التعرض لصفحات المرشحين للانتخابات البرلمانية ٢٠٢٠ علي الفيس بوك وعلاقته بالتعصب السياسي لدى الجمهور المصري (دراسة تطبيقية)

Loging onto the parliamentary candidates pages on Facebook and it's relation to Egyptian's political Intolerance (applied study)

الباحثة/ شوهندة علي محي الدين محجوب

لدرجة الدكتوراه في الآداب تخصص الإعلام (صحافة / تكنولوجيا فن صحفي) جامعة المنصورة

إشراف

الأستاذ الدكتور	الدكتور
ندية محمد عبد النبي القاضي	**آية صلاح عبد الفتاح**
أستاذ الصحافة	مدرس بكلية الآداب
ووكيل كلية الإعلام جامعة المنوفية	قسم الإعلام جامعة المنصورة

مقدمة:

أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي خلال الفترة الماضية قاسما مشتركا في السياق السياسي العام ، وعنصرا مؤثرا في العديد من المناقشات السياسية وتبادل الأخبار والمعلومات وتحولت إلى منصة إخبارية هامة للعديد من المؤسسات الإعلامية والقوى السياسية الفاعلة عبر إنشاء صفحات او حسابات شخصية لهم للتواصل مع متصفحي مواقع التواصل الاجتماعي من أجل التفاعل معهم وامدادهم بأحدث التطورات السياسية الراهنة [1]، وتوفر مواقع التواصل الاجتماعي منصات مثالية للمستخدمين والمؤسسات لنشر المعلومات والأخبار وطرح الآراء السياسية وتداولها على نطاق واسع بين أصدقائهم أو متابعيهم بصفة عامة وتعد الانتخابات أحد المظاهر المعبرة عن المشاركة السياسية مما جعلها تحظى باهتمام الباحثين ، وبالتالي فأن التغطية الإعلامية والدور الذي تلعبه مواقع التواصل

([1]) مستخدمو الإنترنت بتضاعفون 6 مرات، جريدة الغد ، 9 نيسان 2014 على الرابط التالي : www.alghad.com/articles/515512-

الاجتماعي في تناولها لهذا الحدث السياسي هو دور يكتسب أهمية خاصة نظرا للتأثير الذي يفرضه على الجماهير وبالتالي التأثير على توجهاتهم إزاء العملية الانتخابية.

والحملات الانتخابية سلاحا ذو حدين ، فهي قد تكون أداة يستخدمها المرشحون لكسب تأييد جمهور الناخبين في حيادية وتسامح دون محاولة استثارة نزعات عصبية [2]، وقد تكون أداة يستخدمونها لاستثارة هذه النزاعات العصبية لدى ذلك الجمهور من خلال توظيف أساليب واستراتيجيات تسويقية تحمل في طياتها ما يؤكد ضرورة مساندتهم وتدعيمهم لأفضليتهم واستحقاقهم للفوز دون منافسيهم غير المؤهلين والأقل كفاءه ،الأمر الذي قد يخلق حالة من الكراهية السياسية ، وهو ما قد يؤدي إلى زيادة مظاهر التعصب السياسي الذي أصبح مشهودا في المجتمع المصري في الفترة الأخيرة [3].

وفي ظل الإجراءات الاحترازية للحد من انتشار فيروس كورونا الذي أثر بشكل كبير على طريقة الدعاية التقليدية للانتخابات البرلمانية التي كان يتبعها كافة المرشحين سواء بالجولات الميدانية أو عقد المؤتمرات الجماهيرية ، فأصبح الاعتماد بشكل أساسي على مواقع التواصل الاجتماعي بالانتخابات البرلمانية المصرية 2020 خاصة موقع الفيس بوك لأنه الأقرب إلى الناخبين والاسرع في عرض ومناقشة الأفكار وتبادل الآراء ، وأصبحت مواقع التواصل الاجتماعي رائدة الدعايا الانتخابية والطريقة الأقصر والأفضل للوصول للناخبين وخاصة في زمن كورونا ، حيث تحتوي مواقع التواصل الاجتماعي على قاعدة جماهيرية ضخمة يمكن من خلالها عقد مؤتمرات جماهيرية في ساحات افتراضية واستخدم مرشحو مجلس النواب الدعاية الانتخابية عبر مواقع التواصل الاجتماعي بأكثر من طريقة منها بث فيديو للمرشح لمناقشة أفكاره وآرائه مع الناخبين عن بعد ويتمكن من خلاله التواصل مع عدد كبير من الجمهور بهدف تعريف نفسه وشرح برنامجه الانتخابي ، والاجابة

([2]) رأس العين. أمينة (2003). السلوك الانتخابي والاتصال: دراسة ميدانية وصفية لسلوك عينة من الناخبين في الجزائر خلال الانتخابات الرئاسية أبريل 2004 . رسالة ماجستير في الاتصال غير منشورة جامعة الجزائر. كلية العلوم السياسية والإعلام ص ص 18 – 19

([3]) أبو زيد، أحمد الشورى (2013) ، الاعلام الجديد وإدارة الحملات الانتخابية دراسة حالة الحملة الانتخابية الرئاسية للرئيس الامريكي بارك أوباما ، رسالة ماجستير، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية ،جامعة القاهرة

على الاستفسارات التي توجه له من جانبه كما أطلقوا حملات اعلانيه موجهه ، وتستهدف نطاقا جغرافيا حسب الدائرة وفئة عمرية محددة بهدف الوصول إلى اكبر عدد من الناخبين لنشر أفكار المرشح وبرنامجه الانتخابي وتختلف تكلفة الدعاية عبر مواقع التواصل الاجتماعي حسب مدة الانتشار المراد تحقيقه كما أن عدد من المرشحين استطاعو استغلال الصفحات التي تهتم بهموم المواطن العادية اليومية على مواقع التواصل الاجتماعي كطريقة مباشرة للتواصل معهم خاصة التي تحدد بنطاق جغرافي ما ، وذلك للإجابة عن بعض استفساراتهم التي يتساءلون عنها ويحتاجون التواصل فيها مع المرشح واتاح فيس بوك كشكل من أشكال التواصل الاجتماعي تنفيذ ما يسمى بالمؤتمرات الرقمية من خلال فيديوهات مباشرة مع الناخبين يستطيع من خلالها المرشح طرح أفكاره والاجابة على أسئلتهم ولم تقتصر "السوشيال ميديا " على مناطق بعينها في الحضر أو الريف ، بل بدت ظاهرة عامة يلجأ إليها الطامحون إلى شغل مقعد تحت قبة البرلمان كواحدة من الأدوات التي تعزز فرصهم في مواجهة المنافسين .

والتعصب يقوم في جوهره على استدعاء وتذكر مواقف وخبرات انفعالية معينة [4]، فأثاره علي المستوي السياسي لا تنتهي بمجرد انتهاء الفاعلية السياسية ،وانما تستمر لتشكل عقبة تحول دون تحقيق الاستقرار السياسي فيما بعد ، فهو بذلك يكون بمثابة الوباء الذي يمثل خطرا كامنا يهدد بقاء المجتمع واستقراره وبمجرد تعرضه لأي أزمة سياسية، حيث تضعف قواه ويصبح عرضة لهجوم الأوبئة المستوطنة به والتي تصبح حينها أكثر خطورة وفتكا ..

إن السلوك السياسي السوي هو أساس نجاح المجتمعات ، واستمرار تطورها الديمقراطي ومن هنا لابد للحملات التسويقية لمرشحي الانتخابات البرلمانية بوصفها تلك

(4) الفضلي ، صلاح ، ودشتي على (2013) ، تأثير التويتر على الناخبين في انتخابات مجلس الأمة الكويتي ، مجلة العلوم الاجتماعية، مجلد 41 ، عدد 2 .

المنابر التي تتحدث من خلالها الرموز السياسية المتنافسة أن تقدم نموذج راقيا للتنافس السياسي النزيه ، الذي يقوم على إشاعة التسامح وعدم استثارة النزعات العصبية [5].

واختلفت أشكال التعصب لدى الجمهور المتابع لصفحات المرشحين للانتخابات البرلمانية 2020 عبر مواقع التواصل الاجتماعي فتمزيق لافتات المنافسين الذي كان يجري في الدعاية الميدانية ، يمكن أن يحدث في شكل أخر عبر شن حملات مضادة عبر مواقع التواصل الاجتماعي ، وأحيانا يحدث نوع من أنواع الإساءة والتزييف والاصطناع وهجمات الكترونية فنفس المخاطر الموجودة في العمل الميداني يمكن أن تجد نظيرا لها عبر فضاء الإنترنت .

تحديد المشكلة البحثية :

تتحدد مشكلة الدراسة في رصد مدي تعرض الجمهور المصري على مواقع التواصل الاجتماعي واعتمادهم عليها كمصادر للأخبار حول الاحداث السياسية المصرية ، وعلاقة ذلك بأشكال التعصب لديهم وذلك بالتطبيق على صفحات المرشحين للانتخابات البرلمانية 2020 والتي أجريت في الربع الأخير من عام 2020 ، والتي تعد من الأحداث السياسية البارزة خلال الفترة الحالية ، كما تسعى الدراسة للتعرف على بعض المتغيرات الوسيطة على هذه العلاقة منها مستوى الاهتمام السياسي ومستوى المشاركة والكفاءة السياسية للجمهور عينة الدراسة وكذلك تهدف الدراسة إلى رصد ظاهرة التعصب لدى جمهور مواقع التواصل الاجتماعي إزاء صفحات المرشحين للانتخابات البرلمانية 2020 على مواقع التواصل الاجتماعي وأشكال هذا التعصب .

([5]) توفيق محمود أبو حديد (2010) التعصب القبلي في السلوك السياسي الفصائلي الفلسطيني وأثره على التنمية للسياسية، أطروحة مقدمة لاستكمال متطلبات الحصول على درجة ، الماجستير في التخطيط والتنمية السياسية، كلية الدراسات للعليا، جامعة النجاح الوطنية نابلس - فلسطين، ص 18.

أهمية الدراسة :

ترجع أهمية الدراسة إلى العوامل التالية:

أولا: يستمد هذا الموضوع أهميته من أهميه الانتخابات في العملية السياسية فالديمقراطية هي الانتخابات ، وهي من أهم الآليات المحققة والمرسخة والضامنة ل مشاركه فعاله ودائمة في صناعه القرار، فهي سلطة الشعب في مراقبة حكامه .

ثانياً : تنامي الدور الذي تؤديه مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير في أفكار وسلوكيات الناس في مختلف انحاء العالم والمجتمع المصري ليس استثناء، فمستخدم وسائل التواصل الاجتماعي هو صانع القرار الجديد في عالم اليوم ، فهو مستقل وعصامي قادر على التدخل من خلال منبر الاتصالات الجديدة في العلاقة التقليدية من نوع المرسل المستقبل و التحول إلى مرسل يؤثر في الناخبين ومواقفهم واتجاهاتهم .

ثالثاً: عدم وجود دراسات، في حدود ما أطلعت عليه الباحثة تناولت دراسة دور مواقع التواصل الاجتماعي في الانتخابات البرلمانية المصرية بالرغم من تقدم مصر على عدد كبير من الدول العربية في مجالات اجتماعية وتنموية واقتصادية .

أهداف الدراسة :

الوقوف على حجم وطبيعة الدور الذي تؤديه مواقع التواصل الاجتماعي من خلال صفحات المرشحين للانتخابات البرلمانية 2020 في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو المشاركة السياسية ، ومدى تأثير صفحات المرشحين على مواقع التواصل الاجتماعي في الجمهور ، وعلاقة ذلك بظاهرة التعصب السياسي لديهم ، ويمكننا تقسيم أهداف الدراسة إلى قسمين :

أولا : أهداف الدراسة التحليلية :

- التعرف على أفضل صفحات المرشحين كمصدر للمعلومات ودرجة الثقة بها والاعتماد عليها.
- دراسة الحملات الانتخابية لبرلمان 2020وكذلك التعرف علي نوع الخطاب المقدم من خلال صفحات مرشحي الانتخابات البرلمانية المصرية 2020 وأهدافه وذلك لرصد واقع الحملات الانتخابية .

- تحديد موقع الخطاب المقدم على صفحات مرشحي الانتخابات البرلمانية المصرية 2020علي مواقع التواصل الاجتماعي ما بين التعصب والتسامح السياسي .
- الكشف عن الاستراتيجيات التسويقية المتبعة من قبل مرشحي الانتخابات البرلمانية المصرية . 2020

ثانياً : أهداف الدراسة الميدانية:

- التعرف على معدلات التعرض لصفحات المرشحين للانتخابات البرلمانية 2020 على مواقع التواصل الاجتماعي، وعلاقة ذلك بظاهرة التعصب السياسي لديهم .
- التعرف على المعارف والاتجاهات التي يكونها الشباب من خلال صفحات المرشحين على مواقع التواصل الاجتماعي نحو المشاركة السياسية.
- التعرف على معدلات الاهتمام السياسي للجمهور المصري وخاصة الشباب بالنسبة للمشاركة السياسية بالانتخابات البرلمانية المصرية 2020.
- التعرف على تأثير صفحات المرشحين على مواقع التواصل الاجتماعي في السلوك التصويتي وقياس ظاهرة التعصب نحوها وأشكال التعصب لدى الجمهور المصري وخاصة الشباب على المنصات الإعلامية للانتخابات البرلمانية المصرية 2020 واختلافها عن الدعاية الميدانية عما كان في السابق.

الإطار النظري للدراسة:

تستند الدراسة الحالية على أطر نظرية محددة مستفيدة من التراكم المعرفي ، ونظرا لأن موضوع الدراسة حول التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها في سلوك الشباب المصري وظهور ما يسمى بظاهرة التعصب السياسي لدى الجمهور المصري والشباب بصفه خاصة ، فالاستناد إلى مجموعة من الأطر النظرية والاتجاهات الفكرية الإعلامية والاجتماعية ويمثل تركيز ومعالجة أكثر إدراكا بجوانب الموضوع والذي يمكن تناوله بشيء من التكاملية أملا في الوصول إلى نتائج أكثر شمولا وخدمة للموضوع لذلك اتخذت الدراسة الأطر النظرية التالية[6]:

([6]) مكاوي ،حسن عماد وليلى ، حسين السيد (2004)، الاتصال ونظرياته المعاصرة ط القاهرة ، الدار المصرية ص 229 .

نظرية اعتماد الشباب على وسائل الإعلام:

اتخذت الباحثة من مدخل الاعتماد على وسائل الاعلام اطار نظريا للدراسة باعتباره يركز على الوسيلة ودرجة اهتمامها لدى الفرد لكى يستقي معلوماته منها[7] ، كما يوحى اسم النظرية فان العلاقة الرئيسية التي تحكمها هي علاقة الاعتماد بين وسائل الاعلام والنظام الاجتماعي والجمهور ، وقد تكون هذه العلاقات مع نظم وسائل الاعلام جميعها او مع احد أجزاءها ، ودورها في المجتمع يصبح محوريا ومن فرضها انه كلما تتعاظم حاجاتنا من وسائل الإعلام ، كلما كان اعتمادنا عليها اكبر وكلما عظم تأثيرها فينا ، ولا يتساوى كل الأفراد في التأثير بوسائل الإعلام فأولئك الذين تعظم حاجاتهم من وسائل الإعلام يعظم اعتمادهم عليها ويكونون أكثر تأثيرا بها [8] ، فكما برزت الحاجة للمعلومات وزادت قوة الدافع للبحث عنها لسد هذه الحاجه زادت القوة الاعتماد على الوسيط الاتصالي، وبالتالي زادت فرص هذا الوسيط (مواقع التواصل الاجتماعي) للتأثير في الاطار المعرفي والوجداني والسلوكي لأفراد الجمهور وكلما استطاعت وسائل الاتصال وتوفر قدر أكبر من المعلومات للفرد اعتمد هذا الفرد على وسائل الاتصال بشكل أكبر [9] ، وتعد التأثيرات الناتجة عن الاعتماد على وسائل الاعلام وتتمثل في مجالات عديدة ، منها تجاوز الغموض الناتج عن نقص المعلومات التي يتعرض لها الفرد أو عدم كفايتها لفهم معاني الأحداث وتحديد التفسيرات الصحيحة لها وكذلك تشكيل الاتجاهات نحو القضايا المثارة في المجتمع والتأثير في المعتقدات الأفراد وتوضيح القيم [10] وقد استفادت الدراسة بالنموذج الخاص بالتأثيرات المعرفية التي تحدد إلى أي مدى يعتمد الجمهور المتابع لحملات مرشحي الانتخابات

([7])عبد الحميد ، محمد (2000)، نظريات الاعلام واتجاهات التأثير ، القاهرة ، عالم الكتب ، جمهورية مصر العربية ، ص 222 .

([8]) مكاوي وليلى مرجع سابق ص ص 240- 246 .

([9]) العبد ، نهى عاطف (2007) ، استخدامات الجمهور المسيحي للقنوات الفضائية المسيحية والاشعاعات المتحققة : دراسة ميدانية مقارنة على الصفوة والجمهور العام ،المجلة العربية لبحوث الرأي العام ،جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، المجلد الثامن ، العدد الثالث ص ص 263 – 264 .

([10]) الطرابيشي، ميرفت والسيد . عبد العزيز (2006) نظريات الاتصال ، القاهرة دار النهضة العربية ، ص ص 260 – 261.

البرلمانية المصرية 2020 أو ما يسمى بـ (الناخبين) على وسائل الإعلام وخاصة مواقع التواصل الاجتماعي في استقصاء معلوماته عن الانتخابات البرلمانية .

توظيف نظريه الاعتماد على وسائل الإعلام في الدراسة : قامت الباحثة بتوظيف نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام كاطار نظري للدراسة لاختيار مجموعة من الفروض التي يقوم عليها البحث ولتحقيق أهداف الدراسة وتستفيد الباحثة من الفروض الأساسية التي تنطلق منها الاعتماد على وسائل الإعلام في تحديد درجه الأهمية التي تحظى بها مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن الانتخابات البرلمانية 2020 وعلاقة ذلك بالتعصب السياسي بين أفراد العينة من الجمهور المصري.

نظرية الاستخدامات والتأثيرات :

تعد نظرية الاستخدامات والتأثيرات من أنسب النظريات للتعرف على طبيعة استخدام عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي في الانتخابات البرلمانية المصرية 2020 ودوافع هذا الاستخدام والتأثيرات الناجمة عنه وخاصة ظاهرة التعصب السياسي، وتستمد نظرية الاستخدامات والتأثيرات أصولها الفكرية من النموذج الذي قدمه كلا من "كيم" و"روبين" عام 1997م، ويقوم هذا النموذج على دراسة الاختلاف في أنماط نشاط الجمهور الذي كان ينظر لأفراده علي أنهم متلقون سلبيون، بالإضافة إلى دراسة دور هذا الاختلاف في إحداث تأثيرات محددة تنتج عن استخدام المضامين الاتصالية، كما يهدف هذا النموذج إلي التعرف علي الأبعاد المختلفة لنشاط الجمهور ومدى تأثيراتها في عملية إلا تصال سواء أكان هذا النشاط مدعما لهذه العملية مثل الانتقائية، والانتباه، والاستغراق، أو معوقا مثل: التجنب، وتحويل الانتباه، والشك[11] .

وتهتم نظرية والاستخدامات والتأثيرات بخصائص المضمون المقدم عبر وسائل الإعلام [12] لكونها تلعب دورا واضحا في تحديد طبيعة التأثيرات الناجمة عن التعرض لهذه

([11]) Pual Adrian Aparaschivei, the use of new media in electoral campaigns analysis on the use of blogs, Facebook, Twitter and YouTube in the 2009 Romanian presidential campaign, Journal of media research,vol.2 No.10 .2011 .P .40.

([12]) Perlmutter, D, D. Blog wars. Oxford University Press, 2008, p.5 .

الوسائل، وبذلك تعتبر النظرية تلك الخصائص متغيرات وسيطة تقع ما بين التعرض للمضمون والتأثر به، ولا يعني ذلك إغفال دور المتغيرات المرتبطة بالتعرض ذاته، وأهمها دوافع التعرض، وخصائص الجمهور الذي يتعرض، إذ تمثل هذا الدوافع وتلك الخصائص في إطار نظرية الاستخدامات والتأثيرات عوامل سابقة للتعرض تحدد كثافته وطبيعته [13].

وتقوم الفرضية الرئيسية لنظرية الاستخدامات والتأثيرات علي أن التعرض لوسائل الإعلام المختلفة بما تقدمه من مضامين اتصالية ينتج عنه حدوث تأثيرات متنوعة ومتباينة ؛ وتختلف هذه التأثيرات باختلاف ذلك التعرض من حيث كثافته.

وفي إطار هذه الفرضية تهتم نظرية الاستخدامات والتأثيرات بالنتائج المترتبة على استخدام وسائل الإعلام، وتطلق عليها مسمى التأثيرات، وهي بذلك تتجاوز حدود الإشباع الذي يتحقق من استخدام وسائل الإعلام لتتطرق إلى ما هو أبعد من ذلك ؛ إذ تشير النظرية إلى أن تكرار حدوث الإشباع يؤدي إلى ظهور التأثير» والذي يمكن تصنيفه وفقاً لطبيعة الإشباع المتحقق ويحدث هذا التأثير على ثلاثة مستويات: معرفية، ووجدانية، وسلوكية. وقد يكون ايجابيا يتجسد في زيادة الوعي بقضايا وظواهر قائمة، أو في تشكيل إدراك صحيح لمفاهيم معينة؛ وقد يكون سلبيا يتجسد في التعرض لأمراض اجتماعية معينة، أو في تبني اتجاهات أو معتقدات متطرفة.

ويتبين مما سبق أن التأثير الذي تمارسه وسائل الإعلام على الجمهور، والذي يتخذ مستويات ثلاثة (معرفية، ووجدانية، وسلوكية) هو عبارة عن مجموعة من التغيرات المباشرة أو غير المباشرة تطرأ على الجمهور نتيجة تعرضه لوسائل الاتصال، سواء كان هذا التعرض عارضا أو عمديا ، وعلى المدى الطويل أو القصير [14] وفي هذا الإطار تقدم نظريات علم النفس المعرفي الخاصة بتمثيل المعلومات شرحاً وافيا لكيفية حدوث هذا التأثير

([13]) Bimber, B., Davis, R. Campaigning Online : the internet in U.S ELec New York : Oxford University Press, P.28, 2003.

([14]) Ron Davies, Social Media in Elections. Campaigning, European Parliamentary Research Service, 140709 Rev 2014 .

الذي تمارسه وسائل الإعلام على الجمهور[15]؛ وذلك من خلال تفسير تلك العمليات التي تتم داخل العقل البشرية والتي تبدأ عند التعرض لمضمون وسائل الإعلام على وتنتهي بحدوث الاستجابة أو التأثر أي أنها تتوسط مصفوفة حدوث التعرض والتأثير الناتج عنه؛ ومن ثم تساهم كعوامل وسيطة في تكوين وتشكيل هذا التأثير. وهذه العمليات يحددها الفرض الرئيسي لنظرية تمثيل المعلومات في جميع العمليات الادراكية التي تتم في الذهن، وتتضمن: الانتقاء، والانتباه، والإدراك، والتذكر أو الاسترجاع. [16]

ويعتبر الانتقاء خطوة أساسية في العملية الادراكية، فالأفراد يختارون الوسائل والرسائل والمضامين الاتصالية التي يتعرضون لها بما يتفق مع اهتماماتهم ورغباتهم [17] ويفترض هذا الاختيار حدوث الانتباه لما يتم انتقاؤه؛ وفي هذا الإطار يقرم الفرد بحصر نشاطه الذهني في اتجاه معين مدة من الزمن من خلال التحكم في نشاطه الانفعالي وتوجيهه وجهة محددة، مع التحرر من تأثير المنبهات المحيطة تمهيدا لحدوث الإدراك [18]، والذي يتم من خلال خطوتين رئيسيتين، إذ يقوم العقل البشري أولا بتحويل وتغيير شكل المعلومات المقدمة بالمضمون الاتصالي من حالتها الطبيعية التي تكون عليها عندما تعرض على الفرد إلى مجموعة صور أو رموز؛ أي تتحول إلى شفرة لها مدلول خاص يتصل بهذه المعلومات. ويلي ذلك الاحتفاظ بتلك الصور والرموز بالذاكرة البشرية لحين للحاجة إليها

([15]) Day R.E The Modern invention of information. Carbondak : southern Illinois University Press, 2001 , P74.

([16]) H. Moe A. larsson, " Untangling a complex Media System combative Study of Twitter – Linking Practices During Three Seaeandinavian election comparing" Information communication and Society. Vol. 16 No 5. 2013

([17]) Gasser &j Gerlach . E- Campaigns in Old Europe: Observations from Germany, Austria, and Switzerland, in: Politics, Citizens, Elections and Governing in the New Media Era. Cambridge University Press, New York, 2011 .

([18]) Brain DLoader &Dan Mercia, Social Media and Democracy: Innovation in Participatory Politics, Rutledge, 2011.

[19]؛ حيث يتم استرجاعها من خلال بحث شبكة الذاكرة المترابطة عن جزء من الرمز والصور وإعادة تنشيطها وتفعيلها في الذاكرة التي تعمل؛ وهناك جانبان لعملية الاسترجاع [20]; الاسترجاع المتزامن ، ويتم أثناء تلقي الرسالة ويعين على الفهم والتخزين ويكون مترابط ومقيد بالوقت والموارد المتاحة . الاسترجاع اللاحق ، ويتطلب حدوثه انتقاء محتوى الرسالة، والانتباه له وترميزه وحفظه؛ ويتم قياس للقدرة على هذا الاسترجاع باستخدام مقاييس التذكر الحر.

ويتبين من ذلك أن نظرية تمثيل المعلومات في فرضيتها الرئيسية تتعامل مع العقل البشري باعتباره جهاز كمبيوتر ؛ فهو يستقبل المعلومات؛ ويُجري عليها بعض العمليات؛ ثم يُعطي ويُنتج بعض الاستجابات المناسبة؛ لذا تركز هذه النظرية على ثلاث مهام أساسية هي.[21]

- استقبال المعلومات الخارجية أو ما يسمى بالمدخلات بشكل انتقائي؛ وتحويلها أو ترجمتها بطريقة تمكن العقل من معالجتها في مراحل المعالجة التالية.
- الاحتفاظ ببعض هذه المدخلات على شكل تمثيلات معينة.
- التعرف على هذه التمثيلات واستدعاؤها واستخدامها في الوقت المناسب، أي أن العقل البشري يقوم بترميز المعلومات والاحتفاظ بها لاستعادتها في الوقت المناسب
- نظرية توظيف الاستخدامات والاشباعات في الدراسة.

([19]) الطرابيشي ، ميرفت والسيد . عبد العزيز (2006) نظريات الاتصال ، القاهرة دار النهضة العربية ، ص ص 260 – 261

([20])http://mu.menofia.edu.eg/PrtlFiles/Faculties/edv/Portal/Files/%D9%83%D8%AA%D8%A7%D8%A8%20%D9%86%D8%B8%D8%B1%D9%8A%D8%A7%D8%AA%20%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%85%20%D9%84%D9%84%D9%81%D8%B1%D9%82%D8%A9%20%D8%A7%D9%84%D8%AB%D8%A7%D9%84%D8%AB%D8%A9%20%D8%B5%D8%AD%D8%A7%D9%81%D8%A9(1)

([21])https://jarirreader.com/book/6094/%D9%86%D8%B8%D8%B1%D9%8A%D8%A7%D8%AA%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%85.

- نظريــة الاســتخدامات والاشــباعات للتعــرف علــى نظريــة اســتخدام طبيعــة العمــل الاجتماعي للتواصل لمواقع الدراسة كمصدر أساسي يعتمدون عليه في التعرف على حملات مرشي الانتخابات البرلمانية عنه الناجمة التأثيرات والاستخدامات هذه ودوافع 2020 المصرية الانتخابات في ظاهرة التعصب السياسي وخاصة البرلمانية 2020 .

وفي إطار كل ما سبق يستند هذا البحث إلى نظريتي: الاعتماد علي وسائل الإعلام ونظرية الاستخدامات والتأثيرات وتمثيل المعلومات فيما يلي:

الكشف عن خصائص حملات مرشحي الانتخابات البرلمانية المصرية 2020 ، للوقوف على ملامح هذا الحملات ومحتواها تمهيداً لدراسة تأثيراتها؛ وذلك في ضوء ما تشير إليه نظرية الاستخدامات والتأثيرات من أن خصائص المضمون المتقدم عبر وسائل الإعلام تلعب دورا واضحا في تحديد طبيعة التأثيرات الناتجة عن التعرض له، ومن ثم لابد من دراسة خصائص هذا المضمون قبل بحث تأثيراته.

دراسة دور خصائص وتوجهات ودوافع الشباب المصري في تحديد مدى متابعة للحملات الانتخابية لمرشحي الانتخابات البرلمانية المصرية 2020 ؛ وذلك في ضوء ما تشير إليه نظرية الاستخدامات والتأثيرات من ضرورة الالتفات إلى وعدم إغفال هذه الدوافع وتلك الخصائص لكونها تمثل عوامل سابقة للتعرض تحدد كثافته وطبيعته ٠

دراسة العلاقة بين تعرض الشباب المصري للحملات الانتخابية لمرشحي الانتخابات البرلمانية المصرية 2020 ومستوى التعصب السياسي لديهم؛ وذلك في ضوء ما تشير إليه الفرضية الرئيسية لنظرية الاستخدامات والتأثيرات من أن التعرض لوسائل الإعلام المختلفة بما تقدمه من مضامين متنوعة ينتج عنه حدوث تأثيرات متباينة، ومع الأخذ في الاعتبار اعتماد غالبية فاعليات الحملات الانتخابية لمرشحي الانتخابات البرلمانية المصرية 2020 على مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة لعرض حملاتهم ..

دراسة تأثير متغيرات: انتقائية التعرض؛ ومستوى الانتباه، ومدى الإدراك ، والقدرة على التذكر على العلاقة بين التعرض للحملات الانتخابية لمرشحي الانتخابات البرلمانية المصرية 2020 ، ومستوى التعصب السياسي لديهم، وتم تحديد هذه المتغيرات لدراسة تأثيرها على تلك العلاقة في ضوء ما يشير إليه الفرض الرئيسي لنظرية تمثيل المعلومات

من أن جميع العمليات الادراكية التي تتم في الذهن، وتتضمن: الانتقاء ، والانتباه، والإدراك، والتذكر أو الاسترجاع تمثل عوامل مؤثرة على العلاقة بين التعرض لمضمون وسائل الإعلام والتأثر به.

تساؤلات الدراسة :

أولا: تساؤلات الدراسة التحليلية :

- ماهي أفضل صفحات المرشحين كمصدر للمعلومات ودرجة الثقة بها والاعتماد عليها ؟ .
- ما نوع الخطاب المقدم من خلال صفحات مرشحي الانتخابات البرلمانية المصرية 2020 وماهي أهدافة من خلال رصد واقع الحملات الانتخابية ؟ .
- ما هو موقع الخطاب المقدم علي صفحات مرشحي الانتخابات البرلمانية المصرية 2020 علي مواقع التواصل الاجتماعي ما بين التعصب والتسامح السياسي ؟ .
- ماهيالاستراتيجيات التسويقية المتبعة من قبل مرشحي الانتخابات البرلمانية المصرية 2020 ؟ .

ثانياً : تساؤلات الدراسة الميدانية :

- ما معدلات التعرض لصفحات المرشحين للانتخابات البرلمانية 2020 على مواقع التواصل الاجتماعي ، وعلاقة ذلك بظاهرة التعصب السياسي لديهم ؟ .
- ما هي المعارف والاتجاهات التي يكونها الشباب من خلال صفحات المرشحين على مواقع التواصل الاجتماعي نحو المشاركة السياسية ؟ .
- ماهي معدلات الاهتمام السياسي للجمهور المصري وخاصة الشباب بالنسبة للمشاركة السياسية بالانتخابات البرلمانية المصرية 2020؟ .
- ما هو تأثير صفحات المرشحين على مواقع التواصل الاجتماعي في السلوك التصويتي ، وقياس ظاهرة التعصب نحوها .
- ماهي أشكال التعصب لدى الجمهور المصري وخاصة الشباب علي المنصات الإعلامية للانتخابات البرلمانية المصرية 2020 واختلافها عن الدعاية الميدانية عما كان في السابق؟ .

- ماهي دوافع استخدام المجتمع المصري لمواقع التواصل في الاجتماعي في الانتخابات البرلمانية المصرية 2020 ؟ .
- ماهي الإيجابيات التي يراها المجتمع المصري لمواقع التواصل الاجتماعي في الانتخابات البرلمانية المصرية 2020 ؟ .
- ماهي السلبيات التي يراها المجتمع المصري لمواقع التواصل الاجتماعي في الانتخابات البرلمانية المصرية 2020 ؟ .
- ما استفادة المواطن المصري من مواقع التواصل الاجتماعي في الانتخابات البرلمانية المصرية 2020 ؟ .

فروض الدراسة:

الفرض الأول : توجد علاقة ارتباطية بين مستوى الاعتماد علي مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة صفحات المرشحين للانتخابات البرلمانية 2020 وظاهرة التعصب السياسي لدى الشباب.

الفرض الثاني : تؤثر المتغيرات السياسية التالية (مستوى الاهتمام السياسي .مستوى الكفاءة السياسية .مستوى المشاركة السياسية) في قوة العلاقة بين مستوى الاعتماد على صفحات المرشحين للانتخابات البرلمانية المصرية 2020 على مواقع التواصل الاجتماعي وظاهرة التعصب لدى الشباب المشارك في التصويت.

الفرض الثالث : توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين وفقا للمتغيرات الديموغرافية التالية (النوع . السن .منطقة الإقامة) في ظاهرة التعصب السياسي لدى الشباب.

الفرض الرابع : توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين حسب انتماءهم حزبيا في ظاهرة التعصب السياسي.

الفرض الخامس : توجد علاقة ارتباطية بين اتجاه المبحوث نحو البرلمان 2020 وظاهرة التعصب السياسي لديه .

متغيرات الدراسة:

تم تقسيم متغيرات الدراسة إلى :

متغيرات مستقلة ومتغيرات وسيطة ومتغيرات تابعة .

المتغير المستقل :تعرض الشباب المصري لصفحات المرشحين للانتخابات البرلمانية المصرية 2020.

المتغيرات الوسيطة :المتغيرات الديموغرافية (النوع . السن . المستوى التعليمي . مستوى الخبرة . منطقة الإقامة).

المتغيرات التابعة :ظاهرة التعصب السياسي لدى الشباب .

الإجراءات المنهجية للدراسة:

نوع الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية التفسيرية التي تهتم بتصوير وتحليل وتقويم خصائص ظاهرة معينة كميا وكيفيا وكذلك وصف واستكشاف العلاقات بين المتغيرات المختلفة التي تؤثر في ظاهرة التعصب السياسي لدى الشباب نتيجة تعرضهم لصفحات المرشحين للانتخابات البرلمانية المصرية 2020 على مواقع التواصل الاجتماعي وذلك بهدف الحصول على معلومات دقيقة عن الظاهرة من حيث خصائصها والعوامل المؤثرة فيها ودراسة العلاقة بين مستوى الاعتماد ومعدل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وبين درجة التعصب لدى الشباب.

منهج الدراسة:

تستخدم الباحثة منهج المسح الذي يعد من أبرز المناهج المستخدمة في مجال الدراسات الإعلامية خاصة البحوث الوصفية فيساعد هذا المنهج على تقديم جهدا علميا منظما للحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف للظاهرة الإعلامية حيث تسعى الدراسة إلى التعرف على العوامل المؤثرة في ظاهرة التعصب السياسي لدى الشباب المتابع لصفحات المرشحين للانتخابات البرلمانية المصرية 2020 على مواقع التواصل الاجتماعي وقد اعتمدت الدراسة على أسلوب المسح بالعينة من خلال تصميم صحيفة استقصاء كأداة لجمع البيانات من المبحوثين .

مجتمع الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة في الشباب المصري من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي المهتمين بمتابعة صفحات مرشحي الانتخابات البرلمانية المصرية 2020 من سن 18 عام فما أكثر وذلك لـلأن عمر ال 18 عام هو السن الذي يمكن للفرد فيه ممارسة حقوقه السياسية والإدلاء بصوته في الانتخابات سواء التشريعية أو الرئاسية أو المحلية والمشاركة في الحياة السياسية بصفة عامة.

عينة الدراسة:

أولا : عينة الدراسة الميدانية :

عينة عمدية قوامها 400 مفردة من الشباب المصري المهتمين بمتابعة صفحات مرشحي الانتخابات البرلمانية المصرية 2020 على مواقع التواصل الاجتماعي من ثلاث محافظات تمثل قطاعات الجمهورية الثلاثة (القاهرة الكبرى – الوجه البحري – الوجه القبلي) في الفترة من 1-11-2020 وإلى 31-12-2020 وهي الفترة التي تمت خلالها مراحل العملية الانتخابية للمرشحين للانتخابات البرلمانية المصرية 2020 عينة الدراسة طبقا للجدول الزمني المعلن من اللجنة العليا للانتخابات.

ثانيا : عينة الدراسة التحليلية :

اعتمدت عينة الدراسة التحليلية لمضمون الحملات الانتخابية لمرشحي إلانتخابات البرلمانية عام ٢٠٢٠ على اختيار عينة من المضامين التي قدمها اثنين من المرشحين في حملتهم الانتخابية علي صفحاتهم علي الفيس بوك .

أدوات الدراسة : صحيفه الاستقصاء في إطار منهج المسح المستخدم .

مفاهيم الدراسة :

مواقع التواصل الاجتماعي [22]:

([22])https://mawdoo3.com/%D8%A8%D8%AD%D8%AB_%D8%B9%D9%86_%D9%85%D9%88%D8%A7%D9%82%D8%B9_%D8%A7%D9%8

هي أدوات اتصال تعتمد على شبكة الانترنت وتتيح للأشخاص التفاعل مع بعضهم البعض من خلال مشاركة المعلومات ومن أشهر هذه المواقع (الفيس بوك –يوتيوب –واتس اب –اللينكد ان)..

الانتخابات البرلمانية [23]:

هي عبارة عن عملية ديمقراطية بمشاركة شعبية فاعلة يقوم فيها الشعب باختيار ممثلين عنهم في المجلس البرلماني كسلطة تشريعية لها الحق في اتخاذ القرارات وسن القوانين وتقييم عمل الحكومة والقبول بها أو ردها والتصويت على القرارات المتخذة من قبل الحكومة علما بأن القرارات المرفوضة من مجلس البرلمان لا يتم تنفيذها أو العمل بها نهائيا من قبل السلطتين القضائية والتنفيذية ..

التعصب السياسي [24]:

هو مصطلح يوصف تمسك الفرد بالرأي السياسي لحزبه دون مراجعة لذلك الرأي اعتقادا منه ان ذلك الحزب أو الجماعة الحق والآخرين أو باقي الأطراف السياسية عملاء لصالح أعداء الوطن.

أهم نتائج الدراسة :

4%D8%AA%D9%88%D8%A7%D8%B5%D9%84_%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%AC%D8%AA%D9%85%D8%A7%D8%B9%D9%8A.

([23])https://mawdoo3.com/%D9%85%D9%81%D9%87%D9%88%D9%85_%D8%A7%D9%84%D8%A7%D9%86%D8%AA%D8%AE%D8%A7%D8%A8%D8%A7%D8%AA_%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B4%D8%B1%D9%8A%D8%B9%D9%8A%D8%A9 .

([24])https://ar.m.wikipedia.org/wiki/%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B9%D8%B5%D8%A8_%D8%A7%D9%84%D8%B3%D9%8A%D8%A7%D8%B3%D9%8A

اهتم هذا البحث بدراسة الحملات الانتخابية لمرشحي الإنتخابات البرلمانية علي الفيس بوك لعام ٢٠٢٠، للتعرف على ملامح الخطاب المقدم بهذه الحملات، وللكشف عن أنماط التسويق السياسي المستخدمة به، وأهدافه، والاستراتيجيات والمداخل الإقناعية التي يستند إليه؛ فهذا الخطاب من خلال ما يقدمه من مضامين تسويقية، ونظراً لعظم قدراته الاقناعية، ينبغي أن يعمل لا على استثارة النزعات العصبية، وإشاعة روح العدائية لدى جمهور الناخبين، الأمر الذي قد يزيد من مستوى التعصب السياسي لديهم، وإنما على إرساء مبادئ التسامح السياسي، ليكون أداة فعالة لتقليل من النزاعات العصبية بما يساهم في تحقيق مزيداً من الديمقراطية.

وتضمن البحث تحليل عينة من مضمون الحملات الانتخابية لمرشحي الإنتخابات البرلمانية ٢٠٢٠ وخلص في نتائج التحليل إلى تنوع الخطاب المقدم بهذه الحملات ما بين العدائية والحميمة، إلا أن سمة التعصب كانت هي الأكثر ظهوراً، وإن كان ذلك بنسبة ضئيلة لا تتجاوز ال 5%، ومن ثم يمكن الإشارة إلى وجود نوع من التوازن النسبي في الحملات الانتخابية لمرشحي الإنتخابات البرلمانية ٢٠٢٠ بين كم ما تضمنته من خطابات متعصبة ومتسامحة.

وبينت أيضًا نتائج تحليل عينة مضمون الحملات الانتخابية لمرشحي البرلمان لعام ٢٠٢٠ تركيز الخطاب المتعصب بهذه الحملات على نمطي: معاداة للنظام السابق" ومعاداة الفصائل والأحزاب المتطرفة، وذلك لتحقيق هدفي: "استثارة الناخبين ضد رموز النظام السابق" و"تدعيم الاتجاه المعادي لتوجهات معينة كأسلوب ترويجي"، وظهر ذلك بشكل واضح في إطار "المبادرة بالهجوم" إذ استخدم هذا الإطار لتقديم غالبية الخطابات المتعصبة بالحملات المُشار إليها، والتي استندت إلى استراتيجيتي: "الإثارة" و "التهويل"؛ ومن ثم لجأت إلى المداخل العاطفية.

أما بالنسبة للخطاب بعينة مضمون الحملات موضع الدراسة فقد تبين تركيزه على نمطي: "تقبل مختلف التوجهات السياسية، و"التسامح مع الفصائل والأحزاب المتطرفة"، وذلك لتحقيق هدف "دعوة كافة التوجهات للتكاتف والعمل من أجل بناء مصر"، وظهر ذلك

بشكل واضح في إطار "المبادرة بالسلام إذ استخدم هذا الإطار لتقديم غالبية الخطابات المتسامحة بالحملات المُشار إليها، والتي استندت إلى استراتيجي: التهدئة" و "إعلاء كرامة الغير، وحققت في بذلك التوازن بين المدخلين العاطي والعقلي.

لقد اهتم هذا البحث من واقع اختبارات فروضه بالتعرف على تأثير الخطاب المقدم بالحملات الانتخابية لمرشحي البرلمان لعام ٢٠٢٠ على مستوى التعصب السياسي لدى الشباب المصري، واعتمد البحث في تحقيق ذلك على إجراء دراسة ميدانية تم خلالها الربط بين مدخل الاستخدامات نظرية تمثيل المعلومات؛ وذلك استنادا إلى طبيعة الظاهرة، وكفية حدوثها. وفي هذا الإطار تم التوصل إلى مجموعة من النتائج العامة تشير في مجملها إلى اختلاف مدى متابعة الشباب لكل حملة من الحملات الانتخابية لمرشحي البرلمان المصريً،.

وتشير أيضًا نتائج الدراسة الميدانية إلى توسط مستوى إدراك الشباب المصري لمضمون الحملات الانتخابية لمرشحي الإنتخابات البرلمانية عام ٢٠٢٠، وكذلك إلى عدم تجاوز قدرتهم على الاحتفاظ بما تعرضوا له من مضمون هذه الحملات حدود المستوى المتوسط، وتفاوت قدرتهم على استعادة وتذكر مضمون هذه الحملات من حملة لأخرى إلا أنها لم تتجاوز حدود المستوى المتوسط، وارتبط كل ما سبق بالتباين الواضح في اتجاهات الشباب المصري نحو الحملات الانتخابية لمرشحي البرلمان لعام ٢٠٢٠ ، وارتفاع أو توسط مستوى التعصب السياسي لدى الغالبية العظمى (89.4%) منهم بوجه عام .

وفي هذه النتائج العامة بينت نتائج اختبارات فروض البحث مدى متابعة الشباب المصري للحملات الانتخابية لمرشحي البرلمان باختلاف بعض خصائصهم الديمغرافية، وهي: النوع، والسن فقط، كما تبين اختلاف مستوى التعصب السياسي لديهم باختلاف الخصائص الديمغرافية ذاتها. وفي ضوء هذا التأثير الواضح لمتغيري النوع والسن، ظهر وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى متابعة الشباب المصري للحملات الانتخابية لمرشحي البرلمان عام ٢٠٢٠ ، ومستوى التعصب السياسي لديهم، واختلفت شدة هذه العلاقة باختلاف الحملة، وإن كانت في ذات الاتجاه الإيجابي في جميع الحالات.

وبينت أيضًا نتائج اختبارات فروض البحث تأثر بين تعرض الشباب للحملات الانتخابية لمرشحي البرلمان علي فيس بوك عام ٢٠٢٠ في زيادة مستوى التعصب السياسي لدى الشباب المصري، وإن كان هذا الدور يتوقف على بعض المتغيرات المتعلقة بمتابعة هذه الحملات من ناحية، وبعملية تمثيل ما يتم تلقيه من معلومات تقدمها من ناحية أخرى.

خاتمة وتوصيات البحث:

تطرق هذا البحث إلى دراسة ظاهرة سياسية أصبحت تمثل واقعًا قائمًا بالفعل في المجتمع المصري، وهي ظاهرة التعصب السياسي، وتمت دراسة هذه الظاهرة من خلال توصيفها، ورصد مدى وجودها في المجتمع، فضلاً عن بحث تأثير الحملات الانتخابية لمرشحي الإنتخابات البرلمانية المصرية– كأحد أهم الأحداث السياسية – في تشكيلها وتأصيل وجودها، واستند البحث في ذلك إلى مدخل الاستخدامات، ونظرية تمثل المعلومات محاولاً تطوير هذا المدخل في ضوء تلك النظرية، وما تقدمه من متغيرات تمثل المراحل التي تمر بها عملة تمثيل المعلومات؛ والتي تمت الاستفادة منها في دراسة العلاقة بين المتغيرين مجال البحث، وأفصحت النتائج التي تم التوصل إليها عن أن الحملات الانتخابية لمرشحي الإنتخابات البرلمانية ٢٠٢٠ قدمت خطاباً يعكس في جانب كبير منه قدراً واضحًا من التعصب السياسي، والذي تم استخدامه لتسويق أيدولوجيات فكرية توظف في أطر هجومية لدعم المرشح البرلماني.

وإذا كانت ظاهرة التعصب السياسي تمثل أحد أهم الآثار السلبية الناتجة عن تلك التطورات والأحداث السياسية التي شهدها المجتمع المصري خلال الأعوام القليلة الماضية، والتي أفرزتها تحديداً فترة حكم جماعة الإخوان المسلمين في مصر متمثلة في حزب الحرية والعدالة؛ إذ تمثل التغيرات السياسية التي شهدتها تلك الفترة، والتحولات الواضحة التي ظهرت بالفترة التالية لها؛ تمثل أحد أهم العوامل التي ساهمت في انتشار ظاهرة التعصب السياسي؛ فإن نتائج هذا البحث توضح أن هذه الظاهرة السلبية – التعصب السياسي – تتدعم أيضاً جذورها في المجتمع المصري بفعل تلك الصراعات والمنافسات التي تفرضها الانتخابات الرئاسية أو البرلمانية؛ إذ تتعالى الأصوات وتوجه الخطابات المتعصبة في الحملات

الانتخابية التي تستثير العدائية إما ضد رموز النظم السابقة وأعوانهم، أو ضد بعض الفئات أو التوجهات السياسية.

إن الاستخدام غير المقصود للخطابات المتعصبة التي تستثير العدائية، حتى وإن كان ذلك في إطار خططاً تسويقية ، تسعى إلى تحقيق أهدافاً سياسية، أو كان نابعاً من الالتزام بالمسئولية الوطنية؛ إن هذا الاستخدام قد يؤدي إلى ترسيخ العديد من الظواهر السلبية التي ينتج عنها الإضرار بالمجتمع، بل قد يتجاوز الأمر حدود ترسيخ ما هو قائم وأصبح مشهوداً في الوق الحالي بالمجتمع المصري.