davis, Fred D, & Bagozzi, Richard, P. & Warshaw, Paul R., (1989): "User Acceptance Of Computer Technology: A Comparison Of Two Theoretical Models" Management Science, vol. 35, No.8, August, USA, P.983).
27. Rochdi, Keffala Mohamed: Barriers to the Adoption and the Usage of Internet Banking by Tunisian Consumers (June 7, 2009). Available at SSRN: <http://ssrn.com/abstract=1415847>
28. محمد عبد الحميد (2000): "البحث العلمي في الدراسات الإعلامية" (القاهرة: عالم الكتاب)، ص 153.
29. شيماء ذو الفقار (2009): مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية) ص ص 109-110.
30. فرج الكامل: بحوث الإعلام والرأي العام تصميمها، وإجرائها، وتحليلها، ط1 (القاهرة: دار النشر للجامعات، 2001)، ص 134.

31. د. أبو بكر حبيب الصالحي: أستاذ الصحافة وتكنولوجيا الاتصال وكيل كلية الإعلام جامعه النهضه
د. وائل إسماعيل عبد الباري: أستاذ الإعلام كلية البنات للآداب والعلوم والتربية، جامعة عين شمس
د. أميرة سيد أحمد: أستاذ الصحافة المساعد جامعة دمياط
- د. نوال عسكر النقبي: استاذ مساعد كلية الاتصال - اذاعة وتلفزيون - جامعة الشارقة
د. سمر عبدالحليم جمال الدين: استاذ مساعد العلاقات العامة بقسم الإعلام - كلية الآداب - جامعة أسوان.
32. أحمد مسلم: التواصل الاجتماعي: الطرق والأساليب (الأردن: دار المعترز، ط1، 2015)، ص 19.
33. نخبة من أساتذة علم الاجتماع: المرجع في العلوم الاجتماعية (الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية، ص 306.
34. سمير خليل وآخرون: التسامح بين الشق والغرب، (مصر: دار الساقى، ط2، 2016) ص 24.
35. عاطف عباس: أضواء على التسامح والتعصب، (بيروت: دار الفكر اللبناني، ط 1، 2003) ص 27.
36. عامر شليبي حسن حسين: دور المواقع الالكترونية في توعية المراهقين بقضايا التنمية البشرية. رسالة دكتوراه
غير منشورة. (جامعة عين شمس: كلية الدراسات العليا للطفولة. قسم الإعلام وثقافة الأطفال. 2019).
37. هبة صلاح سيد سيد: دور الإعلام الجديد في تشكيل الوعي بالقضايا الاجتماعية لدى الشباب الجامعي: دراسة
ميدانية. رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة عين شمس: كلية الآداب. قسم علم الاجتماع. 2019).
38. سامي السعيد النجار: اتجاهات الشباب نحو دور الشبكات الاجتماعية في ثورة 25 يناير، دراسة ميدانية
على عينة من مستخدمي موقع الفيسبوك، مجلة كلية الآداب، جامعة الزقازيق، العدد 26 يناير 2018.
39. جيهان أشرف إبراهيم محمد: تعرض طلاب الجامعات المصرية للشائعات والأخبار الزائفة عبر مواقع
التواصل الاجتماعي وتأثيرها عليهم: دراسة ميدانية. رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة المنوفية: كلية
الآداب. قسم الإعلام. 2020)
40. جيهان أشرف إبراهيم محمد: تعرض طلاب الجامعات المصرية للشائعات والأخبار الزائفة عبر مواقع
التواصل الاجتماعي وتأثيرها عليهم، مرجع سابق.
41. Matthew Pittman et.al.: Social media and loneliness: Why an Instagram picture
may be worth more than a thousand Twitter words, Computers in Human
Behavior, 2016.
42. بسمة على يحيى: الممارسات التفاعلية للإعلام الجديد وعلاقتها بسلوكيات الشباب المصري. رسالة
ماجستير غير منشورة. (جامعة المنصورة: كلية الآداب. قسم الإعلام. 2017).
43. شيماء محمد حامد علي: الاتصال التفاعلي عبر الهواتف الذكية: دراسة لعينة من جمهور المستخدمين.
رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة عين شمس: كلية البنات للآداب والعلوم والتربية. قسم الاجتماع.
شعبة الإعلام. 2018)

44. مروى عبد اللطيف محمد عبد العزيز: استخدام المراهقين المكفوفين وضعاف البصر لبرامج وتطبيقات تكنولوجيا الاتصال وعلاقته بالتمكين الثقافي لديهم- دراسة تطبيقية على عينة من مستخدمي الإنترنت. مجلة البحوث الإعلامية. جامعة الأزهر. كلية الإعلام. المجلد رقم 55. الجزء السادس. 2020.
45. صبري خالد صبري: شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في تعزيز قيم المواطنة لدى الشباب السيناوي: دراسة ميدانية. مجلة البحوث الإعلامية. كلية الإعلام. جامعة الأزهر. المجلد 57. العدد 2. إبريل 2021.
46. إيناس منصور كامل شرف: اعتماد طلاب أقسام الإعلام التربوي على صحافة الهاتف المحمول كمصدر للأخبار (دراسة ميدانية). مجلة البحوث الإعلامية. جامعة الأزهر. كلية الإعلام. المجلد رقم 56. الجزء الثالث. 2021.
47. Ali Erarslan: Instagram as an Education Platform for EFL Learners, TOJET: The Turkish Online Journal of Educational Technology, July 2019..
48. راشد صلاح الدين راشد: دور صحافة الموبايل في تشكيل اتجاهات الجمهور المصري نحو الأحداث الجارية "دراسة ميدانية". مجلة البحوث الإعلامية. جامعة الأزهر. كلية الإعلام. المجلد رقم 56. الجزء الثالث. 2021.
49. السيد لطفي حسن: العلاقة بين مستوى المواطنة الرقمية لدى الشباب الجامعي وإدراكهم للأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي. مجلة البحوث الإعلامية. كلية الإعلام. جامعة الأزهر. المجلد 57. العدد 2. إبريل 2021.
50. هبة صلاح سيد سيد: دور الإعلام الجديد في تشكيل الوعي بالقضايا الاجتماعية لدى الشباب الجامعي: دراسة ميدانية. رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة عين شمس: كلية الآداب، قسم علم الاجتماع، 2019).
51. نهى السيد عبد المعطي: اتجاهات النخبة المصرية نحو تأثير الإعلام الجديد على القرار السياسي في مصر. رسالة دكتوراه غير منشورة. (جامعة المنصورة: كلية الآداب. قسم الإعلام. 2017).
52. حسن عماد مكاي: نظريات الإعلام. ط2 (القاهرة: الدار العربية للنشر والتوزيع، 2012). ص 163.
53. عيسى يونس درويش: اعتماد الشباب الجامعي السوري على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن الأحداث الجارية في المنطقة العربية: دراسة ميدانية. رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة المنصورة: كلية الآداب. قسم الإعلام. 2020)
54. Zia Anjum1 & Martin Michele2: Transnational Television and Pakistani Diaspora in Canada: "Uses and Gratification" Approach, International Journal of Research (IJR), Vol-1, Issue-6, July 2014. P 18.

- 55.Chun-Hsiung Liao¹, Meng-Yang Tsai,: TECHNOLOGY DEPENDENCE: MOTIVES AND PREVENTION FACTORS, 4th INTERNATIONAL CONFERENCE ON MANAGEMENT, 2014.
- 56.Vincent F. Filak , Sender-receiver, receiver-sender: A uses-and-gratifications study of student journalists' use of social media, College Media Review Research Annual, Vol 51, 2014.
57. Zia Anjum¹ & Martin Michele²: Transnational Television and Pakistani Diaspora in Canada: "Uses and Gratification" Approach, International Journal of Research (IJR), Vol-1, Issue-6, July 2014. P 18.
- 58.إيمان عاشور سيد: تصور مقترح لتعزيز دور وسائل الإعلام الجديد في مواجهة الاغتراب الاجتماعي لدى طلاب الجامعة في ضوء رؤية 2030. المجلة التربوية لكلية التربية بسوهاج. العدد 68. كلية التربية. جامعة سوهاج. ديسمبر 2019.
59. عبد الله أحمد مصطفى: دور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية وعي الشباب المصري بوثيقة الأخوة الإنسانية: دراسة تطبيقية. مجلة البحوث الإعلامية. المجلد 57. العدد 2. إبريل 2021.
60. ياسر عبد الله طبت: استخدام منصات التواصل الاجتماعي في تحقيق الأخوة الإنسانية والتعايش السلمي: التجربة الكينية. مجلة البحوث الإعلامية. كلية الإعلام. جامعة الأزهر. المجلد 57. العدد 2. إبريل 2021.
61. Formm, E.: The Sane Society. Routledge & Kegan Paul. UK. 2008. P 98
62. هالة فوزي عبد الفتاح العصامي: منظومة القيم الخلقية الإسلامية البعد الغائب في مواقع التواصل الاجتماعي نموذجًا. المجلة التربوية. كلية التربية. جامعة سوهاج. العدد 74. يونيو 2020.
63. عونبا عطا: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثره على القيم الاجتماعية لدى طلبة جامعة عمان الأهلية. المجلة التربوية لكلية التربية بسوهاج. كلية التربية. جامعة سوهاج. العدد 66. أكتوبر 2019.
64. Enright, R. Coyle, C.: Researching the Process Model of Forgiveness within Psychological Interventions, In Worthington E., 1998. P 147
65. Teneboim. T.: Forgiveness In The Israelian- Palestinan Conflict,. Unpublished Doctoral Dissertation, Boston University, Graduate School of Arts and Science. 2009. P5
66. Rainey, C.: Are Individual Forgiveness Interventions for Adult More Effective than Group Interventions: A meta-analysis. 2008, p 12

67. الشيماء صفة محمد محمد طه أبو الخير: دور الصورة على مواقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك في فهم وتذكر الأحداث السياسية: دراسة تحليلية وميدانية. رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة المنصورة: كلية الآداب. قسم الإعلام. 2019)
68. أيمن محمد إبراهيم البريك: توظيف الإنفوجراف في التعريف بمبادئ وثيقة الأخوة الإنسانية عبر مواقع التواصل الاجتماعي: دراسة تحليلية مقارنة. مجلة البحوث الإعلامية. المجلد 57. العدد 2. إبريل 2021.
69. أسماء عشري: اعتماد الشباب على شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية ضد الأفكار المتطرفة: دراسة على فيس بوك أنموذجًا. مجلة البحوث الإعلامية. كلية الإعلام. جامعة الأزهر. المجلد 57. العدد 4. إبريل 2021.
70. وفاء محمد إبراهيم الشراوي: استخدام الوسائل التفاعلية بمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بتنمية مهارات التفكير الناقد لدى الشباب الجامعي. رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة المنوفية: كلية التربية النوعية، قسم الإعلام التربوي، 2020)
71. راللا أحمد محمد عبد الوهاب منصور منصور: تأثير وسائل التواصل الاجتماعي في دعم قضايا المواطنة والانتماء لدى الرأي العام. مجلة البحوث الإعلامية. كلية الإعلام. جامعة الأزهر. المجلد 57، العدد 3، إبريل 2021،
72. ميرفت السيد أحمد سليمان: دور الإعلام الجديد في نشر ثقافة التسامح وقبول الآخر. مجلة البحوث الإعلامية. كلية الإعلام. جامعة الأزهر. المجلد 57، العدد 3، إبريل 2021.