



المحتوى السياسي الانتقائي عبر وسائل التواصل الاجتماعي ودوره في تعزيز الاستقطاب المجتمعي: دراسة تحليلية

ام د هيثم نعمة رحيم العزاوي

وزارة التربية

Selective Political Content on Social Media and its Role in Enhancing Societal Polarization: An Analytical Study

Assoc. Prof. Dr. Haitham Nima Rahim Al-Azzawi

Ministry of Education

Radwanhaitham5@gmail.com

المخلص

هدفت هذه الدراسة إلى تحليل دور المحتوى السياسي الانتقائي عبر وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز الاستقطاب المجتمعي، من خلال الكشف عن طبيعة التعرض لهذا المحتوى، ودور الخوارزميات الرقمية في توجيهه، إضافة إلى قياس مستوى الاستقطاب لدى الجمهور.

اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، واستخدمت الاستبانة أداة رئيسة لجمع البيانات من عينة بلغت (٢٠٠) مفردة من مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي. وتم تحليل البيانات باستخدام الأساليب الإحصائية المناسبة لاختبار فرضيات الدراسة.

أظهرت نتائج الدراسة ارتفاع مستوى استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لمتابعة المحتوى السياسي، ووجود ميل واضح لدى المستخدمين نحو متابعة المحتوى الذي يتوافق مع اتجاهاتهم الفكرية والسياسية، مع تجنب المحتوى المخالف لها. كما كشفت النتائج عن دور واضح للخوارزميات الرقمية في توجيه المستخدمين نحو محتوى متجانس، مما يؤدي إلى تقليل تنوع المعلومات وتعزيز ظاهرة غرف الصدى داخل البيئة الرقمية. كما بينت النتائج وجود علاقة مباشرة بين التعرض للمحتوى السياسي الانتقائي ومستوى الاستقطاب المجتمعي، حيث يسهم هذا النوع من المحتوى في زيادة حدة الانقسام الاجتماعي، وتقليل فرص الحوار بين أصحاب الآراء المختلفة، وتعزيز المواقف المتشددة تجاه القضايا السياسية.

وأوصت الدراسة بضرورة تعزيز الوعي الإعلامي لدى مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي، وتشجيع تنوع مصادر المعلومات، وتطوير سياسات إعلامية تسهم في الحد من انتشار المحتوى المتحيز، إضافة إلى دعم ثقافة الحوار والتسامح داخل المجتمع.

الكلمات المفتاحية: المحتوى السياسي الانتقائي، الاستقطاب المجتمعي، وسائل التواصل الاجتماعي، الخوارزميات الرقمية، غرف الصدى.

Abstract

Selective Political Content on Social Media and Its Role in Enhancing Social Polarization: An Analytical Study

This study aimed to analyze the role of selective political content on social media in enhancing social polarization by examining the nature of exposure to such content, the role of digital algorithms in directing it, and the level of polarization among users. The study adopted the descriptive analytical method and used a questionnaire as the main tool for data collection. The questionnaire was distributed to a sample of 200 social media users. The collected data were analyzed using appropriate statistical methods to test the research hypotheses.



The findings revealed a high level of social media usage for following political news and issues. The results also indicated a clear tendency among users to follow political content that aligns with their personal beliefs and attitudes while avoiding opposing viewpoints. In addition, the study demonstrated the significant role of digital algorithms in directing users toward homogeneous content, which reduces information diversity and contributes to the formation of echo chambers within the digital environment.

Furthermore, the results confirmed a direct relationship between exposure to selective political content and the level of social polarization. This type of content contributes to increasing social division, reducing opportunities for dialogue between individuals with different opinions, and strengthening rigid political attitudes.

The study recommended enhancing media literacy among social media users, encouraging diversity in information sources, developing media policies to reduce biased content, and promoting a culture of dialogue and tolerance within society.

Keywords: Selective Political Content, Societal Polarization, Social Media, Digital Algorithms, Echo Chambers.

المقدمة

شهدت المجتمعات المعاصرة تحولات عميقة في أنماط الاتصال وتداول المعلومات نتيجة التطور المتسارع في تكنولوجيا الاتصال وانتشار شبكة الإنترنت، حيث أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي أحد أبرز الفضاءات الرقمية التي يعتمد عليها الأفراد في الحصول على الأخبار والمعلومات السياسية والاجتماعية. وقد أسهمت هذه الوسائل في توسيع نطاق المشاركة السياسية والتفاعل المجتمعي، كما أتاحت للأفراد فرصة التعبير عن آرائهم وتبادل وجهات النظر بصورة غير مسبوقة.

ومع هذا التوسع في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، برزت ظاهرة المحتوى السياسي الانتقائي، التي تتمثل في ميل الأفراد أو المؤسسات إلى نشر أو متابعة المعلومات التي تتوافق مع توجهاتهم الفكرية أو السياسية، مع تجاهل أو استبعاد الآراء المخالفة. وقد ارتبطت هذه الظاهرة بظهور ما يُعرف بـ"غرف الصدى" أو "فقاعات التصفية"، التي تؤدي إلى تعزيز الفئات القائمة لدى المستخدمين وتقليل فرص التعرض لوجهات نظر متنوعة، الأمر الذي قد يسهم في زيادة حدة الانقسام داخل المجتمع.

وفي هذا السياق، أصبح الاستقطاب المجتمعي من أبرز القضايا التي تشغل الباحثين في مجالات الإعلام والعلوم الاجتماعية، حيث يشير إلى حالة من الانقسام الحاد بين فئات المجتمع نتيجة اختلافات سياسية أو فكرية أو أيديولوجية، تتوافق مع تراجع مستويات الحوار والتفاهم بين الأطراف المختلفة. وقد أكدت العديد من الدراسات أن وسائل التواصل الاجتماعي، بما تمتلكه من خوارزميات تعتمد على تخصيص المحتوى، يمكن أن تؤدي دوراً مهماً في تعزيز هذا الاستقطاب من خلال عرض محتوى يتوافق مع اهتمامات المستخدمين وتوجهاتهم.

ومن هنا تبرز أهمية دراسة المحتوى السياسي الانتقائي عبر وسائل التواصل الاجتماعي ودوره في تعزيز الاستقطاب المجتمعي، باعتباره موضوعاً حديثاً يرتبط بطبيعة البيئة الرقمية المعاصرة، ويسهم في فهم طبيعة العلاقة بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي واتجاهات الجمهور نحو القضايا السياسية والاجتماعية، إضافة إلى الكشف عن الآثار الاجتماعية والإعلامية المترتبة على انتشار هذا النوع من المحتوى داخل المجتمع.

الفصل الأول: الإطار المنهجي

أولاً: مشكلة البحث وتساؤلاته

تتمثل مشكلة البحث في الانتشار الواسع للمحتوى السياسي عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وما يرافقه من ظاهرة الانتقائية في عرض المعلومات والآراء السياسية، حيث يميل المستخدمون إلى متابعة المحتوى الذي يتوافق مع اتجاهاتهم الفكرية والسياسية، وتجاهل أو رفض المحتوى المخالف لها. وقد أسهمت هذه الظاهرة في ظهور ما يُعرف بـ"فقاعات المعلومات" أو "غرف الصدى"، التي تعزز الانقسام بين فئات المجتمع وتؤدي إلى تصاعد مستويات الاستقطاب المجتمعي.



كما تتجلى المشكلة في أن المنصات الرقمية أصبحت المصدر الرئيس للمعلومات السياسية لدى قطاعات واسعة من الجمهور، الأمر الذي يجعل طبيعة المحتوى المعروض وآليات انتشاره عاملاً مؤثراً في تشكيل المواقف والاتجاهات السياسية والاجتماعية. ومع تزايد الاعتماد على الخوارزميات الرقمية التي تقدم محتوى مخصصاً للمستخدمين، أصبح من المحتمل أن يؤدي هذا النمط من الانتقاء إلى تعزيز التحيزات السياسية وتضييق نطاق الحوار المجتمعي.

تساؤلات البحث

- ما مستوى تعرض الجمهور للمحتوى السياسي الانتقائي عبر وسائل التواصل الاجتماعي؟
- ما أبرز أشكال المحتوى السياسي الانتقائي المتداول على المنصات الرقمية؟
- هل توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة التعرض للمحتوى السياسي الانتقائي ومستوى الاستقطاب المجتمعي؟
- ما دور خوارزميات وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز انتشار المحتوى السياسي الانتقائي؟
- ما أبرز الآثار الاجتماعية والسياسية المترتبة على انتشار المحتوى السياسي الانتقائي؟

ثانياً: أهداف البحث

- التعرف إلى مستوى تعرض الجمهور للمحتوى السياسي الانتقائي عبر وسائل التواصل الاجتماعي .
- تحليل طبيعة وأنماط المحتوى السياسي الانتقائي المتداول على المنصات الرقمية .
- قياس أثر المحتوى السياسي الانتقائي في تعزيز الاستقطاب المجتمعي .
- الكشف عن العلاقة بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ومستوى الانقسام أو الاستقطاب بين أفراد المجتمع .
- تحديد الفروق في اتجاهات الجمهور نحو المحتوى السياسي الانتقائي تبعاً للمتغيرات الديموغرافية .
- تقديم توصيات علمية تساهم في الحد من آثار الاستقطاب المجتمعي وتعزيز الحوار المجتمعي البناء .

ثالثاً: أهمية البحث

الأهمية العلمية

تتبع الأهمية العلمية للبحث من تناوله موضوعاً حديثاً ومهماً في حقل الإعلام الرقمي والاتصال السياسي، يتمثل في العلاقة بين المحتوى السياسي الانتقائي والاستقطاب المجتمعي في ظل انتشار وسائل التواصل الاجتماعي. كما يساهم البحث في إثراء الأدبيات العلمية العربية بدراسة تحليلية تتناول أحد أبرز التحديات التي تواجه المجتمعات المعاصرة، وهي تنامي الانقسام الاجتماعي نتيجة الاستخدام غير المتوازن للمعلومات السياسية عبر المنصات الرقمية.

الأهمية العملية

تتمثل الأهمية العملية للبحث في إمكانية الاستفادة من نتائجه من قبل المؤسسات الإعلامية، وصناع القرار، والباحثين في مجالات الإعلام والعلوم الاجتماعية، لفهم طبيعة تأثير المحتوى السياسي الانتقائي في المجتمع. كما يمكن أن تساهم نتائج البحث في وضع استراتيجيات إعلامية وتوعوية تهدف إلى تعزيز الوعي الإعلامي، والحد من انتشار المعلومات المتحيزة، وتعزيز ثقافة الحوار والتسامح داخل المجتمع.

رابعاً: فرضيات البحث

- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ومستوى التعرض للمحتوى السياسي الانتقائي لدى الجمهور.
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التعرض للمحتوى السياسي الانتقائي ومستوى الاستقطاب المجتمعي بين أفراد المجتمع.
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الاعتماد على وسائل التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات السياسية وزيادة حدة الانقسام الاجتماعي.
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الثقة بالمحتوى السياسي المتداول عبر وسائل التواصل الاجتماعي ومستوى تبني المواقف المتشددة تجاه القضايا السياسية.



- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين خصائص المستخدمين الديموغرافية (العمر، المستوى التعليمي، الانتماء السياسي) ومستوى التعرض للمحتوى السياسي الانتقائي.

خامساً: نوع البحث ومنهجه

ينتمي هذا البحث إلى البحوث الوصفية، التي تهدف إلى دراسة الظواهر الاجتماعية والإعلامية كما توجد في الواقع، وتحليل خصائصها والعلاقات بين متغيراتها. ويعتمد البحث على المنهج الوصفي التحليلي، لكونه الأنسب لدراسة طبيعة المحتوى السياسي الانتقائي عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وتحليل أثره في تعزيز الاستقطاب المجتمعي. كما يوظف البحث أسلوب المسح الميداني من خلال تطبيق استبانة على عينة من مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي، لجمع البيانات المتعلقة بمستويات التعرض للمحتوى السياسي، واتجاهات المستخدمين نحو القضايا السياسية، ومدى تأثرهم بالمحتوى الانتقائي.

سادساً: أدوات البحث

الاستبانة وهي الأداة الرئيسة لجمع البيانات من المبحوثين، وتضم مجموعة من الأسئلة المتعلقة بما يلي:

- مستوى استخدام وسائل التواصل الاجتماعي
- طبيعة المحتوى السياسي الذي يتعرض له المستخدم
- درجة الثقة بالمحتوى السياسي
- مستوى التفاعل مع المحتوى السياسي
- درجة الاتفاق أو الاختلاف مع الآراء السياسية المخالفة
- مؤشرات الاستقطاب المجتمعي

سابعاً: مجتمع البحث وعينته

يتمثل مجتمع البحث في مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي ممن تتجاوز أعمارهم (١٨) سنة، ويستخدمون المنصات الرقمية بانتظام، ويتعرضون للمحتوى السياسي المنشور عبرها.

عينة البحث

تم اختيار عينة قصدية متاحة من مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي، حيث تم توزيع الاستبانة على أفراد العينة الذين توفرت لديهم شروط المشاركة في الدراسة، وقد بلغ عددها ٢٠٠ مفردة.

مصطلحات البحث

(المحتوى السياسي الانتقائي)

هو المحتوى الإعلامي أو الرقمي الذي يتم اختياره أو عرضه بطريقة متحيزة، بحيث يركز على معلومات أو آراء تتوافق مع اتجاهات فكرية أو سياسية معينة، مع إهمال أو تقليل أهمية المعلومات المخالفة، مما يؤدي إلى تعزيز القنوات المسبقة لدى الجمهور (Pariser, 2011, p.56).

(وسائل التواصل الاجتماعي)

هي منظومة من التطبيقات والمواقع الإلكترونية التي تتيح للمستخدمين إنشاء المحتوى وتبادله والتفاعل معه عبر شبكة الإنترنت، بما يسمح بتكوين شبكات اجتماعية رقمية تقوم على الاتصال التفاعلي بين الأفراد والجماعات (مكاوي والسيد، ٢٠١٢، ص ٣١٢).

(الاستقطاب المجتمعي)

هو حالة من الانقسام الحاد داخل المجتمع تنشأ نتيجة اختلافات سياسية أو فكرية أو اجتماعية بين فئاته، بحيث تتشكل مجموعات متعارضة في مواقفها واتجاهاتها، ويصاحب ذلك تراجع في مستوى التفاهم والحوار بين هذه المجموعات (Sunstein, 2017, p.71).

(الرأي العام)



هو مجموع الاتجاهات والآراء التي يتبناها أفراد المجتمع تجاه قضية أو موضوع معين في فترة زمنية محددة، ويعبر عن مستوى التفاعل الاجتماعي والسياسي بين أفراد المجتمع (عبد الحميد، ٢٠٠٤، ص ١٤٥).

(الخوارزميات الرقمية)

هي مجموعة من القواعد أو التعليمات البرمجية التي تستخدمها المنصات الرقمية لتنظيم عرض المحتوى للمستخدمين بناءً على اهتماماتهم وسلوكهم السابق، بهدف تخصيص المعلومات وزيادة التفاعل معها (Castells, 2010, p.378)

(البيئة الرقمية)

هي الفضاء الاتصالي الناتج عن استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال، والذي يتيح للأفراد والمؤسسات التواصل والتفاعل وتبادل المعلومات عبر شبكة الإنترنت (علم الدين، ٢٠١٤، ص ٥٩).

الدراسات السابقة

• دراسة (عبد اللطيف، ٢٠١٩)

"الاستقطاب السياسي في مواقع شبكات التواصل الاجتماعي ودوره في تشكيل اتجاهات الجمهور المصري" هدفت الدراسة إلى التعرف على طبيعة الاستقطاب السياسي في مواقع التواصل الاجتماعي، وتحليل دوره في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو القضايا السياسية المختلفة، مع التركيز على تأثير البيئة الرقمية في العلاقات الاجتماعية والسياسية.

اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي باستخدام الاستبانة كأداة رئيسة لجمع البيانات من عينة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي.

وتوصلت الدراسة إلى أن الاستقطاب السياسي أصبح ظاهرة بارزة في وسائل التواصل الاجتماعي، وأن النقاش حول القضايا السياسية قد يؤدي في بعض الأحيان إلى توتر العلاقات الاجتماعية والمهنية بين المستخدمين، نتيجة اختلاف الآراء والانتماءات السياسية.

• دراسة (عواد وعبد الحافظ، ٢٠١٨)

"العوامل المؤثرة في الاستقطاب السياسي لدى الشباب على مواقع التواصل الاجتماعي" هدفت الدراسة إلى التعرف على العوامل التي تسهم في ظهور الاستقطاب السياسي لدى الشباب عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ودراسة تأثير استخدام هذه المواقع في تشكيل الاتجاهات السياسية لديهم.

اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وتم استخدام الاستبانة لجمع البيانات من عينة من الشباب الجامعي. وتوصلت الدراسة إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت مصدراً أساسياً للأخبار والمعلومات السياسية، كما تسهم في تبادل الآراء والأفكار السياسية بين المستخدمين، الأمر الذي يؤدي إلى زيادة احتمالات الاستقطاب السياسي داخل المجتمع.

• دراسة (صالح، ٢٠٢٠)

"التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بالاغتراب السياسي وانعكاسه على المشاركة السياسية لدى الشباب المصري"

هدفت الدراسة إلى التعرف على العلاقة بين التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي ومستوى الاغتراب السياسي لدى الشباب، ومدى تأثير ذلك في مشاركتهم السياسية.

اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي الارتباطي، واستخدمت الاستبانة كأداة رئيسة لجمع البيانات من عينة بلغت (٤٠٠) مفردة من طلاب الجامعات.

وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة بين كثافة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ومستوى الاغتراب السياسي لدى الشباب، كما أشارت النتائج إلى أن الاستخدام المكثف لهذه الوسائل قد يؤدي إلى تراجع مستويات المشاركة السياسية لدى بعض الفئات.

• دراسة (سليم، ٢٠٢٥)

"الاستقطاب السياسي عبر المنصات الرقمية المرئية الحزبية واتجاهات الجمهور المصري حولها: دراسة تطبيقية"



هدفت الدراسة إلى استكشاف دور المنصات الرقمية الحزبية في تعزيز مفاهيم الأيديولوجيا السياسية، وتحليل تأثير المحتوى السياسي المنشور عبر هذه المنصات في إدراك الجمهور لمظاهر الاستقطاب السياسي. اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، من خلال تحليل محتوى المنصات الرقمية الحزبية، إضافة إلى تطبيق استبانة على عينة من الجمهور.

وتوصلت الدراسة إلى أن المنصات الرقمية تسهم في تعزيز الانتماء السياسي ونشر القيم الأيديولوجية، كما تؤدي دوراً مهماً في تشكيل وعي الجمهور بالقضايا السياسية وزيادة مستويات الاستقطاب السياسي.

• دراسة (حمدي وآخرون، ٢٠٢٤)

"شبكات التواصل الاجتماعي والاستقطاب السياسي في المنطقة العربية: قراءة ميتا تحليلية لعينة من الدراسات السابقة"

هدفت الدراسة إلى تحليل مجموعة من الدراسات التي تناولت العلاقة بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والاستقطاب السياسي في المنطقة العربية، من خلال أسلوب التحليل البعدي (Meta-analysis).

اعتمدت الدراسة المنهج التحليلي لمراجعة عينة مكونة من (٦٢) دراسة علمية منشورة في مجالات علمية عربية. وتوصلت الدراسة إلى أن معظم الدراسات ركزت على دور وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام والمشاركة السياسية، بينما أشارت النتائج إلى وجود نقص في الدراسات التي تناولت العلاقة المباشرة بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والاستقطاب السياسي، خاصة من منظور نظري وتحليلي.

الاستفادة من الدراسات السابقة

يتضح من خلال عرض الدراسات السابقة وجود اهتمام متزايد بدراسة العلاقة بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والاستقطاب السياسي داخل المجتمع، حيث أكدت معظم الدراسات أن المنصات الرقمية أصبحت مصدراً رئيساً للمعلومات السياسية، وتسهم في تبادل الآراء والأفكار بين المستخدمين، الأمر الذي يؤدي في بعض الأحيان إلى زيادة حدة الانقسام الاجتماعي والسياسي.

كما أظهرت الدراسات أن المحتوى السياسي المنشور عبر وسائل التواصل الاجتماعي يلعب دوراً مهماً في تشكيل اتجاهات الجمهور ومواقفه تجاه القضايا السياسية، وأن الاستخدام المكثف لهذه الوسائل قد يسهم في تعزيز ظاهرة الاستقطاب المجتمعي.

وتتفق الدراسة الحالية مع هذه الدراسات في التركيز على دور وسائل التواصل الاجتماعي في التأثير على اتجاهات الجمهور، إلا أنها تتميز بتركيزها على المحتوى السياسي الانتقائي بوصفه متغيراً رئيساً يسهم في تعزيز الاستقطاب المجتمعي داخل البيئة الرقمية.

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

❖ **المحتوى السياسي الانتقائي عبر وسائل التواصل الاجتماعي**

أولاً: مفهوم المحتوى السياسي الانتقائي

شهدت البيئة الإعلامية في العقود الأخيرة تحولات عميقة نتيجة التطور التكنولوجي المتسارع وانتشار الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي، الأمر الذي أدى إلى تغير طبيعة الاتصال السياسي وأنماط استهلاك المعلومات السياسية. فلم يعد الجمهور مجرد متلقٍ سلبي للمحتوى السياسي، بل أصبح فاعلاً رئيسياً في اختيار مصادر المعلومات وتحديد نوعية المضامين التي يتعرض لها، وهو ما أدى إلى بروز ظاهرة المحتوى السياسي الانتقائي بوصفها إحدى الظواهر الاتصالية البارزة في البيئة الرقمية المعاصرة.

ويقصد بالمحتوى السياسي الانتقائي ذلك النوع من المحتوى الذي يتعرض له الأفراد بصورة اختيارية، بحيث يفضلون متابعة المعلومات والآراء السياسية التي تتوافق مع معتقداتهم واتجاهاتهم الفكرية، ويتجنبون المعلومات التي تتعارض معها. ويرتبط هذا المفهوم بنظرية التعرض الانتقائي التي تفترض أن الأفراد يميلون إلى اختيار الرسائل الإعلامية التي تعزز قناعاتهم المسبقة وتجنب الرسائل التي تتحدى هذه القناعات، وذلك بهدف الحفاظ على التوازن النفسي وتقليل الشعور بالتوتر المعرفي.

وقد أشار الباحثون في مجال الإعلام والاتصال إلى أن سلوك الانتقاء في التعرض للمحتوى الإعلامي يمثل سلوكاً طبيعياً لدى الجمهور، حيث يميل الأفراد إلى اختيار الوسائل الإعلامية التي تعكس قيمهم الاجتماعية والسياسية وتدعم



مواقفهم الأيديولوجية، خاصة في القضايا السياسية المثيرة للجدل، وهو ما يؤدي إلى تكوين بيئات إعلامية متجانسة تعزز الاتجاهات القائمة لدى الأفراد (عبد الحميد، ٢٠١٨، ص ٨٧).

كما يؤكد عدد من الباحثين أن وسائل التواصل الاجتماعي أسهمت في تعزيز ظاهرة المحتوى الانتقائي من خلال توفير إمكانيات واسعة للمستخدمين لاختيار الصفحات والمجموعات التي تتوافق مع توجهاتهم السياسية، إضافة إلى استخدام خوارزميات رقمية تقوم بتخصيص المحتوى وفقاً لأهتمامات المستخدم وسلوكه السابق، وهو ما يؤدي إلى حصر المستخدم داخل بيئة معلوماتية محدودة تعرف بقاعة الترشيح، حيث يتعرض لمحتوى متجانس يعزز رؤيته للعالم ويقلل من فرص التعرض لوجهات نظر مختلفة (مكاوي والسيد، ٢٠١٦، ص ٢١٤).

وفي السياق ذاته، تشير الدراسات الحديثة إلى أن الانتقائية في التعرض للمحتوى السياسي لا تقتصر على اختيار المعلومات فقط، بل تمتد إلى تفسيرها وتقييمها، حيث يميل الأفراد إلى تفسير المعلومات بما يتوافق مع معتقداتهم السابقة، وهو ما يعرف بالتحيز التأكيدي، ويعد هذا السلوك أحد العوامل الرئيسية التي تسهم في تعزيز الاستقطاب السياسي داخل المجتمع (عزي، ٢٠١٤، ص ١٦٥).

ومن جهة أخرى، يرى بعض الباحثين أن المحتوى السياسي الانتقائي أصبح أكثر انتشاراً في العصر الرقمي نتيجة لسهولة الوصول إلى المعلومات وتعدد مصادرها، حيث يستطيع المستخدم الانتقال بين منصات مختلفة واختيار المصادر التي تعكس توجهاته الفكرية والسياسية، وهو ما يؤدي إلى تراجع دور الوسائل الإعلامية التقليدية في تشكيل الرأي العام، مقابل تزايد دور المنصات الرقمية في توجيه النقاش السياسي داخل المجتمع (McQuail, 2010, p.423).

كما يؤكد الباحثون أن البيئة الرقمية المعاصرة أتاحت للأفراد فرصاً غير مسبقة للمشاركة في إنتاج المحتوى السياسي ونشره، الأمر الذي أدى إلى زيادة حجم المعلومات المتداولة عبر الإنترنت، وفي الوقت ذاته أدى إلى زيادة احتمالات انتشار المعلومات المضللة أو المتحيزة، خاصة في ظل غياب معايير مهنية واضحة لتنظيم المحتوى الرقمي، وهو ما يجعل من الضروري دراسة ظاهرة المحتوى السياسي الانتقائي وتحليل آثارها في تشكيل الاتجاهات السياسية داخل المجتمع (Pariser, 2011, p.56).

ثانياً: خصائص المحتوى السياسي في وسائل التواصل الاجتماعي

يتميز المحتوى السياسي في وسائل التواصل الاجتماعي بعدد من الخصائص التي تميزه عن المحتوى السياسي في وسائل الإعلام التقليدية، حيث أصبح هذا المحتوى أكثر تفاعلية وسرعة وانتشاراً، كما أصبح يعتمد على أدوات تقنية متطورة تتيح للمستخدمين المشاركة في إنتاج المعلومات السياسية وتداولها بصورة فورية. وقد أدى ذلك إلى تغيير طبيعة الاتصال السياسي، وانتقاله من نموذج الاتصال أحادي الاتجاه إلى نموذج الاتصال التفاعلي متعدد الاتجاهات، الذي يتيح للجمهور المشاركة في النقاش السياسي والتأثير في الرأي العام.

وتشير الدراسات الإعلامية الحديثة إلى أن من أبرز خصائص المحتوى السياسي في وسائل التواصل الاجتماعي السرعة في نقل المعلومات، حيث يمكن نشر الأخبار السياسية والتعليق عليها خلال لحظات قليلة، وهو ما يجعل هذه المنصات مصدراً رئيساً للمعلومات السياسية لدى الجمهور، خاصة في أوقات الأزمات السياسية أو الأحداث المفاجئة. كما أن هذه السرعة تسهم في انتشار المعلومات على نطاق واسع، لكنها في الوقت ذاته قد تؤدي إلى انتشار الأخبار غير الدقيقة أو المضللة نتيجة غياب التحقق الكافي من المصادر (عبد الحميد، ٢٠١٩، ص ١٤٢).

ومن الخصائص المهمة أيضاً التفاعلية، حيث تتيح وسائل التواصل الاجتماعي للمستخدمين إمكانية التعليق على المحتوى السياسي ومشاركته وإعادة نشره، وهو ما يؤدي إلى خلق بيئة تفاعلية تسهم في تشكيل الاتجاهات السياسية لدى الجمهور. وتعد التفاعلية من أهم العوامل التي تميز الاتصال الرقمي عن الاتصال التقليدي، إذ تسمح بوجود حوار مباشر بين المرسل والمتلقي، وتمنح الجمهور دوراً أكبر في صناعة الرسالة الإعلامية (مكاوي والسيد، ٢٠١٨، ص ٩٦).

كما يتميز المحتوى السياسي في وسائل التواصل الاجتماعي بخصيصة التخصيص (Personalization)، حيث تقوم المنصات الرقمية بعرض محتوى يتناسب مع اهتمامات المستخدم وسلوكه السابق، وذلك من خلال استخدام خوارزميات ذكية تقوم بتحليل بيانات المستخدمين وتحديد نوعية المحتوى الذي يفضلونه. وقد أدى ذلك إلى زيادة مستوى التعرض للمحتوى المتوافق مع اتجاهات المستخدمين، وهو ما يسهم في تعزيز ظاهرة المحتوى السياسي الانتقائي داخل البيئة الرقمية (Pariser, 2011, p.89).



ومن الخصائص الأخرى سهولة إنتاج المحتوى السياسي، حيث أصبح بإمكان أي فرد يمتلك حساباً على وسائل التواصل الاجتماعي أن ينشر آراءه السياسية ويؤثر في الآخرين دون الحاجة إلى امتلاك مؤسسة إعلامية أو خبرة مهنية في مجال الإعلام. وقد أدى ذلك إلى ظهور ما يعرف بـ "صحافة المواطن"، التي تعتمد على مشاركة الأفراد في نقل الأخبار والمعلومات السياسية من خلال المنصات الرقمية (عزي، ٢٠١٧، ص ٢٠٣).

كذلك يتميز المحتوى السياسي في وسائل التواصل الاجتماعي بخصيصة الانتشار الواسع، حيث يمكن للمحتوى السياسي أن يصل إلى ملايين المستخدمين خلال فترة زمنية قصيرة، خاصة إذا كان مثيراً للجدل أو يتضمن معلومات مثيرة للاهتمام. وقد أدى هذا الانتشار الواسع إلى زيادة تأثير وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام، وجعلها أداة رئيسة في الحملات السياسية والانتخابية في مختلف دول العالم (Howard, 2013, p. ٧٤).

ومن الخصائص التي برزت في السنوات الأخيرة الطابع العاطفي للمحتوى السياسي، حيث يعتمد العديد من المستخدمين على نشر محتوى سياسي يتضمن رسائل عاطفية أو انفعالية تهدف إلى التأثير في مشاعر الجمهور وتحفيزهم على اتخاذ مواقف سياسية معينة. وقد أظهرت الدراسات أن المحتوى العاطفي ينتشر بصورة أسرع من المحتوى الموضوعي، لأنه يثير ردود فعل قوية لدى المستخدمين، وهو ما يسهم في زيادة مستوى التفاعل مع المحتوى السياسي (Sunstein, 2017, p.45).

ومن خلال ما سبق، يمكن القول إن خصائص المحتوى السياسي في وسائل التواصل الاجتماعي أسهمت في تعزيز دور هذه المنصات في تشكيل الاتجاهات السياسية لدى الجمهور، كما أسهمت في زيادة ظاهرة الانتقائية في التعرض للمحتوى السياسي، وهو ما يجعل من الضروري دراسة هذه الخصائص وتحليل تأثيرها في الاستقطاب المجتمعي داخل البيئة الرقمية.

ثالثاً: دوافع الأفراد لاختيار المحتوى السياسي المتوافق مع اتجاهاتهم

تعد عملية اختيار المحتوى السياسي من قبل الأفراد عملية معقدة تتأثر بعدد من العوامل النفسية والاجتماعية والثقافية، حيث يسعى الأفراد إلى التعرض للمعلومات التي تتوافق مع معتقداتهم وقيمهم الاجتماعية، وتجنب المعلومات التي تتعارض معها. وقد اهتمت العديد من الدراسات الإعلامية والنفسية بتحليل الدوافع التي تدفع الأفراد إلى اختيار المحتوى السياسي المتوافق مع اتجاهاتهم، خاصة في ظل انتشار وسائل التواصل الاجتماعي وتزايد دورها في تشكيل الرأي العام.

ويعد الدافع المعرفي من أهم الدوافع التي تؤثر في اختيار المحتوى السياسي، حيث يسعى الأفراد إلى الحصول على معلومات تساعدهم على فهم الأحداث السياسية وتفسيرها، كما يسعون إلى تعزيز معرفتهم بالقضايا السياسية التي تهمهم. إلا أن هذا السعي المعرفي غالباً ما يكون موجهاً نحو المعلومات التي تتوافق مع معتقداتهم السابقة، وهو ما يؤدي إلى تعزيز ظاهرة الانتقائية في التعرض للمحتوى السياسي (عبد الحميد، ٢٠١٥، ص ١٧٦).

كما يعد الدافع النفسي من العوامل المهمة التي تؤثر في اختيار المحتوى السياسي، حيث يسعى الأفراد إلى تجنب المعلومات التي قد تسبب لهم التوتر أو القلق، ويفضلون التعرض للمعلومات التي تعزز شعورهم بالثقة والاطمئنان. وقد أشار عالم النفس الاجتماعي ليون فستنجر إلى أن الأفراد يميلون إلى تجنب المعلومات التي تتعارض مع معتقداتهم، لأن التعرض لمعلومات متناقضة يؤدي إلى حدوث حالة من التنافر المعرفي، وهو ما يدفعهم إلى البحث عن معلومات تؤكد مواقفهم السابقة (Festinger, 1957, p.62).

ومن الدوافع الأخرى الدافع الاجتماعي، حيث يسعى الأفراد إلى الانتماء إلى جماعات اجتماعية تشاركهم نفس القيم والمعتقدات السياسية، ويعد التعرض للمحتوى السياسي المتوافق مع اتجاهات هذه الجماعات وسيلة لتعزيز الشعور بالانتماء الاجتماعي. وقد أدى انتشار وسائل التواصل الاجتماعي إلى زيادة أهمية هذا الدافع، حيث أصبح المستخدمون ينضمون إلى مجموعات رقمية تتبنى أفكاراً سياسية معينة، ويتفاعلون مع المحتوى الذي يعبر عن هذه الأفكار (Castells, 2015, p.132).

كذلك يعد الدافع الأيديولوجي من العوامل التي تؤثر في اختيار المحتوى السياسي، حيث يسعى الأفراد إلى الدفاع عن معتقداتهم السياسية وتعزيزها من خلال متابعة المحتوى الذي يدعم هذه المعتقدات. وقد أظهرت الدراسات أن الأفراد الذين يمتلكون مواقف سياسية قوية يكونون أكثر ميلاً إلى اختيار المحتوى السياسي الذي يتوافق مع اتجاهاتهم، مقارنة بالأفراد الذين يمتلكون مواقف سياسية معتدلة (Brewer, 2014, p.98).

ومن الدوافع المهمة أيضاً الدافع التكنولوجي، حيث تسهم خوارزميات وسائل التواصل الاجتماعي في توجيه المستخدمين نحو محتوى معين بناءً على اهتماماتهم وسلوكهم السابق، وهو ما يؤدي إلى زيادة مستوى التعرض



للمحتوى المتوافق مع اتجاهاتهم السياسية. وقد أدى ذلك إلى ظهور ما يعرف بـ "غرف الصدى (Echo Chambers)"، وهي بيئات رقمية يتعرض فيها المستخدم لمحتوى متجانس يعزز مواقفه السياسية ويقلل من فرص التعرض لوجهات نظر مختلفة.

ومن خلال ما سبق، يتضح أن اختيار الأفراد للمحتوى السياسي المتوافق مع اتجاهاتهم لا يرجع إلى عامل واحد، بل هو نتيجة تفاعل مجموعة من الدوافع النفسية والاجتماعية والتكنولوجية، وهو ما يسهم في تعزيز ظاهرة المحتوى السياسي الانتقائي داخل البيئة الرقمية، ويزيد من احتمالات حدوث الاستقطاب المجتمعي نتيجة التعرض المستمر لمحتوى متجانس يعزز الاتجاهات السياسية القائمة لدى الأفراد.

❖ وسائل التواصل الاجتماعي وآليات تشكيل الاتجاهات

أولاً: مفهوم وسائل التواصل الاجتماعي

تعد وسائل التواصل الاجتماعي من أبرز مظاهر التحول في البيئة الاتصالية المعاصرة، حيث مثلت نقلة نوعية في طبيعة الاتصال الإنساني من النمط التقليدي القائم على الوسائل أحادية الاتجاه إلى نمط تفاعلي شبكي يسمح بتبادل المعلومات والأفكار بين المستخدمين بصورة مباشرة وفورية. وقد أسهم هذا التحول في إعادة تشكيل مفهوم الجمهور، إذ لم يعد متلقياً سلبياً، بل أصبح مشاركاً في إنتاج المحتوى ونشره والتفاعل معه، مما جعل وسائل التواصل الاجتماعي أحد أهم الفضاءات الرقمية المؤثرة في تشكيل الرأي العام والاتجاهات السياسية.

وتعرف وسائل التواصل الاجتماعي بأنها مجموعة من التطبيقات والمنصات الرقمية التي تتيح للمستخدمين إنشاء المحتوى ومشاركته والتفاعل معه ضمن بيئة افتراضية قائمة على الشبكات الاجتماعية. وتشمل هذه المنصات تطبيقات مثل فيسبوك، إكس (تويتر سابقاً)، إنستغرام، تيك توك، ويوتيوب، وغيرها من المنصات التي تعتمد على الاتصال التفاعلي بين الأفراد والجماعات.

وقد أشار الباحثون إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي تمثل تطوراً في مفهوم "الإعلام الجديد"، حيث أصبحت هذه الوسائل تجمع بين خصائص الإعلام التقليدي من حيث نشر المعلومات، وخصائص الاتصال الشخصي من حيث التفاعل المباشر، مما جعلها بيئة هجينة تجمع بين الاتصال الجماهيري والاتصال الشخصي في آن واحد (مكاوي والسيد، ٢٠١٨، ص ٥٥).

كما يرى الباحث **ديفيد بارك** أن وسائل التواصل الاجتماعي تمثل بنية اتصالية قائمة على الشبكات الرقمية التي تسمح للأفراد ببناء علاقات اجتماعية افتراضية، وتبادل المعلومات والآراء دون قيود زمانية أو مكانية، وهو ما أسهم في زيادة سرعة انتشار المعلومات السياسية وتوسيع نطاق تأثيرها (Park, 2016, p.41).

وفي السياق ذاته، يؤكد مانويل كاستلز أن المجتمع المعاصر تحول إلى "مجتمع شبكي"، حيث أصبحت الشبكات الرقمية هي البنية الأساسية للتواصل الاجتماعي والسياسي، وأصبح تدفق المعلومات هو العنصر الرئيس في تشكيل القوة داخل المجتمع (Castells, 2010, p.500).

ومن خلال ذلك يمكن القول إن وسائل التواصل الاجتماعي لم تعد مجرد أدوات للتواصل، بل أصبحت بيئة اتصالية متكاملة تؤثر في تشكيل الاتجاهات السياسية والاجتماعية والثقافية للأفراد داخل المجتمع.

ثانياً: خصائص البيئة الرقمية التفاعلية

تتميز البيئة الرقمية التفاعلية بعدد من الخصائص التي جعلتها مختلفة جذرياً عن البيئة الإعلامية التقليدية، حيث تقوم على التفاعل المستمر بين المستخدمين، وتتيح لهم المشاركة في إنتاج المحتوى ونشره وتعديله، مما أدى إلى تغيير طبيعة العلاقة بين المرسل والمتلقي.

١- التفاعلية

تعد التفاعلية من أهم خصائص البيئة الرقمية، حيث تتيح للمستخدمين المشاركة الفعالة في عملية الاتصال من خلال التعليق والمشاركة وإعادة النشر، وهو ما يجعل عملية الاتصال عملية ديناميكية متبادلة وليست أحادية الاتجاه.

وقد أشار الباحث شيراز رافايي إلى أن التفاعلية تمثل خاصية أساسية في الإعلام الرقمي، لأنها تعني قدرة المستخدم على التأثير في الرسالة الإعلامية وتعديلها أثناء عملية الاتصال (Rafaeli, 1988, p.110).

٢- اللامركزية



تعني اللامركزية في البيئة الرقمية غياب السيطرة المطلقة من جهة واحدة على تدفق المعلومات، حيث يمكن لأي مستخدم إنتاج المحتوى ونشره دون الحاجة إلى مؤسسات إعلامية تقليدية.

وقد أدى ذلك إلى تراجع احتكار المؤسسات الإعلامية التقليدية للمعلومة، وظهور أنماط جديدة من الاتصال تعتمد على الأفراد والجماعات الرقمية. (Castells, 2010, p.512)

٣- سرعة انتشار المعلومات

تتميز البيئة الرقمية بسرعة عالية في نقل وتداول المعلومات، حيث يمكن أن ينتشر المحتوى السياسي خلال دقائق أو حتى ثوانٍ ليصل إلى جمهور واسع عبر مختلف المنصات.

وقد أدى ذلك إلى زيادة تأثير وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام، لكنه في الوقت ذاته زاد من احتمالية انتشار المعلومات غير الدقيقة أو المضللة (عبد الحميد، ٢٠١٨، ص ١١٩).

٤- تعدد المصادر وتنوعها

تتيح البيئة الرقمية للمستخدمين الوصول إلى عدد كبير من المصادر الإعلامية المختلفة، سواء كانت رسمية أو غير رسمية، مما يؤدي إلى تنوع كبير في المحتوى المتداول (McQuail, 2010, p.312).

٥- التخصيص الرقمي للمحتوى

تعتمد البيئة الرقمية على تقنيات التخصيص التي تقوم بعرض محتوى يتناسب مع اهتمامات المستخدم وسلوكه السابق، وهو ما يؤدي إلى تشكيل تجربة إعلامية فردية لكل مستخدم. (Pariser, 2011, p.52)

ثالثاً: الخوارزميات ودورها في ترتيب المحتوى السياسي

تعد الخوارزميات الرقمية من أبرز التحولات التكنولوجية التي طرأت على البيئة الاتصالية في العصر الرقمي، إذ لم تعد عملية عرض المحتوى في وسائل التواصل الاجتماعي تعتمد على الترتيب الزمني أو النشر العشوائي، بل أصبحت خاضعة لأنظمة حسابية معقدة تقوم على تحليل سلوك المستخدم وتفضيلاته وتفاعلاته السابقة. وبذلك أصبحت الخوارزميات تتحكم بشكل غير مباشر في طبيعة المحتوى السياسي الذي يصل إلى الجمهور، وفي ترتيب أولوياته، وفي مستوى انتشاره داخل المنصات الرقمية.

وتقوم الخوارزميات على جمع وتحليل كميات ضخمة من البيانات (Big Data) المتعلقة بالمستخدمين، مثل الصفحات التي يتابعونها، والمحتوى الذي يتفاعلون معه، ومدة المشاهدة، ونوع الروابط التي يتم النقر عليها، ومن ثم استخدام هذه البيانات لتقديم محتوى "مخصص" لكل مستخدم على حدة. ويؤدي هذا التخصيص إلى خلق تجربة رقمية فردية تختلف من مستخدم إلى آخر، حتى وإن كانوا يستخدمون المنصة نفسها.

وقد أشار الباحث تارلتون غيليسبي إلى أن الخوارزميات لم تعد مجرد أدوات تقنية محايدة، بل أصبحت تمثل شكلاً من أشكال "تنظيم المعرفة الرقمية"، حيث تحدد ما الذي يظهر وما الذي يُخفى داخل الفضاء الرقمي، وبالتالي فهي تؤثر في تشكيل الرأي العام بشكل غير مباشر. (Gillespie, 2014, p.168)

وفي السياق ذاته، يؤكد نيكولاس كار أن الاعتماد المتزايد على الخوارزميات في تنظيم المعلومات يؤدي إلى تضيق المجال المعرفي للمستخدم، حيث يتم حصره داخل نطاق من المحتوى المتشابه مع اهتماماته السابقة، مما يقلل من فرص التعرض لوجهات نظر مختلفة (Carr, 2010, p.87).

وفي المجال السياسي تحديداً، تسهم الخوارزميات في تعزيز المحتوى السياسي الانتقائي، حيث يتم دفع المستخدمين نحو محتوى يتوافق مع توجهاتهم السياسية، بناءً على سجل تفاعلهم السابق، مما يؤدي إلى تعزيز الاستقطاب الفكري والسياسي داخل المجتمع. وهذا ما يفسر سبب ظهور ما يعرف بـ "غرف الصدى" و "فقاعات الترشيح"، حيث يتعرض الأفراد لآراء مشابهة لآرائهم فقط، مما يعزز قناعاتهم ويقلل من إمكانية الحوار مع الآراء المخالفة.

وبذلك يمكن القول إن الخوارزميات أصبحت فاعلاً غير مرئي في تشكيل الخطاب السياسي الرقمي، حيث تؤثر في ترتيب المحتوى، وتحديد مدى انتشاره، وتوجيه إدراك المستخدمين، مما يجعلها أحد أهم العوامل المؤثرة في تشكيل الاتجاهات السياسية في البيئة الرقمية الحديثة.

المبحث الثالث: الاستقطاب المجتمعي وعلاقته بالمحتوى الانتقائي

أولاً: مفهوم الاستقطاب المجتمعي



يُعد الاستقطاب المجتمعي من أبرز الظواهر التي فرضتها التحولات في بيئة الاتصال الحديثة، خصوصاً مع تصاعد دور وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام وإعادة إنتاج الخطاب السياسي داخل المجال الرقمي. ويشير هذا المفهوم إلى حالة من الانقسام المتزايد داخل المجتمع، بحيث تتبلور اتجاهات متعارضة بين الأفراد أو الجماعات حول القضايا السياسية والاجتماعية، مع تراجع واضح في المساحات المشتركة للحوار أو التفاهم. ولا يُفهم الاستقطاب بوصفه مجرد اختلاف في الآراء، بل باعتباره تحولاً في طبيعة هذا الاختلاف نحو التصلب والتطرف التدريجي، بحيث تصبح المواقف أكثر حدة، ويصبح الأفراد أقل استعداداً لقبول وجهات النظر المخالفة. وهذا ما يجعل الاستقطاب أحد أخطر التحديات التي تواجه المجتمعات المعاصرة، لأنه يؤثر في التماسك الاجتماعي ويضعف قدرة النظام السياسي على إنتاج توافقات عامة.

وقد أشار صامويل هنتغتون إلى أن المجتمعات التي تشهد انقسامات عميقة في الهوية والقيم والسياسة تكون أكثر عرضة لحالات الصراع الداخلي، نتيجة تبلور هويات متعارضة يصعب التوفيق بينها. وفي السياق الإعلامي، يرى كاس سنستين أن الاستقطاب يتفاقم عندما يتعرض الأفراد لمحتوى إعلامي متجانس، لأن ذلك يؤدي إلى تعزيز المعتقدات السابقة ورفع مستوى الثقة بها، مما يدفع الأفراد نحو مواقف أكثر تطرفاً تدريجياً (Sunstein, 2007, p.71).

وفي الأدبيات العربية، يشير عبد الوهاب الكيالي إلى أن الاستقطاب السياسي والاجتماعي يرتبط بضعف التفاعل بين مكونات المجتمع وتراجع الحوار العقلاني، مما يؤدي إلى انقسام المجتمع إلى كتل متقابلة غير قادرة على إنتاج توافقات مشتركة (الكيالي، 1993، ص 214).

ومن خلال ذلك يمكن القول إن الاستقطاب المجتمعي هو حالة ديناميكية من الانقسام المتصاعد داخل المجتمع، تتغذى على التباين في القيم والمواقف، وتتعمق عندما تضعف قنوات الحوار المشترك وتزداد مصادر المعلومات المتحيزة.

ثانياً: مظاهر الاستقطاب في البيئة الرقمية

أدت البيئة الرقمية إلى إعادة تشكيل طبيعة الاستقطاب المجتمعي، حيث لم يعد الانقسام محصوراً في المجال السياسي التقليدي، بل أصبح يظهر بشكل يومي داخل الفضاء الرقمي عبر التفاعلات والمحتوى المتداول. وتتميز البيئة الرقمية بأنها بيئة سريعة الانتشار، عالية التفاعل، منخفضة الرقابة، وهو ما جعلها بيئة خصبة لتكريس الانقسامات الاجتماعية والسياسية.

١- تصاعد الخطاب الهوياتي الحاد

أحد أبرز مظاهر الاستقطاب الرقمي يتمثل في تحول الخطاب السياسي إلى خطاب هوياتي قائم على "نحن" مقابل "هم"، حيث يتم تصنيف الأفراد إلى معسكرات متقابلة بناءً على مواقفهم السياسية. ويؤدي هذا النمط من الخطاب إلى تعزيز الانقسام الرمزي داخل المجتمع، ويجعل النقاش السياسي أقرب إلى الصراع منه إلى الحوار. الشبكات الرقمية تعيد تشكيل العلاقات الاجتماعية والسياسية على أساس الانتماءات الشبكية، مما يؤدي إلى بروز هويات رقمية متنافسة داخل الفضاء العام (Castells, 2010, p. 64).

٢- تكوين "غرف الصدى" و"فقاعات المعلومات"

تُعد غرف الصدى من أهم الظواهر المرتبطة بالاستقطاب، حيث يتعرض المستخدم داخل البيئة الرقمية لمحتوى يعزز معتقداته فقط، نتيجة التفاعل مع صفحات ومجموعات وحوارزميات تقدم محتوى متشابهاً. كما أن "فقاعات الترشيح" تؤدي إلى عزل المستخدم عن المعلومات المخالفة، مما يقلل من تنوع المصادر التي يتعرض لها.

وقد أوضح إيلي بارايذر أن الإنترنت لم يعد يقدم رؤية موحدة للعالم، بل يقدم لكل مستخدم نسخة مختلفة من الواقع بناءً على اهتماماته السابقة (Pariser, 2011, p. 96).

٣- تضخيم المحتوى العاطفي والانفعالي

تتميز البيئة الرقمية بانتشار واسع للمحتوى العاطفي، خاصة المحتوى الذي يثير الغضب أو الخوف أو السخرية، وهو ما يؤدي إلى تعزيز الاستقطاب، لأن المحتوى العاطفي يميل إلى الانتشار السريع مقارنة بالمحتوى العقلاني. وتشير الدراسات إلى أن التفاعلات العاطفية على المنصات الرقمية تؤدي إلى تعزيز الانحيازات الفكرية، لأن الأفراد يتفاعلون مع المحتوى بناءً على الاستجابة العاطفية أكثر من التحليل العقلاني.



٤- ضعف الحوار المباشر وتزايد الصدام الرقمي

تؤدي طبيعة التفاعل الرقمي إلى تراجع الحوار المباشر لصالح النقاشات السريعة والاختصارية، والتي غالباً ما تتسم بالحدة والانفعال، مما يعزز من حالة الاستقطاب ويقلل من فرص التفاهم.

وقد أشار نيكولاس كار إلى أن البيئة الرقمية نقلت من عمق التفكير وتزيد من الاستجابات السريعة، مما يضعف القدرة على التحليل النقدي للقضايا المعقدة (Carr, 2010, p. 87).

ثالثاً: أثر المحتوى السياسي الانتقائي في تعزيز الاستقطاب المجتمعي

يُعد المحتوى السياسي الانتقائي أحد العوامل الأكثر تأثيراً في تعميق الاستقطاب المجتمعي داخل البيئة الرقمية، لأنه يؤدي إلى إعادة إنتاج الانقسام عبر آلية التعرض الانتقائي والتكرار والتخصيص الخوارزمي للمحتوى.

فعندما يتعرض الأفراد بشكل متكرر لمحتوى يتوافق مع اتجاهاتهم السياسية، فإن ذلك يؤدي إلى تعزيز قناعاتهم السابقة، وزيادة ثقتهم بصحتها، وفي المقابل تقليل استعدادهم لقبول وجهات النظر الأخرى. ومع مرور الوقت، تتحول هذه العملية إلى حالة من "التطرف التدريجي"، حيث تصبح المواقف أكثر حدة وأقل مرونة.

وقد أكد كاس سنستين أن التعرض الانتقائي للمحتوى يؤدي إلى تعزيز الاستقطاب، لأن الأفراد داخل البيئات الرقمية المغلقة يميلون إلى تأكيد معتقداتهم بدلاً من مراجعتها (Sunstein, 2017, p. 45).

كما تلعب الخوارزميات الرقمية دوراً محورياً في تعزيز هذا الاتجاه، لأنها تقوم بترشيح المحتوى بناءً على التفاعل السابق للمستخدم، مما يؤدي إلى تعزيز التجانس المعلوماتي وتقليل التنوع الفكري.

ومن الناحية الاجتماعية، يؤدي هذا النمط من التعرض إلى تفكك المجال العام، حيث يصبح كل فريق داخل المجتمع يعيش في منظومة معلوماتية مختلفة، ويكوّن تصورات مختلفة عن القضايا نفسها، مما يجعل الوصول إلى توافقات اجتماعية أكثر صعوبة.

كما يؤدي المحتوى الانتقائي إلى تعزيز "التحيز التأكيدي"، حيث يبحث الأفراد عن المعلومات التي تؤكد معتقداتهم ويتجاهلون المعلومات المخالفة، وهو ما يعمق الانقسام ويضعف القدرة على الحوار.

ومن ثم يمكن القول إن العلاقة بين المحتوى السياسي الانتقائي والاستقطاب المجتمعي هي علاقة تفاعلية متبادلة، حيث يؤدي الانتقاء في التعرض إلى تعزيز الاستقطاب، بينما يؤدي الاستقطاب بدوره إلى زيادة الميل نحو الانتقاء، مما يخلق حلقة مغلقة من الانقسام المتزايد داخل المجتمع الرقمي.

الفصل الثالث: الإطار العملي للدراسة

منهج البحث وأداة جمع البيانات

اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي لملاءمته دراسة الظواهر الاتصالية المعاصرة، إذ يهدف هذا المنهج إلى وصف الظاهرة وتحليل أبعادها والعلاقات بين متغيراتها اعتماداً على البيانات الميدانية، بما يتيح تفسيرها بشكل علمي دقيق.

وتهدف الدراسة إلى تحليل دور المحتوى السياسي الانتقائي عبر وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز الاستقطاب المجتمعي، والكشف عن طبيعة التعرض لهذا المحتوى، ودور الخوارزميات الرقمية في توجيهه، إضافة إلى قياس مستوى الاستقطاب لدى الجمهور.

وقد استخدمت الدراسة الاستبانة بوصفها الأداة الرئيسية لجمع البيانات، حيث صُممت وفق مقياس ليكرت الخماسي لقياس اتجاهات المبحوثين نحو الفقرات الواردة فيها.

وتضمنت الاستبانة (٢٥) فقرة موزعة على خمسة محاور رئيسية هي:

- أنماط استخدام وسائل التواصل الاجتماعي .
- مستوى التعرض للمحتوى السياسي الانتقائي والثقة به .
- دور الخوارزميات الرقمية في توجيه المحتوى السياسي .
- سلوك الانتقاء السياسي لدى المستخدمين .
- مؤشرات الاستقطاب المجتمعي الناتج عن التعرض للمحتوى السياسي .



وقد تم توزيع (٢٠٠) استبانة على عينة من مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي، وتم تحليل البيانات باستخدام الأساليب الإحصائية المناسبة لاختبار فرضيات الدراسة.

صدق الأداة

تم التحقق من صدق أداة الدراسة من خلال عرضها على مجموعة من المحكمين المتخصصين في الإعلام والاتصال والعلوم الاجتماعية، بهدف التأكد من وضوح الفقرات ومدى ملاءمتها لأهداف الدراسة. وقد تم تعديل بعض الفقرات بناءً على ملاحظات المحكمين لتحقيق الدقة العلمية والوضوح المنهجي.

ثبات الاستبانة (اختبار كرونباخ ألفا)

الجدول رقم (١) معامل الثبات لمحاو الاستبانة

المحور	عدد الفقرات	معامل كرونباخ ألفا	النسبة المئوية
أنماط الاستخدام الرقمي	5	0.86	86%
التعرض للمحتوى السياسي الانتقائي	5	0.88	88%
دور الخوارزميات الرقمية	5	0.84	84%
سلوك الانتقاء السياسي	5	0.87	87%
الاستقطاب المجتمعي	5	0.90	90%
الكل	25	0.92	92%

تشير نتائج اختبار كرونباخ ألفا إلى أن جميع قيم الثبات جاءت أعلى من (٠,٧٠)، مما يدل على ارتفاع مستوى الاتساق الداخلي لأداة الدراسة، وبالتالي إمكانية الاعتماد على نتائجها في التحليل الإحصائي واختبار الفرضيات.

الخصائص الديموغرافية لعينة البحث

الجدول رقم (٢) الخصائص الديموغرافية

المتغير	الفئة	التكرار	النسبة المئوية
الجنس	ذكر	112	56%
	أنثى	88	44%
العمر	18-24 سنة	68	34%
	25-34 سنة	82	41%
	35-44 سنة	34	17%
	45 سنة فأكثر	16	8%
	ثانوي فأقل	30	15%
المستوى التعليمي	دبلوم	36	18%
	بكالوريوس	98	49%
	دراسات عليا	36	18%
معدل الاستخدام اليومي	أقل من ساعة	10	5%
	1-3 ساعات	54	27%
	3-5 ساعات	78	39%
	أكثر من ٥ ساعات	58	29%

تشير نتائج الجدول رقم (٢) إلى أن نسبة الذكور بلغت (٥٦%) مقابل (٤٤%) للإناث، وهو ما يدل على تقارب نسبي في مشاركة الجنسين في الدراسة مع ارتفاع طفيف لمشاركة الذكور، مما يعكس أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لمتابعة المحتوى السياسي لا يقتصر على فئة دون أخرى.

أما من حيث العمر، فقد جاءت الفئة (٢٥-٣٤ سنة) في المرتبة الأولى بنسبة (٤١%)، تلتها الفئة (١٨-٢٤ سنة) بنسبة (٣٤%)، وهو ما يعكس أن الفئات الشابة تمثل الشريحة الأكثر نشاطاً في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي



والتعرض للمحتوى السياسي الانتقائي، الأمر الذي يعزز من دور هذه الفئة في تشكيل اتجاهات الرأي العام داخل البيئة الرقمية.

وفيما يتعلق بالمستوى التعليمي، فقد شكل حملة البكالوريوس النسبة الأعلى بواقع (٤٩٪)، مما يشير إلى أن غالبية أفراد العينة يمتلكون مستوىً تعليمياً جيداً يسمح بفهم المحتوى السياسي وتحليله والتفاعل معه بشكل نقدي نسبياً، وهو ما ينعكس على طبيعة التفاعل مع المحتوى الانتقائي.

أما معدل الاستخدام اليومي، فقد أظهرت النتائج أن (٩٥٪) من أفراد العينة يستخدمون المنصات الرقمية لأكثر من ساعة يومياً، مع تصدر فئة (٣-٥ ساعات) بنسبة (٣٩٪)، وهو ما يدل على ارتفاع مستوى التعرض المستمر للمحتوى الرقمي، وبالتالي زيادة احتمالية التأثير بالمحتوى السياسي الانتقائي وما يحمله من رسائل وأفكار قد تسهم في تعزيز الاستقطاب المجتمعي.

اختبار الفرضيات

الفرضية الأولى: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ومستوى التعرض للمحتوى السياسي الانتقائي.

الجدول رقم (٣) محور أنماط الاستخدام الرقمي

الرقم	الفقرة	المتوسط	النسبة	الاتجاه
١	أستخدم وسائل التواصل لمتابعة الأخبار السياسية يومياً	4.21	84.2%	موافق
٢	تعد المنصات الرقمية مصدراً رئيساً للمعلومات السياسية	4.17	83.4%	موافق
٣	أشارك في التفاعل مع المحتوى السياسي	3.98	79.6%	موافق
٤	أعيد نشر المحتوى السياسي المتوافق مع آرائ	4.05	81.0%	موافق
٥	أتابع القضايا السياسية بشكل مستمر عبر المنصات	4.12	82.4%	موافق

تشير نتائج الجدول رقم (٣) إلى أن المتوسطات الحسابية لجميع الفقرات جاءت ضمن مستوى الموافقة، حيث تبين أن المبحوثين يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي بشكل مكثف لمتابعة الأخبار والقضايا السياسية، إذ بلغت أعلى فقرة "أستخدم وسائل التواصل لمتابعة الأخبار السياسية يومياً" متوسطاً قدره (٤,٢١). كما أظهرت النتائج أن غالبية أفراد العينة يعدون المنصات الرقمية مصدراً رئيساً للمعلومات السياسية، إضافة إلى مشاركتهم الفاعلة في التفاعل مع المحتوى وإعادة نشره. وهذا يدل على ارتفاع مستوى الاعتماد على وسائل التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات السياسية، مما يعزز من احتمالية التعرض للمحتوى السياسي الانتقائي بشكل مستمر.

الفرضية الثانية: توجد علاقة بين التعرض للمحتوى السياسي الانتقائي ومستوى الثقة بالمحتوى المتداول.

الجدول رقم (٤) محور التعرض للمحتوى السياسي الانتقائي والثقة به

الرقم	الفقرة	المتوسط	النسبة	الاتجاه
٦	أعرض غالباً لمحتوى يتوافق مع آرائ السياسية	4.22	84.4%	موافق
٧	أثق بالمحتوى السياسي الذي يؤكد موافقي	4.10	82.0%	موافق
٨	أتجنب المحتوى الذي يخالف قناعاتي	4.18	83.6%	موافق
٩	أجد صعوبة في تقبل الآراء السياسية المخالفة	3.96	79.2%	موافق
١٠	أعتبر المحتوى المتوافق أكثر مصداقية	4.07	81.4%	موافق

تشير نتائج الجدول رقم (٤) إلى وجود مستوى مرتفع من التعرض للمحتوى السياسي الانتقائي، حيث جاءت فقرة "أعرض غالباً لمحتوى يتوافق مع آرائ السياسية" بمتوسط (٤,٢٢)، مما يدل على ميل واضح لدى المبحوثين نحو اختيار المحتوى المتوافق مع اتجاهاتهم الفكرية والسياسية. كما أظهرت النتائج أن الأفراد يميلون إلى الثقة بالمحتوى الذي يؤكد مواقفهم السياسية، مع وجود اتجاه واضح لتجنب المحتوى المخالف لتلك المواقف. وهذا يعكس بوضوح ظاهرة التحيز التأكيدي داخل البيئة الرقمية، حيث يسهم التعرض الانتقائي في تعزيز القناعات السابقة وتقليل الانفتاح على الآراء المختلفة.

الفرضية الثالثة: تسهم الخوارزميات الرقمية في تعزيز المحتوى السياسي الانتقائي.



الجدول رقم (٥) محور دور الخوارزميات الرقمية

الرقم	الفقرة	المتوسط	النسبة	الاتجاه
١١	الخوارزميات تتحكم في نوع المحتوى الذي يصلني	4.25	85.0%	موافق
١٢	يتم عرض محتوى يتوافق مع اهتمامي السياسي فقط	4.30	86.0%	موافق
١٣	تقلل المنصات من ظهور الآراء المخالفة لي	4.11	82.2%	موافق
١٤	تؤثر التوصيات الرقمية في مواقفي السياسية	4.08	81.6%	موافق
١٥	ألاحظ تشابهاً كبيراً في المحتوى المعروض لي	4.16	83.2%	موافق

تشير نتائج الجدول رقم (٥) إلى أن المبحوثين يدركون بشكل واضح الدور الذي تلعبه الخوارزميات الرقمية في تشكيل طبيعة المحتوى السياسي المعروض لهم، حيث جاءت فقرة "يتم عرض محتوى يتوافق مع اهتمامي السياسي فقط" بمتوسط (٤,٣٠)، وهو الأعلى بين الفقرات. كما تبين أن الخوارزميات تسهم في تقليل ظهور الآراء المخالفة، وتؤثر بشكل مباشر في مواقف المستخدمين السياسية من خلال التوصيات الرقمية. وهذا يدل على أن الخوارزميات أصبحت عاملاً رئيساً في توجيه المحتوى السياسي، مما يعزز من حالة التجانس المعلوماتي ويحد من تنوع المصادر، وبالتالي يساهم في تعزيز المحتوى السياسي الانتقائي.

الفرضية الرابعة: توجد علاقة بين سلوك الانتقاء السياسي ومستوى الاستقطاب المجتمعي.

الجدول رقم (٦) محور سلوك الانتقاء السياسي

الرقم	الفقرة	المتوسط	النسبة	الاتجاه
١٦	أفضل متابعة الصفحات التي تشبه آرائي	4.19	83.8%	موافق
١٧	أتجنب النقاشات مع أصحاب الآراء المخالفة	4.02	80.4%	موافق
١٨	أشارك المحتوى الذي يعزز موقفي السياسي	4.14	82.8%	موافق
١٩	أرفض غالباً الآراء السياسية المختلفة	3.97	79.4%	موافق
٢٠	أتحيز للمصادر التي تدعم قناعاتي	4.21	84.2%	موافق

تشير نتائج الجدول رقم (٦) إلى وجود سلوك انتقائي واضح لدى مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي، حيث أظهرت الفقرات أن المبحوثين يفضلون متابعة الصفحات التي تتوافق مع آرائهم السياسية، ويشاركون المحتوى الذي يعزز مواقفهم، مع ميل نسبي لتجنب الآراء المخالفة. وقد جاءت فقرة "أفضل متابعة الصفحات التي تشبه آرائي" بمتوسط (٤,١٩)، مما يدل على ارتفاع مستوى الانتقاء في التعرض للمحتوى السياسي. وهذا يشير إلى أن سلوك المستخدمين داخل البيئة الرقمية يسهم بشكل مباشر في تعزيز الانغلاق الفكري وتقليل التفاعل مع التنوع السياسي.

الفرضية الخامسة: يسهم المحتوى السياسي الانتقائي في تعزيز الاستقطاب المجتمعي.

الجدول رقم (٧) محور الاستقطاب المجتمعي

الرقم	الفقرة	المتوسط	النسبة	الاتجاه
١٦	يزيد المحتوى الانتقائي من حدة الانقسام الاجتماعي	4.28	85.6%	موافق
١٧	تقل فرص الحوار مع اختلاف الآراء السياسية	4.17	83.4%	موافق
١٨	تؤدي البيئة الرقمية إلى تعزيز الانقسام السياسي	4.23	84.6%	موافق
١٩	يزداد التوتر عند النقاشات السياسية عبر المنصات	4.11	82.2%	موافق
٢٠	يساهم المحتوى المتشابه في تعزيز التطرف الفكري	4.15	83.0%	موافق

تشير نتائج الجدول رقم (٧) إلى أن المحتوى السياسي الانتقائي يسهم بشكل واضح في تعزيز الاستقطاب المجتمعي، حيث جاءت جميع الفقرات ضمن مستوى الموافقة المرتفع، وكان أبرزها "يزيد المحتوى الانتقائي من حدة الانقسام الاجتماعي" بمتوسط (٤,٢٨). كما أظهرت النتائج أن البيئة الرقمية تقلل من فرص الحوار بين أصحاب الآراء المختلفة، وتزيد من التوتر في النقاشات السياسية، إضافة إلى مساهمتها في تعزيز التطرف الفكري. وهذا يدل على وجود علاقة مباشرة بين المحتوى السياسي الانتقائي ومستوى الاستقطاب المجتمعي، حيث يؤدي تكرار التعرض للمحتوى المتجانس إلى تعميق الانقسام داخل المجتمع الرقمي.



نتائج الدراسة

في ضوء تحليل البيانات الميدانية واختبار فرضيات الدراسة، توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج الرئيسية التي تعكس طبيعة العلاقة بين المحتوى السياسي الانتقائي عبر وسائل التواصل الاجتماعي ومستوى الاستقطاب المجتمعي، ويمكن عرضها على النحو الآتي:

- ارتفاع مستوى استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لمتابعة المحتوى السياسي أظهرت النتائج أن غالبية أفراد العينة يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي بشكل مكثف لمتابعة الأخبار والقضايا السياسية، حيث تعد هذه المنصات مصدراً رئيساً للمعلومات السياسية، مما يزيد من فرص التعرض المستمر للمحتوى السياسي المتداول عبر البيئة الرقمية .
- وجود مستوى مرتفع من التعرض للمحتوى السياسي الانتقائي كشفت النتائج عن ميل واضح لدى المبحوثين نحو متابعة المحتوى السياسي الذي يتوافق مع اتجاهاتهم الفكرية والسياسية، مع تجنب المحتوى المخالف لها، الأمر الذي يعكس انتشار ظاهرة الانتقاء في التعرض للمعلومات داخل البيئة الرقمية .
- ارتفاع مستوى الثقة بالمحتوى السياسي المتوافق مع الاتجاهات الشخصية أظهرت الدراسة أن الأفراد يميلون إلى منح درجة أعلى من الثقة للمحتوى السياسي الذي يعزز مواقفهم السياسية، في حين تتخفف درجة الثقة بالمحتوى المخالف، وهو ما يدل على تأثير التحيز التأكيدي في تشكيل الاتجاهات السياسية لدى المستخدمين .
- وجود دور واضح للخوارزميات الرقمية في تعزيز المحتوى السياسي الانتقائي أثبتت النتائج أن الخوارزميات الرقمية تسهم في توجيه المستخدمين نحو محتوى سياسي متشابه مع اهتماماتهم وتفضيلاتهم السابقة، مما يؤدي إلى تقليل تنوع المعلومات المعروضة وتعزيز ظاهرة غرف الصدى داخل البيئة الرقمية .
- انتشار سلوك الانتقاء السياسي بين مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي أظهرت النتائج أن المستخدمين يفضلون متابعة الصفحات التي تتوافق مع آرائهم السياسية، ويشاركون المحتوى الذي يعزز مواقفهم، مع ميل واضح لتجنب النقاشات مع أصحاب الآراء المخالفة .
- وجود علاقة مباشرة بين التعرض للمحتوى السياسي الانتقائي ومستوى الاستقطاب المجتمعي كشفت النتائج عن أن التعرض المتكرر للمحتوى السياسي المتجانس يؤدي إلى تعزيز الانقسام داخل المجتمع، ويقلل من فرص الحوار والتفاهم بين الأفراد، مما يسهم في زيادة حدة الاستقطاب المجتمعي .
- تأثير البيئة الرقمية في زيادة التوتر في النقاشات السياسية أظهرت الدراسة أن النقاشات السياسية عبر وسائل التواصل الاجتماعي تتسم بارتفاع مستوى التوتر والانفعال، نتيجة اختلاف الآراء وتكرار التعرض لمحتوى متحيز أو عاطفي .
- تزايد احتمالات التطرف الفكري نتيجة التعرض المتكرر للمحتوى المتشابه أثبتت النتائج أن تكرار التعرض لمحتوى سياسي متجانس يؤدي إلى تعزيز المواقف المتشددة وتقليل الاستعداد لتقبل الآراء المختلفة، وهو ما يعكس دور المحتوى الانتقائي في تعميق الانقسام الفكري داخل المجتمع .

توصيات الدراسة

- في ضوء النتائج التي توصلت إليها الدراسة، يمكن تقديم مجموعة من التوصيات التي تسهم في الحد من آثار المحتوى السياسي الانتقائي وتعزيز الحوار المجتمعي، على النحو الآتي:
- تعزيز الوعي الإعلامي لدى مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي من خلال تنظيم برامج توعوية وتدريبية تهدف إلى تنمية مهارات التفكير النقدي وتحليل المحتوى الإعلامي، بما يساعد الأفراد على التمييز بين المعلومات الموضوعية والمعلومات المتحيزة .
 - تشجيع تنوع مصادر المعلومات السياسية ينبغي حث المستخدمين على متابعة مصادر إعلامية متعددة ومتنوعة، وعدم الاعتماد على مصدر واحد للمعلومات السياسية، بما يسهم في تقليل ظاهرة الانتقاء المعلوماتي .
 - تطوير سياسات إعلامية تحد من انتشار المحتوى المتحيز على المؤسسات الإعلامية والمنصات الرقمية العمل على وضع معايير مهنية واضحة لتنظيم المحتوى السياسي، وتعزيز المحتوى الموضوعي الذي يدعم الحوار والتفاهم بين أفراد المجتمع .



- تعزيز ثقافة الحوار والتسامح داخل المجتمع من خلال دعم المبادرات المجتمعية التي تشجع على الحوار البناء بين أصحاب الآراء المختلفة، بما يساهم في تقليل مستويات الاستقطاب المجتمعي .
- إدماج التربية الإعلامية الرقمية في المناهج التعليمية بهدف إعداد جيل قادر على التعامل مع البيئة الرقمية بوعي ومسؤولية، وفهم طبيعة الخوارزميات الرقمية وتأثيرها في تشكيل الرأي العام .
- تشجيع إجراء المزيد من الدراسات العلمية حول الاستقطاب الرقمي خاصة في المجتمعات العربية، بهدف فهم أعمق لطبيعة العلاقة بين وسائل التواصل الاجتماعي والاستقطاب المجتمعي، وتطوير حلول علمية لمعالجة هذه الظاهرة .
- تعزيز دور المؤسسات الإعلامية في نشر المحتوى المتوازن من خلال تقديم محتوى إعلامي موضوعي يعكس وجهات نظر متعددة، ويساهم في بناء رأي عام قائم على الحوار والتفاهم.

المراجع

المراجع العربية

١. عبد الحميد، م. (2015). نظريات الإعلام واتجاهات التأثير . عالم الكتب.
٢. عبد الحميد، م. (2018). الإعلام الجديد وتكنولوجيا الاتصال . عالم الكتب.
٣. عبد الحميد، م. (2019). الاتصال والإعلام على شبكة الإنترنت . عالم الكتب.
٤. عزي، ع. ا. ر. (2014). نظريات الاتصال . دار الهدى.
٥. عزي، ع. ا. ر. (2017). الإعلام الجديد: المفاهيم والنظريات والتطبيقات . دار المسيرة.
٦. علم الدين، م. (2014). تكنولوجيا المعلومات والاتصال ومستقبل صناعة الإعلام . دار السحاب للنشر.
٧. الكيالي، ع. ا. و. (1993). الموسوعة السياسية . المؤسسة العربية للدراسات والنشر.
٨. مكاي، ح. ع. ، & السيد، ل. ح. (2016). الاتصال ونظرياته المعاصرة . الدار المصرية اللبنانية.
٩. مكاي، ح. ع. ، & السيد، ل. ح. (2018). الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات . الدار المصرية اللبنانية.

المراجع الأجنبية

1. Brewer, P. R. (2014). *The psychology of political communication*. Routledge.
2. Carr, N. (2010). *The shallows: What the Internet is doing to our brains*. W.W.
3. Castells, M. (2010). *The rise of the network society*. Blackwell Publishing.
4. Castells, M. (2015). *Networks of outrage and hope: Social movements in the Internet age*. Polity Press.
5. Festinger, L. (1957). *A theory of cognitive dissonance*. Stanford University Press.
6. Gillespie, T. (2014). The relevance of algorithms. In T. Gillespie, P. J. Boczkowski, & K. A. Foot (Eds.), *Media technologies: Essays on communication, materiality, and society* (pp. 167–194). MIT Press.
- Howard, P. N. (2013). *Digital media and the Arab Spring*. Oxford University Press.
7. McQuail, D. (2010). *McQuail's mass communication theory*. Sage Publications.
8. Pariser, E. (2011). *The filter bubble: What the Internet is hiding from you*. Penguin
9. Park, D. (2016). *The rise of social media*. Routledge.
10. Rafaeli, S. (1988). Interactivity: From new media to communication. In R. P. Hawkins, J. M. Wiemann, & S. Pingree (Eds.), *Advancing communication science: Merging mass and interpersonal processes* (pp. 110–134). Sage.
11. Sunstein, C. R. (2007). *Republic.com 2.0*. Princeton University Press.
12. Sunstein, C. R. (2017). *#Republic: Divided democracy in the age of social media*. Princeton University Press.



References

1. Abdel-Hamid, M. (2015). *Media Theories and Impact Trends*. Alam Al-Kutub.
2. Abdel-Hamid, M. (2018). *New Media and Communication Technology*. Alam Al-
3. Abdel-Hamid, M. (2019). *Communication and Media on the Internet*. Alam Al-
4. Azzi, A. (2014). *Communication Theories*. Dar Al-Hoda.
5. Azzi, A. (2017). *New Media: Concepts, Theories, and Applications*. Dar Al-
6. Alam El-Din, M. (2014). *Information and Communication Technology and the Future of the Media Industry*. Dar Al-Sahab for Publishing.
7. Al-Kayyali, A. (1993). *The Political Encyclopedia*. Arab Institute for Research and
8. Mekawy, H. I., & El-Sayed, L. H. (2016). *Communication and its Contemporary Theories*. Egyptian Lebanese House.
9. Mekawy, H. I., & El-Sayed, L. H. (2018). *New Media: Concepts, Tools, and Applications*. Egyptian Lebanese House.