

تأثير التضييل الإعلامي عبر الإعلام الرقمي على المشاركة السياسية للشباب الجامعي

دراسة ميدانية على عينة من طلاب الجامعات في السودان

أستاذ الإعلام والاتصال المشارك – عميد كلية الآداب
جامعة أم درمان الأهلية
أستاذ مساعد – جامعة أم درمان الأهلية

د. آدم أحمد آدم

د. سارة إبراهيم محمد

المستخلص:

تتناول هذه الدراسة موضوع التضييل الإعلامي عبر الإعلام الرقمي وتأثيره على المشاركة السياسية للشباب الجامعي، ومع التغيرات السياسية الكبيرة التي عاشها السودان بعد ثورة ديسمبر 2018 ومحاولة البلاد الانتقال من مرحلة الحكم الشمولي للتحوّل الديمقراطي نمت ظاهرة التضييل الإعلامي والأخبار الزائفة بشكل لا يصدق وأثرت بشكل مباشر على عملية التحوّل الديمقراطي في السودان الأمر الذي يتطلب دراستها ومعرفة أسبابها، تحاول الدراسة الإجابة على سؤال رئيس ومهم: ما تأثير التضييل الإعلامي عبر الإعلام الرقمي على عملية المشاركة السياسية للشباب الجامعي في السودان؟ وتنبع أهمية الدراسة في أنها تناقش قضية تهم كافة فئات المجتمع السوداني بصورة عامة والشباب الجامعي على وجه الخصوص مع الكم الكبير من المعلومات التي يتم تداولها فيما يتعلق بموضوع التحوّل الديمقراطي بعد ثورة ديسمبر 2018، تهدف الدراسة إلى التعرف على تأثير التضييل الإعلامي على المشاركة السياسية للشباب الجامعي في السودان، كما تهدف إلى التعرف على تأثير المحتوى الإعلامي المضلل الذي يبث عبر الإعلام الرقمي على تشكيل الوعي السياسي للشباب الجامعي، استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي بطريقة المسح الاجتماعي وتم اختيار عينة بطريقة عمدية من المجتمع الأصلي كما تم استخدام الاستبانة كأداة رئيسة لجمع البيانات المتعلقة بالدراسة، وخرجت الدراسة بالعديد من النتائج منها: يؤثر التضييل الإعلامي سلباً على عملية المشاركة السياسية للشباب الجامعي وبالتالي إلى تقويض عملية الانتقال الديمقراطي، كما توصلت الدراسة لعدة توصيات من أهمها: نشر الوعي السياسي بين الشباب وتدعيم دور المشاركة السياسية من خلال وسائل الإعلام الرقمي، ضرورة امتلاك الشباب لأدوات الكشف والتحقيق من المحتوى المزيف في وسائل الإعلام للتمييز بين المعلومات الحقيقية وتلك المضللة.

الكلمات المفتاحية: إعلام رقمي - تضييل إعلامي - مشاركة سياسية - شباب جامعي - أخبار زائفة.

The impact of media disinformation through digital media on the political participation of university youth

A field study on a sample of University Students in Sudan

Dr. Adam Ahmed Adam 1 - "Associate Professor of Communication and Media - Dean of the Faculty of Arts - Omdurman Ahlia University"

Dr. Sarah Ibrahim Mohammed 2 - Assistant Professor - Omdurman Ahlia University

Summary:

This study tackles the issue of media disinformation through digital media and its impact on the political participation of university youth, and in the shade of great political changes through which Sudan passes through after December Revolution in 2018 and the attempt of the country's transformation from totalitarian regime to a democratic transition, in this time a phenomena of media disinformation and fake news notoriously emerged and had an immediate effects on the process of democratic transition in Sudan, which requires searching to identify its causes. The study attempts to answer a salient major question: What is the impact of media disinformation representing in digital media, on the process of political participation of university youth in Sudan? The significance of this study resides in the fact that it discusses an issue of concern to all groups of Sudanese society in general, and university youth, with the large amount of information that is circulated regarding the issue of democratic transition after the December 2018 revolution. The study aims to identify the impact of media disinformation on the political participation of university youth in Sudan and aims to identify the impact of misleading media content that is broadcast through digital media on shaping the political awareness of university youth. The researcher adopts descriptive and analytical method via social survey. A purposive sample is selected from the original study population. The study adopts a questionnaire as a major tool for study data collection. The study comes out with many results, including media disinformation negatively affects the process of political participation of university youth and thus undermines the process of democratic transition. The study has come up with several recommendations, such as raising political awareness among youth and supporting the role played by political participation through digital media. The study emphasizes the significance of equipping the youth with tools to detect and verify fake content in the media to distinguish between information The real and the fake.

Keywords: digital media - disinformation - political participation - university youth - fake news.

المقدمة:

يُعد مصطلح الإعلام الرقمي من المصطلحات الشائعة وأصبح هو الإعلام المسيطر في عالم اليوم لتضمنه كافة خصائص الإعلام التقليدي بالإضافة إلى العديد من الإمكانيات والمزايا الأخرى التي لا تتوفر في الإعلام التقليدي، ومع وبروز شبكات التواصل الاجتماعي والتدفق المعلوماتي ظهر مصطلح آخر وهو التضليل الإعلامي، ومع الحرية المطلقة التي يتيحها الإعلام الرقمي تضاعفت خطورة التضليل الإعلامي والمعلوماتي للرأي العام لما يتسم به العالم الرقمي الافتراضي من سرعة وسهولة في تدفق الأخبار والمعلومات في فضاء الإنترنت أو القرية الكونية.

إن التضليل الإعلامي والمعلوماتي يعد من أكبر وأخطر مهددات الديمقراطية في كل دول العالم، بل حتى في أعرق الديمقراطيات وأكثرها رسوخاً واستدامة والتي يمثل الإعلام الحر المستقل وكفالة حقوق حرية التعبير والوصول إلى المعلومات إحدى أعمدها الرئيسية، يشهد السودان عملية انتقال ديمقراطي هشه ومعقدة بعد سنين طويلة من الحكم الشمولي، الشئ الذي أدى إلى أن تصبح قضية التضليل الإعلامي والمعلوماتي ذات تأثير كبير ومضاعف ومن أسباب إعاقة عملية التحول الديمقراطي.

مشكلة الدراسة وتساؤلاتها:

تعرض مشكلة الدراسة لموضوع تأثير التضليل الإعلامي وبيان ودوره في عملية المشاركة السياسية، وتتمثل مشكلة الدراسة في سؤال رئيس مهم: ما تأثير التضليل الإعلامي عبر الإعلام الرقمي على عملية المشاركة السياسية للشباب الجامعي في السودان؟

وتتفرع من هذا السؤال الأسئلة التالية:

- 1 - ما مفهوم التضليل الإعلامي والمعلوماتي؟
- 2 - ما تأثير التضليل الإعلامي عبر الإعلام الرقمي على المشاركة السياسية للشباب الجامعي؟
- 3 - ما مدى إسهام التضليل الإعلامي والمعلوماتي في الحد من المعرفة السياسية للشباب الجامعي؟
- 4 - ما طبيعة تأثيره التضليل الإعلامي على صناعة الرأي العام وتشكيله لدى الشباب الجامعي؟
- 5 - ما الأساليب التي تتبعها وسائل الإعلام الرقمي في عملية التضليل الإعلامي؟

أهمية الدراسة:

تنبع أهمية الدراسة في أنها تتناول موضوعاً مهماً وهو التضليل الإعلامي الذي أصبح يمثل ظاهرة خطيرة تمس حياة المجتمع بصورة مباشرة وذلك لما يتسم به العالم الرقمي الافتراضي من سرعة وسهولة في تدفق الأخبار والمعلومات في فضاء الإنترنت أو القرية الكونية، وتأتي أهمية الدراسة في أنها تعكس خطورة التضليل الإعلامي في الحد أو التأثير على المشاركة السياسية للشباب الجامعي في السودان خاصة بعد التحولات السياسية التي تعيشها البلاد بعد ثورة ديسمبر 2018.

أهداف الدراسة:

1. الإحاطة بالمفاهيم المرتبطة بالتضليل الإعلامي.
2. التعرف على دوافع تعرض الشباب الجامعي للمضامين السياسية عبر وسائل الإعلام الرقمي.

3. إبراز تأثير التضليل الإعلامي على المشاركة السياسية للشباب الجامعي في السودان.
4. التعرف على أكثر وسائل الإعلام الرقمي التي تستخدم في التضليل الإعلامي من وجهة نظر الشباب الجامعي في السودان.
5. تسليط الضوء على دوافع وأهداف التضليل الإعلامي عبر الإعلام الرقمي.
6. الكشف عن تأثير التضليل الإعلامي على الاتجاهات السياسية للشباب الجامعي.
7. الكشف عن أكثر المحتويات السياسية التي تتعرض للتضليل الإعلامي.

منهج الدراسة وأدواتها:

سيستخدم الباحث المنهج المسحي وذلك لطبيعة البحث التي تتطلب جمع بيانات ومعلومات من الجمهور، والدراسات المسحية (Survey studies) هي جمع معلومات وبيانات عن ظاهرة للتعرف عليها وتحديد وضعها ومعرفة جوانب الضعف والقوة فيها، لمعرفة مدى الحاجة لإجراء تغييرات فيها، ويعتبر المسح أكثر طرق البحث التربوي والاجتماعي استخداماً، ذلك لأننا بواسطته نجمع وقائع ومعلومات موضوعية عن ظاهرة معينة أو حادثه مخصصة، أو جماعة من الجماعات، أو ناحية من النواحي.⁽¹⁾

سيستخدم الباحث الاستبانة في عملية جمع المعلومات، وتعتبر الاستبانة أو الاستقصاء أداة ملائمة للحصول على معلومات وبيانات وحقائق مرتبطة بظاهرة معينة من الظواهر ومن ثم تحليلها وتفسيرها وصولاً لنتائج محددة.

مفاهيم الدراسة:

التضليل الإعلامي:

هو مشروع منظم ومخطط يهدف إلى تشويش الأذهان والتأثير على العقل كما على العواطف والمخيلة، وليس له سوى هدف واحد هو إدخال الشكوك وخلق الاضطراب وهدم المعنويات، ويعمل التضليل على جميع مستويات أصحاب القرار حتى المواطنين العاديين، كما يجعل من وسائل الإعلام أداة لنشر وتعميم الرسالة التضليلية باتجاه الرأي العام.⁽²⁾

المشاركة السياسية:

المشاركة السياسية هي شكل من أشكال الممارسة السياسية، تتعلق ببنية نظام سياسي وآليات عملياته المختلفة، حيث يكمن موقعها داخل النظام السياسي في المدخلات سواء أكانت لتقديم المساندة للسلطة القائمة أم المعارضة، ولكنها تستهدف تغيير مخرجات النظام السياسي بالصورة التي تلائم مطالب الأفراد والجماعات الذين يقومون عليها.⁽³⁾

الشباب الجامعي:

يقصد الباحث في هذه الدراسة بالشباب الجامعي كل طالب أو طالبة ملتحقاً بأحد مؤسسات التعليم العالي التي اختارها الباحث عينة في أثناء إجراء هذه الدراسة.

أولاً: مفهوم التضليل الإعلامي:

يعد التضليل الإعلامي في عصرنا الحالي أحد أدوات السيطرة على الرأي العام باستخدام تقنيات ووسائل الاتصال الحديثة، ويستخدم بشكل كبير في الخطاب السياسي الموجه نحو هدف معين للإغواء

والتلاعب والاحتيايل على المفاهيم ذات الصلة، يستخدم التضليل الإعلامي في حملات الدعاية لتضخيم الأحداث التفاهة وتبسيط الأحداث المهمة وتناولها بشكل سطحي، ويسعى إلى توجيه المتلقي من خلال استهدافه بحرب نفسية وهي حرب في غاية الخطورة أدواتها غسيل العقول وصناعة الأكاذيب. فالتضليل تصب غايته على صرف الانتباه عن عنصر الحقيقة في موضوع معين أو إخفائها عن الجمهور المستقبل ووسائله هي التلوين والرمز أو التقييم أو الاجتزاء في نقل المعلومات عن الحدث وعن سياسة معينة في ظرف زمني محدد، وغالبا ما تبرز الحاجة إليه أبان الأزمات السياسية وفي أوقات الحروب الداخلية أو الدولية، ومن أمثلة ذلك ما تصدره الدول من بيانات سياسية لوسائل الإعلام والرأي العام من أحداث داخلية، أو مواقف معينة بصورة مغايرة للحقيقة وبما يخدم مصلحة الدولة المعنية، ومثلها أيضا البيانات العسكرية بين الدول المتحاربة من احتلال مواقع عسكرية أو تحقيق انتصارات ميدانية غير حقيقية⁽⁴⁾

أنواع التضليل الإعلامي: (5)

1. التضليل بالانتقائية المتحيزة: التي تنتقي بعض الكلمات والحقائق والاقتراسات والمصادر وتتجاهل الأخرى، وتقوم بالتركيز على حقيقة وإغفال الحقيقة الأخرى المرتبطة بها.
2. التضليل بالتلاعب بالمعلومات و ترتيب الحقائق: بحيث تعطي معاني و انطباعات معينة، ويتم تفسيرها بشكل معين، يخالف الواقع.
3. 3- التضليل بإهمال خلفية الأحداث: مما يجعلها ناقصة ومشوهة ولا يستطيع المتلقي فهمها وتفسيرها.
4. التضليل بالمزج والخلط: وعدم التمييز بين الأخبار من ناحية والرأي والتحليل والتعليق من ناحية أخرى، فلا يعرف المتلقي هل هذا جزء من الخبر؟ أو هو رأي الصحفي ووجهة نظره.
5. التضليل بالمعلومات التي ليس لها علاقة بالحدث على حساب الحقائق المهمة.
6. التضليل بالعناوين: ومقدمات الأخبار المعتمدة على المبالغة والتحويل والغموض والمعلومات الناقصة، مما لا يتفق أحيانا مع مضمون الخبر.
7. التضليل باستخدام مفردات: معينة تؤدي إلى إصدار أحكام بالإدانة على المواقف والأشخاص و الجماعات أو الدول، أو تحمل وجهة نظر بالتأييد أو الرفض.
8. التضليل باختيار قضايا ومشكلات زائفة والابتعاد عن قضايا أخرى تهم الجمهور، وتساهم في تشكيل الوعي الصحيح.
9. التضليل بإغراق الجمهور بمعلومات لا تهمه: ولا يحتاج إليها مما يطلق عليه النفايات المعلوماتية.
10. التضليل بالإغراق بكم كبير جدا من المعلومات: لا يستطيع المتلقي الربط بينها أو تفسيرها، مما يوقعه بالسلبية وشعوره بالعجز أمام طوفان المعلومات.
11. التضليل بلفت الأنظار عن قضية معينة: بتسليط الضوء على قضية أخرى وحصص التفكير فيها وتشيت الانتباه عن القضية الأصلية.

12. التضليل بالتعتيم والتغيب: والحذف والتجاهل، سواء كان ذلك لقضية أو حدث أو مشكلة مما يجعلها خارج وعي الجمهور.
13. التضليل بالتضخيم والتهويل: لقضية أو حدث أو مشكلة، ليرك ذلك انطبعا زائفا بحجمها لدى الجمهور.
14. التضليل بالتهوين وتقليل قيمة الموضوع: رغم أهميته للجمهور وعلاقته بمصالحهم واهتماماتهم.
15. التضليل بالتفكيك والتجزئ: وحصر النقاش في جزئيات بعينها، وقطعها عن الإطار العام وسياقها الطبيعي وصورتها الكاملة.
16. التضليل بقلب الصورة: حتى يصل الأمر أحيانا الى تصوير المجرم بأنه ضحية، والضحية هو المجرم المعتدي.
17. التضليل بالكاركاتير السياسي والاجتماعي: الذي يتعامل معه الناس باعتباره طرفة و تسلية، بينما هو رأي وموقف ورسالة مؤثرة، تجمع بين خصائص الكلمة وخصائص الصورة.
18. التضليل باختيار أضعف وأسوأ شخصية: ممكنة لتمثيل قضية ما في حوار أو حديث إعلامي لكي يتم إسقاط القضية و تشويهاها عبر هذه الشخصية المهزوزة السيئة أو الضعيفة.
19. التضليل بالحوار المشوه: الذي يتم فيه التغيب الكلي المتعمد للقضية الجوهرية المحورية، والإغراق بالتفاصيل الهامشية والثانويات الصغيرة ذات الأثر المحدود على القضية المحورية التي تم تغييها قسرا.
20. التضليل بتكرار الفكرة الخاطئة وترسيخها مهما تكن خاطئة، وتعزيز السلوك المنحرف وترسيخه مهما يكن منحرفا وذلك بالتكرار المستمر المتواصل حتى تستقر في وعي الجمهور.

أهداف التضليل الإعلامي:

1. السلبية: وهي السلبية الفردية والتي تتحول بالجمع إلى سلبية جماعية تجعل أمر قيادة العقول أسهل بكثير من قيادة جماعات إيجابية وربما يمكن الاستغناء عن التضليل الإعلامي إذا وصل الرأي العام إلى السلبية التامة.
2. توجيه وتغيير الثقافة: من الممكن فرض نوع معين من الثقافة عن طريق المطاردة المستمرة من وسائل الإعلام، ومن ثم توجيه هذه الثقافة بكاملها لتغيير الاهتمامات بثقافات محددة تخدم أهداف التضليل.
3. إرساء القيم الاستهلاكية: لخدمة مصالح القوى الاستثمارية لتلبية احتياجات رؤوس الأموال حتى وإن تعارض مع المصلحة العامة.
4. تقرير وتبرير وتعزيز الوضع الراهن: مما يضمن إظهار الأنظمة بأنها تبدل قسارى جهودها ولا يوجد من يدنو من الجهد المذول.⁽⁶⁾

أساليب التضليل الإعلامي:

1. التخويف: والغرض منه التلاعب بمشاعر الجماهير بالتلويح باستخدام القوة حول أمر ما لبث الرعب والخوف والكرهية وبالتالي اختيار الإيحاءات الاجتماعية التي تثير الاستجابة المرغوبة.

2. البساطة: قد يتصف التضليل بأبسط قدر من البساطة في صياغة الرسالة الاتصالية وفي الهدف المطلوب لأن التعقيد في صياغة الرسالة يولد الملل بل يؤدي ذلك إلى إثارة سلبية.⁽⁷⁾
 3. التكرار: من الثوابت الإعلامية أن التكرار لعبارة ما بشكل كاف سوف يجعل الجمهور يتقبلها مع مرور الوقت، والأمثلة كثيرة وخصوصا باستخدام تكرار الشعارات السياسية.⁽⁸⁾
 4. الكذب الصريح: استخدام الكذب واختلاق الكذبات الكبيرة، ومن أمثلتها المبالغة في تصوير القوة العراقية وتضخيم المعلومات عنها قبل حرب العراق مع دول التحالف 1999.⁽⁹⁾
 5. إغراق وسائل الإعلام بأكثر الإخبار تناقضا بحيث تفقد أي معنى عند استعمالها إذ يضيع المشاهد أو القارئ في غاية من الإشارات والعلامات والمؤشرات التي تلغي بعضها البعض بفعل الإفراط في ضخ المعلومات والأخبار وبفعل فوضى المعلومات والأخبار.⁽¹⁰⁾
- ولكي يؤدي التضليل الإعلامي دوره بفعالية أكبر لابد من إخفاء شواهد وجوده، أي أن التضليل يكون ناجحا عندما يشعر المضللون بأن الأشياء هي على ما هي عليه من الوجهة الطبيعية والحتمية بإيجاز شديد نقول: إن التضليل الإعلامي يقتضي واقعا زائفا هو الإنكار المستمر لوجوده أصلا، وعلى ذلك فلا بد من أن يؤمن الشعب الذي يجري تضليله بحياد مؤسساته الاجتماعية والرئيسة.⁽¹¹⁾

ثانياً: المشاركة السياسية:

تُعرف المشاركة السياسية بأنها الأنشطة الإرادية التي يقوم بها المواطن بهدف التأثير بشكل مباشر أو غير مباشر في عملية إختيار الحكام أو التأثير في القرارات والسياسات التي يتخذونها، وتشمل هذه الأنشطة التصويت ومتابعة الأمور السياسية والمناقشات السياسية مع الآخرين، وحضور ندوات أو مؤتمرات عامة أو المشاركة في الحملة الانتخابية بالمال والدعاية أو الانضمام إلى جماعات المصالح والانخراط في عضوية الأحزاب والاتصال بالمسؤولين والترشيح للمناصب العامة وتقلد المناصب السياسية، كما تتضمن أساليب التظاهر والإضراب وغيرها من السلوكيات التي يحددها القانون.⁽¹²⁾

إن المشاركة السياسية هي شكل من أشكال الفعل السياسي بهدف دعم الأنظمة السياسية أو معارضتها، وتأخذ أشكالاً عديدة مثل الاحتجاجات الجماهيرية والإضراب السياسي والوقفات الاحتجاجية وغيرها، وتكون سلمية في أغلب الأحيان في مطالبها ولكنها قد تأخذ أشكالاً عنيفة في بعض الأحيان، ومع التطور الكبير في وسائل الإعلام الرقمي وخاصة منصات التواصل الاجتماعي أصبح من الممكن استخدام هذه الوسائل كأدوات للمشاركة السياسية وعكس بعض القضايا وحشد الدعم والتأييد الجماهيري.⁽¹³⁾ ومن الملاحظ مفهوم المشاركة السياسية يرتبط مع عدد كبير من المفاهيم الأخرى ويتداخل معها كمفاهيم الرأي العام، التنشئة السياسية، التنمية السياسية، الثقافة السياسية والوعي السياسي، الأحزاب السياسية وجماعات المصالح، ومن أهم خصائص المشاركة السياسية أنها عمل تطوعي من أفراد المجتمع لمناقشة القضايا والأحداث التي تهمهم والسعي نحو إرساء قواعد الديمقراطية والمشاركة في صنع القرار.

تُعد المشاركة السياسية من أهم صور وخصائص الديمقراطية لأي نظام سياسي يشترك أفراداً في الحياة الاجتماعية والسياسية بالمجتمع، الذي يهدف أعضاؤه من خلال هذه المشاركة إلى تعزيز القيم والمبادئ والاتجاهات السائدة فيه أو تطويرها أو تغييرها بالقدر الذي يحقق لهم تنمية شاملة ومستدامة.

وتعتبر المشاركة عن اشتراك المواطنين في التفكير والتعبير والعمل من أجل المجتمع، وتعد من مركبات الثقافة لأنها أسلوب في الحياة، ويقال إن ما يحتاجه العالم في عصرنا الحالي هو سيادة المشاركة حيث إن جوهر المشاركة يشير إلى حدود تأثير المواطنين في عملية اتخاذ القرار، إلا أن المشاركة لا تقتصر على حدود التأثير بل تتجاوز ذلك إلى كيفية المشاركة في الفعالية السياسية أو غير السياسية.⁽¹⁴⁾

مراحل المشاركة السياسية:

تتعدد مجالات ومراحل المشاركة السياسية ويرى بعض الخبراء والباحثين مثل السيد عليوة ومنى محمود أن هناك أربعة مراحل للمشاركة السياسية نجملها في التالي:⁽¹⁵⁾

المرحلة الأولى: مرحلة الاهتمام السياسي أي متابعة القضايا العامة والأحداث السياسية.

المرحلة الثانية: مرحلة المعرفة السياسية بالشخصيات ذات الدور السياسي في المجتمع على المستوى المحلي أو القومي.

المرحلة الثالثة: مرحلة التصويت السياسي: ويتمثل في المشاركة في الحملات الانتخابية والمشاركة في التصويت.

المرحلة الرابعة: مرحلة المطالب السياسية وتتمثل في الاتصال بالأجهزة الرسمية وتقديم الشكاوى والالتماسات والاشتراك في عضوية الأحزاب والجمعيات التطوعية. وتعتبر أزمة المشاركة السياسية لدى الشباب من القضايا التي تحظى باهتمام عالمي ومحلي في الآونة الأخيرة وقد تزايد هذا الاهتمام في ظل عزوف الشباب عن المشاركة في الحياة السياسية بشكل جذب اهتمام الدوائر السياسية والاجتماعية في دراسة هذا الموضوع من جوانب متباينة، ومن ثم تعتبر مرحلة الشباب ذات أهمية خاصة من المنظور السياسي، ففي هذه المرحلة يحاول الشباب الانتقال إلى مرحلة الرشد ويصبحون أكثر إدراكاً للسياسة ويكونون موافقهم الاجتماعية والسياسية التي يمر بها الشباب، وليست المشاركة السياسية للشباب عملية طبيعية يرثها الإنسان وإنما هي بالأحرى عملية مكتسبة يتعلمها الشباب وتنمو خلال مراحل حياته وتفاعله داخل الجماعات المرجعية التي ينتمي إليها، ويتوقف ممارسة الشباب لها على مدى توافر المقدرة والدافعية والفرص الحقيقية التي يتيحها المجتمع له والتقاليد السياسية والأيدولوجية السائدة في المجتمع.⁽¹⁶⁾

ثالثاً: الدراسة الميدانية:

نوع ومنهج الدراسة:

تُعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تستهدف دراسة ظاهرة معينة وهي تأثير التضليل الإعلامي على المشاركة السياسية للشباب الجامعي في السودان ، وتعتمد الدراسة على منهج المسح الميداني بهدف جمع المعلومات والحقائق الخاصة بتأثير وسائل التضليل الإعلامي على المشاركة السياسية.

مجتمع الدراسة عينتها:

تحدد مجتمع الدراسة من طلاب الجامعات الحكومية والخاصة والأهلية في السودان ، وتم اختيار عينة عمدية بسيطة من (200) طالب لإجراء الدراسة عليها.

قام الباحث بتوزيع عدد (200) استمارة على المستهدفين من طلاب الجامعات في السودان، وقد استجاب أفراد العينة المختارة بنسبة كبيرة حيث أعادوا الاستبانة بعد ملئها بكل المعلومات المطلوبة بنسبة (98.5%) من المستهدفين.

أداة الدراسة:

جمع الباحث البيانات الميدانية عن طريق استمارة استبانة واشتملت الاستمارة على (31) سؤال قُسمت على (6) محاور، وتم ملء الاستمارات إلكترونياً خلال شهر يناير 2023، وبعد فرز الاستمارات وجد الباحث عدداً منها غير صالح علمياً ليصبح إجمالي عينة الدراسة النهائية (197) طالب.

الصدق والثبات:

تم تحقيق الصدق من خلال عرض استمارة الاستبانة على مجموعة من المحكمين المتخصصين في مجال الإعلام وعلم الاجتماع وذلك لقياس صدقها والتأكد من صلاحيتها، كما تم إجراء اختبار قبلي على عينة من مجتمع الدراسة قدرها (20 %) للتأكد من وضوح الأسئلة، وبناءً على آراء المحكمين ونتيجة الاختبار تمت إعادة ترتيب بعض الأسئلة وإضافة أخرى، وللتأكد من ثبات الاستمارة تم إعادة تطبيق الاستبانة على (20 %) من عينة الدراسة وحصلت على معامل ثبات عالي بلغ (86 %).

أساليب المعالجة الإحصائية:

تم التعامل إحصائياً مع بيانات الدراسة الميدانية عن طريق استخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) (STATISTICAL PACKAGE FOR SOCIAL SCIENCE)، كما تمت المعالجة من خلال عدد من الأساليب الإحصائية وذلك على النحو التالي:

- 1 - معامل ألفا كرونباخ للتأكد من درجة ثبات المقياس.
 - 1 - استخراج الجداول التكرارية البسيطة التي تحتوي على العدد والنسبة المئوية لإجابات المبحوثين.
 - 2 - المتوسط الحسابي والانحراف المعياري.
 - 3 - مقياس ليكرت الخماسي لتحديد درجة الموافقة على كل عبارة.
- جدول (1) يوضح التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة من حيث النوع

النسبة المئوية	التكرار	الفئات
53.8 %	106	ذكر
46.2 %	91	أنثى
100 %	197	المجموع

يتضح من الجدول أعلاه أن العينة المختارة كانت شاملة للجنسين وكانت نسبة الذكور أعلى من نسبة الإناث بقليل حيث بلغت نسبة الذكور 53.8 % من النسبة الكلية، في حين بلغت نسبة الإناث 46.2 % من النسبة الكلية، وهذا يؤكد أن العينة المختارة كانت شاملة من حيث النوع.

جدول (2) يوضح التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة من حيث الفئة العمرية

النسبة المئوية	التكرار	الفئات
39.1 %	77	20 _ 15
50.8 %	100	25 _ 21
8.6 %	17	30 _ 26
1.5 %	3	35 _ 31
100%	197	المجموع

يتضح من الجدول أعلاه أن الفئة العمرية من 21-25 كانت هي الفئة الأكبر بين العدد الكلي للمبحوثين بنسبة 50.8 % من النسبة الكلية، ثم الفئة من 15-20 بنسبة 39.1 %، تليها الفئة من 26-30 بنسبة 8.6 %، وبلغت نسبة الفئة من 31-35 1.5 %، وهي نسب معقولة نظراً خاصة الفئة الأولى والثانية لأن معظم طلاب الجامعات هم في هذه السن.

جدول (3) يوضح التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة من حيث السنة الدراسية

النسبة المئوية	التكرار	الفئات
5.1%	10	السنة الأولى
22.3%	44	السنة الثانية
26.9%	53	السنة الثالثة
33%	65	السنة الرابعة
12.7%	25	السنة الخامسة
100%	197	المجموع

يتضح من الجدول أعلاه أن العينة المختارة كانت شاملة من حيث المستوى الدراسي، حيث بلغت نسبة المستوى الرابع 33 %، وكانت نسبة المستوى الثالث 26.9 %، بينما كانت نسبة طلاب المستوى الثاني 22.3 %، وبلغت نسبة طلاب المستوى الخامس 12.7 %، وأخيراً طلاب المستوى الأول نسبة 5 %..

جدول (5) المحور الأول: ما دوافع تعرضك للمحتوى السياسي الذي يبيث عبر وسائل الإعلام الرقمي؟

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	التكرار	العبرة
4	1.85266	1.9635	5.6 %	11	لأن المحتوى المقدم يمتاز بالمصداقية
3	1.65321	1.7664	15.3 %	30	للمساعدة في تشكيل وتبني الآراء السياسية
2	.90325	1.4514	27.4 %	54	لإبداء الرأي ومناقشة القضايا السياسية المطروحة على الساحة
1	75462.	1.0534	48.7 %	96	لزيادة المعرفة بالقضايا السياسية
5	2.44526	2.0025	3 %	6	لتوفيرها درجة عالية من التفاعلية مع صناع القرار السياسي

يتبين من الجدول السابق وعند سؤال المبحوثين عن دوافع تعرضهم للمحتوى السياسي الذي يبيث عبر وسائل الإعلام الرقمي أن فقرة «لزيادة المعرفة بالقضايا السياسية» جاءت في المرتبة الأولى بنسبة 48.7 % ومتوسط حسابي 1.0534، تلاها في المرتبة الثانية فقرة «لإبداء الرأي ومناقشة القضايا السياسية المطروحة على الساحة» بنسبة 27.4 % ومتوسط حسابي 1.4514، وجاء بعدها في المرتبة الثالثة فقرة «للمساعدة في تشكيل وتبني الآراء السياسية» بنسبة 15.3 % ومتوسط حسابي 1.7664، ثم في المرتبة الرابعة «لأن المحتوى المقدم يمتاز بالمصداقية» بنسبة 5.6 % ومتوسط حسابي 1.9635، تبعتها في المرتبة الخامسة فقرة «لتوفيرها درجة عالية من التفاعلية مع صناع القرار السياسي» بنسبة 3 % ومتوسط حسابي 2.0025. يتبين من الجدول السابق أن أهم الدوافع التي كانت سبباً للمبحوثين لمتابعة المحتوى السياسي الذي يبيث عبر وسائل إعلام الرقمي كانت لزيادة المعرفة بالقضايا السياسية بالنسبة لهم، كما أن هذه الوسائل تسمح لهم بمناقشة آرائهم السياسية مع الغير وبحرية تامة.

جدول (6) المحور الثاني: ما تأثير التضليل الإعلامي في الحد من المعرفة السياسية للشباب الجامعي؟

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	التكرار	العبارة
1	1.32546	1.7222	35.1 %	69	يسهم التضليل الإعلامي في تزييف الحقائق والواقع السياسي
4	72564.	2.2532	15.2 %	30	يسهم التضليل الإعلامي في تغييب الوعي السياسي
5	96532.	2.6540	9.6 %	19	يؤدي التضليل الإعلامي للتحكم بالمعلومات وتوجيهها لسياقات محددة سلفاً
2	1.10256	1.9635	20.8 %	41	يصنع التضليل الإعلامي مجتمع منقاد يسهل توجيهه حسب هدف المضلل
3	57258.	2.9235	19.3 %	38	تؤثر الأخبار المضللة على اتخاذ القرارات السياسية

يتبين من الجدول السابق وعن سؤال المبحوثين عن ما تأثير التضليل الإعلامي في الحد من المعرفة السياسية للشباب الجامعي أن فقرة «يسهم التضليل الإعلامي في تزييف الحقائق والواقع السياسي» جاءت في المرتبة الأولى بنسبة 35.1 % ومتوسط حسابي 1.7222، تلاها في المرتبة الثانية فقرة «يصنع التضليل الإعلامي مجتمع منقاد يسهل توجيهه حسب هدف المضلل» بنسبة 20.8 % ومتوسط حسابي 1.9635، وجاء بعدها في المرتبة الثالثة فقرة «تؤثر الأخبار المضللة على اتخاذ القرارات السياسية» بنسبة 19.3 % ومتوسط حسابي 2.9235، ثم في المرتبة الرابعة «يسهم التضليل الإعلامي في تغييب الوعي السياسي» بنسبة 15.2 % ومتوسط حسابي 2.2532، تبعها في المرتبة الخامسة فقرة «يؤدي التضليل الإعلامي للتحكم بالمعلومات وتوجيهها لسياقات محددة سلفاً» بنسبة 9.6 % ومتوسط حسابي 2.6540.

يتبين من الجدول السابق أن التضليل الإعلامي يؤدي إلى الحد من المعرفة السياسية للشباب الجامعي، كما أنه يصنع مجتمعاً منقاداً وسهل التوجيه حسب ما يريد المضلل، كما يؤثر التضليل الإعلامي على اتخاذ القرارات السياسية السليمة ويؤدي إلى تغييب الوعي السياسي للجمهور.

جدول (7) المحور الثالث: ما مدى تأثير التضليل الإعلامي عبر الإعلام الرقمي على المشاركة السياسية

للشباب الجامعي؟

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	التكرار	العبرة
1	65482.	1.6534	% 25.4	50	يؤثر التضليل الإعلامي على نسب المشاركة السياسية للشباب الجامعي
2	81823.	1.7556	% 20.3	40	يسعى التضليل الإعلامي إلى تهميش بعض القضايا السياسية وحجب اهتمام الناس عنها
4	1.00242	2.0511	% 11.7	23	يؤدي التضليل الإعلامي إلى تكوين آراء ناقصة حول بعض القضايا السياسية
1	65482.	1.6534	% 25.4	50	يؤدي التضليل الإعلامي إلى عدم التمييز بين المعلومات الحقيقية والمضللة بالنسبة لبعض القضايا السياسية مما يؤثر في عملية المشاركة السياسية
3	99782.	1.9680	% 17.2	34	أدى التضليل الإعلامي إلى تشوية سمعة الأحزاب السياسية ومنظمات المجتمع المدني وبالتالي إضعاف مشاركة الشباب فيها

يتبين من الجدول السابق وعن سؤال المبحوثين عن ما مدى تأثير التضليل الإعلامي عبر الإعلام الرقمي على المشاركة السياسية للشباب الجامعي أن فقرتي «يؤثر التضليل الإعلامي على نسب المشاركة السياسية للشباب الجامعي» و «يؤدي التضليل الإعلامي إلى عدم التمييز بين المعلومات الحقيقية والمضللة بالنسبة لبعض القضايا السياسية مما يؤثر في عملية المشاركة السياسية» جاءت في المرتبة الأولى بنسبة 25.4 % ومتوسط حسابي 1.6534، تلتها في المرتبة الثانية فقرة «يسعى التضليل الإعلامي إلى تهميش بعض القضايا السياسية وحجب اهتمام الناس عنها» بنسبة 20.3 % ومتوسط حسابي 1.7556، وجاء بعدها في المرتبة الثالثة فقرة «أدى التضليل الإعلامي إلى تشوية سمعة الأحزاب السياسية ومنظمات المجتمع المدني وبالتالي إضعاف مشاركة الشباب فيها» بنسبة 17.2 % ومتوسط حسابي 1.9680، ثم في المرتبة الرابعة «يؤدي التضليل الإعلامي إلى تكوين آراء ناقصة حول بعض القضايا السياسية» بنسبة 10.2 % ومتوسط حسابي 2.0412، تبعها في المرتبة الخامسة فقرة «المبالغة في استخدام اللغة والتلاعب بها في عرض المحتوى الإعلامي» بنسبة 11.7 % ومتوسط حسابي 2.0511.

يتبين من الجدول السابق التضييل الإعلامي أثر بشكل كبير على المشاركة السياسية للشباب الجامعي ومن الصعب عليهم التفريق بين الأخبار الصحيحة والمضللة بسبب عملية التضييل المتعمدة للمحتويات السياسية، كما أن التضييل الإعلامي أسهم في تشوية سمعة الأحزاب السياسية ومنظمات المجتمع المدني الفاعلة في العمل السياسي.

جدول (8) المحور الرابع: ما أكثر الأساليب المستخدمة للتضييل الإعلامي والتي تؤثر على المشاركة

السياسية للشباب الجامعي؟

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	التكرار	العبرة
2	77658.	1.4093	%28.9	57	تعديل المحتويات السياسية والتلاعب بها
1	73656.	1.0025	%40.6	80	تسليط الأضواء على أحداث هامشية وإبعاد الجمهور عن الأحداث الأكثر أهمية
4	97856.	2.0412	%10.2	20	تخويف الجمهور بهدف منع فعل معين أو القيام بفعل آخر
3	80254.	1.8661	%15.2	30	تكرار بعض الرسائل الإعلامية في أوقات متعددة وبعده وسائل وأشخاص بهدف تمرير أمر ما
5	2564,1	2.2004	%5.1	10	المبالغة في استخدام اللغة والتلاعب بها في عرض المحتوى الإعلامي

يتبين من الجدول السابق وعن سؤال المبحوثين عن ما أكثر الأساليب المستخدمة للتضييل الإعلامي والتي تؤثر على المشاركة السياسية للشباب الجامعي أن فقرة «تسليط الأضواء على أحداث هامشية وإبعاد الجمهور عن الأحداث الأكثر أهمية» جاءت في المرتبة الأولى بنسبة 40.6 % ومتوسط حسابي 1.0025، تلاها في المرتبة الثانية فقرة «تعديل المحتويات السياسية والتلاعب بها» بنسبة 28.9 % ومتوسط حسابي 1.4093، وجاء بعدها في المرتبة الثالثة فقرة «تكرار بعض الرسائل الإعلامية في أوقات متعددة وبعده وسائل وأشخاص بهدف تمرير أمر ما» بنسبة 15.2 % ومتوسط حسابي 1.8661، ثم في المرتبة الرابعة «تخويف الجمهور بهدف منع فعل معين أو القيام بفعل آخر» بنسبة 10.2 % ومتوسط حسابي 2.0412، تبعتها في المرتبة الخامسة فقرة «المبالغة في استخدام اللغة والتلاعب بها في عرض المحتوى الإعلامي» بنسبة 5.1 % ومتوسط حسابي 2.2004.

يتبين من الجدول السابق استخدام أساليب متعددة في التضييل الإعلامي، إلا أن أهمها هو التركيز على قضايا هامشية في الساحة السياسية لتشثيت انتباه الجمهور عن القضايا المهمة وذات التأثير الفعلي في المشهد السياسي، كما أن التلاعب في عرض المحتويات السياسية يعد من أكثر أساليب التضييل الإعلامي من وجهة نظر المبحوثين.

جدول (9) المحور الخامس: من وجهة نظرك ما أكثر المحتويات السياسية التي تتعرض للتضليل الإعلامي؟

الترتيب	النسبة المئوية	التكرار	الفئات
1	29.9%	59	المحتويات المتعلقة بأخبار الحكومة
2	27.4%	54	المحتويات المتعلقة بأخبار المظاهرات المناوئة للحكومة
5	9.6%	19	المحتويات المتعلقة بأخبار الأحزاب السياسية
4	12.8%	25	المحتويات المتعلقة بأخبار منظمات المجتمع المدني الفاعلة في العمل السياسي
3	20.3%	40	المحتويات المتعلقة بأخبار الفساد السياسي والمالي

يتبين من الجدول السابق ومن وجهة نظر المبحوثين أن أكثر المحتويات السياسية التي تتعرض للتضليل عبر سائل الإعلام الرقمي هي المحتويات المتعلقة بأخبار الحكومة بنسبة 29.9 %، ثم في المرتبة الثانية وبنسبة قريبة جداً المحتويات المتعلقة بأخبار المظاهرات المناوئة للحكومة بنسبة 27.4 %، وجاء بعدها في المرتبة الثالثة المحتويات المتعلقة بأخبار الفساد السياسي والمالي 20.3 %، ثم في المرتبة الرابعة المحتويات المتعلقة بأخبار منظمات المجتمع المدني الفاعلة في العمل السياسي بنسبة 12.8 %، تبعته في المرتبة الخامسة والأخيرة المحتوى المتعلق بأخبار الأحزاب السياسية 9.6 %.

يتضح من ذلك أن التضليل الإعلامي يشمل كافة المحتويات السياسية مع أفضلية للمحتويات المتعلقة بأخبار الحكومة وبنفس النسبة تقريباً للمحتويات المتعلقة بأخبار المناوئين لها، كما أن المحتويات المتعلقة بالفساد السياسي والمالي والأخرى المتعلقة بالأحزاب السياسية ومنظمات المجتمع المدني لم تكن غي منأى عن التضليل الإعلامي المقصود.

جدول (9) المحور السادس: من وجهة نظرك ما أكثر وسائل الإعلام الرقمي نشرًا للتضليل الإعلامي؟

الترتيب	النسبة المئوية	التكرار	الفئات
1	70%	138	الفيسبوك
3	9.6%	19	تويتر
2	10.2%	20	واتساب
4	5.1%	10	يوتيوب
5	3.1%	6	تك توك
7	2%	4	المدونات

يتبين من الجدول السابق ومن وجهة نظر المبحوثين أن أكثر وسائل الإعلام الرقمي نشرًا للتضليل الإعلامي هي الفيسبوك بنسبة 70 %، ثم في المرتبة الثانية الواتساب بنسبة موافقة 10.2 %، وجاء بعده في المرتبة الثالثة تويتر بنسبة 9.6 %، ثم في المرتبة الرابعة اليوتيوب بنسبة 5.1 %، تبعته في المرتبة الخامسة المدونات بنسبة موافقة 2 %، ويتضح من ذلك أن موقع الفيسبوك يُعد من أكثر وسائل الإعلام الرقمي التي

تنشر المحتويات التي تتعرض للتضليل، فالفيسبوك وسيلة إعلام رقمي لها خصائص النشر الفردي والجماعي كما أنها وسيلة تسمح بمشاركة المحتويات المنشورة بصورة واسعة يصعب السيطرة عليها.

النتائج:

1. تبين من خلال الدراسة أن أهم دوافع الشباب الجامعي للتعرض للمحتوى السياسي عبر الإعلام الرقمي هو لزيادة المعرفة السياسية، ومناقشة القضايا السياسية المطروحة على الساحة.
2. اتضح من خلال الدراسة أن التضليل الإعلامي عبر الإعلام الرقمي يؤدي إلى تزييف الحقائق والواقع السياسي، ويصنع مجتمعاً منقاداً يسهل توجيهه حسب هدف الشخص المضلل.
3. بينت الدراسة أن الأخبار المضللة تؤثر بشكل مباشر في عملية اختيار القرارات السياسية للشباب الجامعي.
4. أكدت الدراسة أن التضليل الإعلامي يؤدي إلى عدم التمييز بين المعلومات الصحيحة والمعلومات المضللة، مما يسهم في تغييب الوعي السياسي وبالتالي الحد من المشاركة السياسية للشباب الجامعي.
5. يؤثر التضليل الإعلامي سلباً على عملية المشاركة السياسية للشباب الجامعي وبالتالي إلى تقويض عملية الانتقال الديمقراطي.
6. كشفت الدراسة أن أكثر الأساليب المستخدمة في التضليل الإعلامي هو تضخيم وتسييل الضوء على أحداث هامشية أو مختلقة وإبعاد الجمهور عن الأحداث المهمة على الساحة السياسية، كما أن تعديل المحتويات السياسية والتلاعب بها يعد أحد أساليب التضليل الإعلامي المنتشرة بكثرة.
7. اتضح من خلال الدراسة أن التضليل الإعلامي يشمل كافة المستويات ويؤثر على جميع الفاعلين السياسيين، وأكثر المحتويات السياسية التي تتعرض للتضليل من وجهة نظر الشباب الجامعي هي المحتويات المتعلقة بأخبار الحكومة والمحتويات المتعلقة بأخبار الجماعات المناوئة لها، كما تحظى المحتويات المتعلقة بقضايا الفساد المالي والسياسي للمثير من التضليل أيضاً.
8. بينت الدراسة أن موقع الفيسبوك يُعد من أكثر وسائل الإعلام نشرًا للأخبار المضللة على الساحة السياسية.

التوصيات:

1. نشر الوعي السياسي بين الشباب وتدعيم دور المشاركة السياسية من خلال وسائل الإعلام الرقمي.
2. ضرورة امتلاك الشباب لأدوات الكشف والتحقق من المحتوى المزيف في وسائل الإعلام للتمييز بين المعلومات الحقيقية وتلك المضللة.
3. تفعيل البرلمان الجامعي الذي يعد أحد الوسائل الفعالة لتنمية قيم الديمقراطية وسط الشباب الجامعي ودعم السلوك الديمقراطي للطلاب.
4. يوصي الباحث بضرورة إدخال منهج التربية الإعلامية والمعلوماتية ضمن المناهج الدراسية، ليتعرف الطالب على فهم محتوى وسائل الإعلام وبالتالي كيفية التعامل معها.
5. عدم نشر أو مشاركة أي محتوى عبر وسائل الإعلام الرقمي قبل التأكد من صحته ومصدره الموثوق.

المراجع والمصادر:

- (1) رجاء وحيد دويدري - البحث العلمي أساسياته النظرية وممارسته العملية - ط1 (دمشق: دار الفكر المعاصر، 2000) ص: 31
- (2) فرانسوا جيرييه - قاموس التضليل الإعلامي - دار نشر أرمان - باريس 2011 - نقلا عن محمد نبيل - الدعاية والتضليل الإعلامي في الجامعات الأمريكية - جامعة البترا - الأردن - 2015 - ص: 15
- (3) حسين علوان البيج - المشاركة السياسية والعملية السياسية - المستقبل العربي - عدد 223 - 1997 - ص: 64
- (4) محمود عبد الله الخوالدة وحين علي العموش - علم النفس السياسي والإعلامي - دار الخالد للنشر والتوزيع - عمان 2008 - ص: 367
- (5) فهد بن عبدالرحمن الشميري - التربية الإعلامية - كيف نفهم وسائل الإعلام - مكتبة الك فهد الوطنية - ط1 - 2010 ص: 016-105
- (6) هربرت ا.شيلر - ترجمة عبدالسلام رضوان - المتلاعبون بالعقول - سلسلة كتب ثقافية شهرية يصدرها المجلس الوطني للثقافة والفنون و الاداب - الكويت علم المعرفة 1999 ص: 81
- (7) أحمد بدر - الاتصال الجماهيري والدعاية الدولية - دار القلم - الكويت 1974 - ص: 180
- (8) صالح خليل أبو اصبع - الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة - دار آرام للدراسات والنشر - عمان 1995 - ص: 191
- (9) المرجع نفسه - ص: 191
- (10) عبد العزيز خليل المطوع - الربيع الأسود - ثورة أم ظاهرة أم فعل من فعول تجفيف الأمم - المؤسسة العربية للدراسات والنشر - بيروت 2013 - ص: 84
- (11) هربرت ا.شيلر - مرجع سابق - ص 16
- (12) السيد عليوة و منى محمود - المشاركة السياسية - موسوعة الشباب السياسية (القاهرة: مركز الدراسات السياسية والإستراتيجية بمركز الاهرام، 2000) ص: 5
- (13) آدم أحمد آدم - تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على نفوذ النخبة السياسية في السودان بعد ثورة ديسمبر 2018- مركز تأسيس للدراسات والنشر - الخرطوم 2021 - ص: 22
- (14) هادي نعمان الهيتي - إشكالية المستقبل في الوطن العربي - مركز دراسات الوحدة العربية - بيروت 2003 ص: 146
- (15) السيد عليوة و منى محمود - مرجع سابق - ص: 23-24
- (16) محمود الشامي - مستوى المشاركة السياسية لدى الشباب الجامعي الفلسطيني في عصر العولمة - مجلة الجامعة الإسلامية - سلسلة الدراسات الإنسانية 2 (19) غزة - 2011 - ص: 1240