

اتجاهات الخطاب السعودي عبر تويتر نحو القضايا الاجتماعية

دراسة تحليلية بالتطبيق على قضية قيادة المرأة السعودية للسيارة

إعداد

د. خالد بن فيصل الفرم

رئيس قسم الجرافكس والوسائط المتعددة

كلية الإعلام والاتصال

جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية بالرياض

مقدمة :

لم يعد من الممكن في ظل التطورات المتسارعة الذي تشهدها البيئة الاتصالية في العالم ولا في ظل التأثيرات المتصاعدة لوسائل الإعلام الجديد وعلى رأسها الشبكات الاجتماعية أن يتم النظر إلى الشبكات الاجتماعية باعتبارها مجرد مستحدثات اتصالية رسمتها التكنولوجيا وتابعها الشباب بشغف، دون النظر إلى الدور الاجتماعي والثقافي والسياسي الذي تعكسه هذه الشبكات، والتي تؤثر فيه على نحو مباشر ومستمر وكثيف.

فالشبكات الاجتماعية لا سيما في العالم العربي أثرت على نحو مباشر في تحقيق تغيرات جوهرية في المشهد السياسي في عدة دول، قادت بعضها إلى الفوضى، وقادت بعضها إلى التغيير الحقيقي والفعال، لكن الأمر الثابت في هذا الإطار هو أنها أثبتت قدراتها على أن تكون أداة قوية ومؤثرة في المجال العام في أي مجتمع.

ولا يتوقف التأثير الذي تعكسه هذه الوسائط على إحداث تغيرات هيكلية واسعة التأثير مثلما حدث في أغلب الدول التي شهدت ما سمي بثورات الربيع العربي، إذ أن هذه الأحداث مثلت ذروة تجليات عدة لا يمكن أن تنسب لوسائل الاتصال الاجتماعي فحسب. لكن الأمر الجوهري في هذا الصدد هو قدرة هذه الوسائط على إحداث التغيير الاجتماعي الذي ينبني على نحو مباشر على حالة ديناميكية طويلة الأمد من التغيير الثقافي، إذ أن جوهر التأثيرات التي تقوم على وسائط الاتصال الاجتماعية هي تغيرات ثقافية بالأساس.

على أن أهم السمات التي تكتسبها وسائط الاتصال الاجتماعي في تحقيق التغيير الثقافي ومن ثم الاجتماعي، هي أنها تركز على فكرة محورية وبراقة هي "الحرية" حيث ترى (Ogan 2007) أن تقنيات الاتصال ذات الطابع المعولم كالفصائيات والإنترنت هي تقنيات الحرية Technologies Of Freedom حيث أن جوهرها الحقيقي في إكساب الفرد القدرة على التحرر من الحدود الاجتماعية المحيطة به، وتمكن الشعوب من تحقيق التغيير الاجتماعي عبر استخدامها لهذه التقنيات سواء كانت وسائل هذا التغيير تقليدية أو حديثة. (١)

وعلى هذا الأساس يمكن القول أن وسائط الاتصال الاجتماعي عبر الإنترنت تركز لتحويل ثقافي بالأساس يتمحور حول الحرية، والتي قد ينظر البعض إليها وفق رؤى ومفاهيم وتصورات مختلفة، وفي إطار سعي كل فرد للإسهام في "المجال العام" مستخدماً هذه الحرية، فإن هذه النقاشات التي تتم عبر هذه الوسائط تتحول لتصبح أداة للتغيير الاجتماعي، عبر اختبار الثقافة المحلية ووضعها في إطار النقاش الحر، أو استلهاً ثقافات تدعي أنها ثقافات أكثر حرية، مما يجعل هناك خطاباً نظامياً يظهر يسعى للتغيير داخل أي مجتمع، وهو ما يجابه في الغالب بخطاب مضاد يرى أن الحرية لا تعني التغيير، أو أن التغيير لا يعني الانسلاخ من الأطر الحاكمة للثقافة المحلية التي تشكل معيار الحكم على الأشياء. وهكذا يمكن النظر إلى المسألة باعتبارها مسألة دائرية، خطاب ينشأ يروج للحرية وفق منظور عالمي معولم يجابهه خطاب مضاد يرى الخطاب الأول خطاب تغريب وفتنة وهكذا.

وبما أن الكثير من الدراسات قد ركزت على نحو واضح ومباشر بدراسة تأثير شبكات الاتصال الاجتماعي المختلفة على الأبعاد السياسية لا سيما مع ترانها مع التغييرات السياسية المتسارعة في العالم العربي. فإن هذه الدراسة تركز على الأبعاد الاجتماعية المرتكزة على فكرة التداول الحر بين الخطابين سالف الذكر بالتطبيق على قضية خلافية في المجتمع السعودي وهي قضية "قيادة المرأة للسيارة".

مدخل إلى مشكلة الدراسة وأهميتها :

تعد إشكاليات التغيير الاجتماعي وعلاقتها بالاتصال إحدى أهم الأسس المتعارف عليها عموماً في دراسات الاتصال الجماهيري. حيث تبنى أغلب الباحثين على فترات متعاقبة فكرة التغيير باعتبارها عنصراً أساسياً لنشاطات الميديا حول العالم، بين تعزيز واضح لفكرة التغيير باعتباره "تنمية" حتى صار جزءاً أصيلاً من دراسات الإعلام متعلقة بقدرة وسائل الإعلام على تحقيق التنمية باعتبارها تغييراً نافعا، وبين دعم الثبات والاستقرار استناداً إلى أن أحد أهم أهداف الاتصال هو تحقيق التماسك الاجتماعي المبني على تعزيز الثوابت الوطنية والثقافة المحلية. (ii)

بينما على الجانب الآخر مثلت فكرة التغيير جوهر الاتصال الشبكي المعتمد على الإنترنت منذ نشأتها حتى الآن، ثم مثلت شبكات الاتصال الاجتماعي المثال الأبرز لتحقيق التغيير المرتكز على الحرية وتبادل الأفكار عبر الثقافات المختلفة والمتباينة. وصارت فكرة التغيير الاجتماعي هي المحور الأساس للتفاعلات الموضوعية غير الشخصية على الشبكات الاجتماعية، وقد ركزت العديد من الإسهامات على قدرات الشبكات الاجتماعية على إحداث التغيير منها ما توسع في النظر إليها باعتبارها أدوات التغيير الأبرز في الواقع المعاصر، في حين لم يرها البعض غير مجال جديد للتشارك في بناء وجهات نظر بين ثقافات مختلفة ومتعددة لا يمكنها أن تقود إلى تغيير اجتماعي حقيقي قدر ما تسوق لمعطيات ثقافة عالمية لها أبعاد واضحة أساسها احترام التنوع، والديمقراطية، وحقوق الإنسان، ودعم الحريات دون وجود شخصية ثقافية محلية وراء هذا الأثر. (iii)

وبعيداً عما تطرحه هذه الجدالات على نحو واسع وموسع، فالواقع يشير إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي بأشكالها المتعددة إنما هي وسيلة على الأقل لإعادة اختبار الثقافة على نحو سيتضح في الإطار النظري لهذه الدراسة، كما أنها تجعل المستخدمين يلجئون داخل المجال العام، معززين بمكتسباتهم التي حققوها جراء وجودهم داخل الشبكة الاجتماعية، ومن ثم فإن النقاش حول القضايا المختلفة يتحول بعد مرحلة معينة من التركيز والكثافة إلى خطاب، وتقضي ملامح هذا الخطاب ضروري للتعرف على رؤى التغيير المختلفة، كما تطرحها الأطراف المتباينة، وكيف يمكن لهذا الخطاب أن يستمد تماسكه الثقافي والقيمي عبر تحليله تحليلاً علمياً هو أمر يمثل ضرورة بحثية تسعى لكشف اللثام حول العديد من الحوارات عبر هذه الشبكات التي تتحول إلى خطاب ينذر بالتغيير وبالتالي تغيب فكرة المفاجأة الاجتماعية التي قد تبدو عصية على الفهم لدى العديد من الباحثين أو صناع القرار على حد سواء.

ظاهرة تويتر في المملكة:

وفي هذا الإطار ينبغي التوقف عند تويتر تحديداً لعدة أسباب أساسية وجوهرية هي:

١. أن المملكة العربية السعودية تأتي في المرتبة السابعة عالمياً من حيث نسبة مشاركة مستخدمي الإنترنت على تويتر (iv)

٢. أن المملكة هي الأولى عربياً في استخدام تويتر بفوارق ضخمة للغاية عن أقرب بلد عربي وهي مصر بفارق يبلغ أربعة أضعاف على الأقل. (v)

٣. أن المملكة تمثل أسرع بيئات العالم نمواً في أرقام مستخدمي تويتر حول العالم وفق عدد مستخدمي الإنترنت (vi)

٤. مثلت تويتر أهم شبكة اجتماعية يتعرض لها الشباب السعودي دونما منافسة مع أي شبكة اجتماعية أخرى. (vii)

وعلى هذا الأساس يتضح بجلاء أهمية شبكة تويتر تحديداً بين أنواع وأشكال شبكات الاتصال الاجتماعي في المملكة وهو ما يجعل دراستها تمثل ضرورة بحثية مؤكدة لا سيما في تناول المشاركين عبر وسوم محددة لتشكل خطاباً يحدد اتجاهاتهم ورواهم نحو القضايا الاجتماعية بالتطبيق على قضية تمثل أحد أهم القضايا الخلافية في المحيط الاجتماعي السعودي وهي قضية قيادة المرأة السعودية للسيارة، لا سيما وهي تركز بالأساس على عوامل ثقافية متباينة تجعل من الجدل بشأنها مجالاً خصباً لدراسة الحالة السابق الإشارة إليها على نحو متطابق تقريباً وهي حالة الخطاب النقابي الجدلي المتعلق بمفاهيم التغيير والمرتبطة بفكرة توظيف شبكات الاتصال الاجتماعي بما تعبر عنه من حريات وديمقراطية اتصال. والباحث هنا يود الإشارة إلى أمر هام للغاية وهو أنه لا يستهدف مناقشة القضية بحد ذاتها، ولا التعاطي مع أبعاد قبولها أو رفضها الاجتماعيين، بقدر ما يهدف إلى التعرف على اتجاهات الخطاب السعودي نحوها كخطاب جدلي ذي طابع ثقافي يتم في بيئة اتصالية تتسم بالحرية والديمقراطية، وأن يختبر محددات هذا الخطاب وعلاقاته البيئية للتعرف على ديناميات هذا الخطاب القائم على التفاعل والهادف إلى التغيير.

وبناء على ما سبق يمكن القول بأن هذه الدراسة تكتسب أهميتها من العوامل التالية :

١. ندرة الدراسات العربية التي تناولت تحليل مضمون الشبكات الاجتماعية عامة وتويتر خاصة لا سيما في المجتمعات العربية وتحديد المجتمع السعودي.
٢. أن الدراسات التي تناولت تحليل مضمون الشبكات الاجتماعية - على قلتها - لم تتناول فكرة تحول هذا المضمون إلى خطاب جدلي تستهدف كشف أبعاده الثقافية بقدر ما ارتكزت على استكشاف ديناميات التفاعل وملامح عمليات الاتصال ذاتها.
٣. أن البعد المتعلق بثقافة التغيير من جهة، وبالتحليل النقابي على وجه عام مفتقد بكثرة في الدراسات التي تناولت الشبكات الاجتماعية.
٤. أن الدراسة تتصدى للقضايا الاجتماعية باعتبارها أخطر الأبعاد التي تتأثر بالتغيير الثقافي.
٥. أهمية القضية ذاتها التي تشكل مجالاً خصباً للجدالات على شبكات التواصل الاجتماعي.
٦. الأهمية الخاصة التي تحوزها تويتر كشبكة اتصال اجتماعي داخل المجتمع السعودي والتي لا تتواكب معها الدراسات العلمية.
٧. السعي للوصول إلى تأكيد ضرورة البحث العلمي في هذا المجال المتشابك من وجهة نظر أكثر نقدية وشمولية.

وفيما يلي أهم الدراسات السابقة التي تناولت موضوعات ذات صلة بموضوع الدراسة والتي يمكن عبر استعراضها تحديد مشكلة الدراسة والتأكيد على أهميتها:

الدراسات السابقة:

يمكن تتبع أدبيات هذه الدراسة في الدراسات السابقة عبر محورين هما: (١) دراسات تناولت علاقة شبكات الاتصال الاجتماعي بالقضايا الاجتماعية وحركات التغيير حول العالم. (٢) دراسات تناولت شبكات الاتصال الاجتماعي كجزء رئيس من المجال العام في المجتمعات العربية.

المحور الأول: دراسات تناولت علاقة شبكات الاتصال الاجتماعي بالقضايا الاجتماعية وحركات التغيير حول العالم..

دراسة Gleason 2013 (viii) والتي استهدفت التعرف على وفهم طرق تفاعل الأفراد عبر تويتر كمنصة اتصال اجتماعية متطورة للتعبير عن رغباتهم في التغيير الاجتماعي بالتطبيق على حركة "احتلوا وول ستريت". وقد استخدمت الدراسة عدة أدوات بحثية على رأسها التحليل الكيفي ودراسة الحالة والملاحظة للتعرف على ظاهرة الدراسة، وخلصت الدراسة إلى أن ممارسة الفعل الاتصالي عبر تويتر لا يتم بمعزل عن عملية مستمرة متنامية لدى المشاركين هي عمليات التعلم الاجتماعي، والتي يركز عنصرها الرئيس في فكرة المشاركة في حد ذاتها، فشعور الفرد بقدرته على المشاركة والتأثير في حدث جلل، يجعله أكثر تقبلاً للتعلم غير الرسمي وأكثر استعداداً لتطوير أدواته ليحوز مكانة مهمة داخل السياق الاجتماعي. حيث أن قناعة الفرد تقوم على أنه كلما استطاع صنع وتوزيع المحتوى عبر تويتر في التغريدات والوسوم كلما زاد التفاعل مع ما يكتبه وبالتالي يزداد تغلظه وقدرته على الفعل إزاء موضوع النقاشات وبصير أكثر معرفة بها وأكثر تأثيراً فيمن هم أقل احترافاً وتعلماً، ويكتسب مكانة اجتماعية أكثر أهمية لدى المشاركين.

أما دراسة Guo and Saxton 2014 (ix) فقد سعت للتعرف على أفضل أوعية الاتصال الاجتماعي المستخدمة من قبل المنظمات والمؤسسات الداعمة للتغيير الاجتماعي مثل مؤسسات الحفاظ على البيئة والحقوق النسوية والمدنية وغيرها، وعبر تطبيق تحليل المضمون لنشاطات هذه المؤسسات تبين أن أكثرها فعالية في تحقيق أهداف التغيير هو تويتر حيث اتسمت شبكة تويتر بالديناميكية والمباشرة وسرعة التغطية، والأهم هو الدافعية العميقة لدى مستخدمي تويتر في تبني خطاب التغيير. وفي منحنى جديد ومختلف يعزز فكرة السيطرة الثقافية تأتي دراسة Fuchs 2014 (x) لتتطرق من فرضية جديدة تقوم على اختبار قدرة المؤسسات والمنظمات ذات الطابع الرأسمالي للسيطرة على شبكات التواصل الاجتماعي واستخدامها كمنصة لترويج الأفكار والقيم التي تروج لأهداف هذه المؤسسات، فهي تستغل دافعية الجمهور من أجل التغيير التي تعد سمناً رئيساً في جدالات وتفاعلات المشاركين عبر الشبكات الاجتماعية لتطرح مجموعة من الأفكار والرؤى التي تعزز هذا التغيير ولكن في إطار توجيهه إلى ما يخدم مصالحها والثقافة التي تأسست عليها. وعلى رأسها قضايا الاستهلاك ورأس المال وقوى العمل وغيرها. وهو ما يؤكد أن الشبكات الاجتماعية قد صارت مساحة يمكن التلاعب بها من خلال مؤسسات تفرض حالة جدلية تبدو للعيان أنها حرة وديمقراطية، لكنها في واقع الأمر مهيمنة وموجهة لخدمة أجناس معينة لكيانات تهدف إلى تعزيز السيطرة.

وتشير دراسة Christensen 2011 (xi) إلى أن الجدالات التي تتم عبر تويتر وغيرها من الشبكات الاجتماعية لا يمكن النظر إليها باعتبارها جدالات فردية أو حتى جماعية، كما لا يمكن النظر إليها فقط باعتبارها ثورة اتصالية جديدة، إنما هي في الواقع جدالات نامية تتشكل عبر الزمن لتشكل خطاباً مستقراً داخل المجتمع، ويقوم هذا الخطاب بدور رئيس في عمليات التغيير الاجتماعي، على أن الإشكالية الرئيسية في هذا الموضوع أن هذه الجدالات قد تتشكل ممن ينتمون إلى المجتمع الواحد أو خليط من المواطنين وغير المواطنين، الأمر الذي يجعل عمليات التغيير الاجتماعي لا تخضع لمرجعية ثقافية واحدة يمكن النظر إليها باعتبارها في كل الأحوال وتحت كل الظروف تخدم الوطن. وقد قام الباحث بتطبيق هذا المنظور على المجتمع السويدي عبر استكشاف درجة تأثير الجدالات الوطنية بما حدث في دول الربيع العربي، وعلاقة هذه الجدالات بهذه الأحداث ودرجة مشاركة غير السويديين في تحديد ما ينبغي أن تفعله الحكومة السويدية.

أما دراسة 2010 Levickaitė (xii) فقد تناولت فكرة التغيير الثقافي الذي تطرحه شبكات الاتصال الاجتماعي والمؤسس على ثقافة عالمية ذات معطيات واحدة، وعالم بلا حدود وقيود ثقافية أو جغرافية. وقد اتبعت الدراسة أسلوب الاستقصاء على عينة من الشباب من مستخدمي تويتر وفيس بوك ولينكد إن وماي سببيس في ليتوانيا، وأظهرت الدراسة أنه على الرغم من اختلاف السمات الديموغرافية والثقافية للعينة المبحوثة إلا أن هذه الأجيال التي تبنت واستخدمت شبكات الاتصال الاجتماعي منذ بدايتها في ظل تسارع التطورات التكنولوجية مثلوا جيلاً منسجماً يسعى وراء ممارسة قيم ثقافية عالمية بغض النظر عن مصدرها أو اتساقها مع الثقافة الأصيلة في المجتمع المحلي.

وتأتي دراسة 2012 Yoo and Gil de Zuniga (xiii) لتثبت أمراً جديداً وجديراً بالنظر، وهو العلاقة بين استخدام أنواع الشبكات الاجتماعية وبين التحول إلى استخدام نفس مستوى النشاط في الواقع الفعلي، حيث تخلص الدراسة إلى أن النشاط على تويتر يرتبط عكسياً بالنشاط في الواقع الفعلي، فالممارسة السياسية على تويتر تغني أصحابها عن المشاركة السياسية الحقيقية، وأرجع الباحثان هذا الأمر إلى أن نسبة كثافة النشاط والجهد المبذول على تويتر يزيد بمراحل عن غيرها من شبكات النواصل الاجتماعي، وأن هذه الكثافة تجعل الفرد يشعر بأنه قد قام بإنجاز ما، يغنيه عن القيام به في الواقع الفعلي، كما أن مقارنة حجم التأثير والتقدير الذي يلقاه على تويتر مقارنة بالواقع الفعلي يجعل من عوائد استخدام تويتر أكثر قبولاً وترحيباً لديه من الواقع الفعلي.

وفي دراسة حول تحديد العوامل المؤثرة في إكساب مستخدم تويتر المكانة كقائد رأي حاول كل من Xu, Blasiola and Sang 2013 (xiv) استكشاف هذا الأمر بالتطبيق على انتخابات إعادة بولاية ويسكونسن الأمريكية، وخلصت الدراسة إلى أن تعبير الفرد عن ذاته باعتباره منخرطاً في العمل السياسي، وأن يقوم بتضمين صفحة التعريف به ما يفيد التعبير عن توجهاته السياسية يضعه في مكانة "قائد رأي" عن غيره ممن لا يقوم بهذا الفعل، حيث المستخدمين ينظرون إلى النشاط المتغلغل الواضح صاحب الاتجاه بتقدير أعلى من غيره.

المحور الثاني : دراسات تناولت شبكات الاتصال الاجتماعي كجزء رئيس من المجال العام في المجتمعات العربية.

ركزت دراسة 2012 Lim (xv) على تتبع جذور النشاط الإلكتروني للمعارضين في مصر قبل ثورة يناير ٢٠١١ وبالتحديد منذ عام ٢٠٠٤ وحتى عام ٢٠١١، وتوصلت الدراسة أن هذا الانفجار الذي تولد في مصر في يناير ٢٠١١ كان يعتمد بشكل رئيس على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي كمنصة لتبادل الأفكار أولاً ثم لتتساق التحركات ثانياً، وأن نجاح هذه الحركات تحقق عبر أمرين رئيسيين هما: استبعاد رموز المعارضة الرسمية أو المنخرطة في أحزاب سياسية أو تتعامل مع النظام الحاكم، وهو ما جعلها تخرج خارج إطار الصراعات والتباينات الأيديولوجية وساهم في توحيد أهدافها في التغيير، والثاني: هو عولمة أنشطتها بمعنى إشراك المستخدمين من عموم العالم في القضية المصرية المطالبة بالحرية والديمقراطية والتغيير، وهو ما أكسبها أرضية مساندة قوية قبل الأحداث.

الأمر ذاته تقريباً رصدته إحدى الدراسات قبل أحداث ما يسمى بالربيع العربي وهي دراسة Jansen 2010 (xvi) والتي رصدت الشبكات الاجتماعية في مجموعة من دول الشرق الأوسط وهي مصر وإيران وسوريا وتونس، وأكدت أن الشباب من معارضي النظام استطاعوا كسب أرضية كبرى عبر اندماجهم مع الشباب الساعين للتغيير الاجتماعي لا السياسي، وأن هذا الدمج حدث بسبب القمع الأمني للناشطين السياسيين الأمر الذي دفع بالمطالبين بالتغيير الاجتماعي إلى التضامن معهم، وجعل حركة النشاط السياسي تتحد مع حركات التغيير الاجتماعي، وهو ما يشكل غياب كامل للتعامل الرشيد من قبل

الحكومات مع متطلبات التغيير الاجتماعي وطبيعة الحراك عبر الشبكات الاجتماعية وفهم أبعاد الجدالات التي تدور فيها.

وكذا أتت دراسة عبير محمد (٢٠٠٩) (xvii). بهدف التعرف على مدى نجاح وسائل الإعلام الجديدة في تعزيز ممارسات الحريات، وهل نجح الإنترنت أن يعزز الشعور بممارسة الحريات وديمقراطية الاتصال عبر منح الأفراد والجماعات حرية التعبير عن أنفسهم، وقد قامت الباحثة بإجراء دراسة تحليلية على بعض مواقع المنظمات والمؤسسات بالإضافة إلى دراسة ميدانية على عينة قوامها ٢٠٠ مقردة من النخبة المصرية، وتمثلت أهم النتائج في تفوق الإنترنت بكافة تطبيقاتها في الدعوة للتغيير ورفض الأوضاع الراهنة وأنها مثلت فضاء رحباً لاستيعاب وممارسة حريات التعبير حتى مع التهديدات الحكومية المتعقبة ضد هذه الممارسات وضيقها بها، في حين لم تكن هناك ثمة اختلافات جوهرية بين المؤسسات والمنظمات عينة الدراسة التحليلية في تعاطيها مع هذه القضايا، الأمر الذي يثبت أن البعد الإنساني الفردي أقوى وأسرع من البعد المؤسسي في التعامل مع هذه السمات.

بينما ركزت دراسة Markus Sabadello (xviii) على الدور الذي قامت به الشبكات الاجتماعية في تشكيل آراء واتجاهات الجماهير العربية وانطلقت من قول ناشط مصري كتب علي الفيسبوك " إذا كانت حكومتك قد قطعت اتصالك بالانترنت فيجب عليك أن تقطع اتصالك بها وتلغي هذه الحكومة وتأتي بغيرها ، وإذا كانت حكومتك منعك من التجمع والتظاهر في الشوارع والميادين فلك كل الحق أن تتظاهر في الميادين والقضاءات الالكترونية" وأكدت الدراسة نجاح الشبكات الاجتماعية في تكوين وعي الطليعة المتفككة التي بدورها نقلت هذا الوعي لباقي المجموعات المهيأة للثورة باستخدام الاتصال الشفهي ، وحددت الدراسة أهم الأدوار التي قامت بها الشبكات الاجتماعية في ١- التحول الفردي من خلال التأثير على آراء ومعتقدات الأفراد واتجاهاتهم السياسية، ٢- تقريب العلاقات البينية بين الجماعات المختلفة من خلال بث الأفكار المشتركة والتعقيب عليها وتكوين مجموعات شبه متجانسة من خلال صفحات ومجموعات ومنتديات خاصة بهم ، ٣- العمل الجماعي حيث استخدمت الشبكات في تنظيم خروج المسيرات والمظاهرات بطريقة سهلة منظمة حتى مع قيام الحومة بحظر الإنترنت حيث تم الوصول للفيسبوك بطرق أخرى فرضتها الظروف السياسية والأمنية، ٤- وضع سياسات تنظيمية للقوي المختلفة تضمنت الدعاية والدعاية المضادة والرد على أي محاولات لاختراق الثوار، ٥- جذب الانتباه الخارجي من خلال نشر أخبار وأهداف هذه الحركات والتجمعات وإرسال أو تسريب وثائق وصور وفيديو لأحداث الثورة وخاصة مع إعلان الجزيرة ترحيبها باستقبال هذه المواد ونشرها حتى مع ضعف جودتها الفنية. في حين تناولت دراسة Desiree Simonetti 2011 (xix) الدور الذي قامت به الشبكات الاجتماعية في تغيير الرأي العام العالمي عن المرأة العربية التي وصفت قبل الثورة بأنها أمية سلبية تابعة وخاضعة للرجل لا تقوم بأي دور اجتماعي أو سياسي وينحصر دورها في التربية وإمتاع الرجل ولكن أثبتت هذه المرأة في الثورة أنها مشاركة ونشطة وفعالة وقادرة على تغيير الواقع بمشاركتها سواء في الواقع الإلكتروني من خلال الشبكات أو في الواقع الحقيقي بتواجدها في مختلف ميادين الثورة بمختلف فئاتها سواء كانت بنت أو ابنة أو أم أو أخت أو زوجة وهذا يعد انتصار حقيقي للمرأة العربية في صراعها لنيل حقوقها من الرجل والمجتمع.

ملاحظات على الدراسات السابقة:

يمكن القول أن الدراسات السابقة قد أكدت على فعالية شبكات التواصل الاجتماعي في إحداث التغيير الاجتماعي بأشكاله المختلفة أو تحفيز عمليات التغيير، كما تؤكد كذلك أن القيم الثقافية التي تقوم عليها عمليات التعبير عن الرغبة في التغيير تتم في إطار ثقافي معولم أكثر من كونها تتم في سياق ثقافي محلي،

وأنة من الخطأ النظر إلى هذه الجدالات على أنها جدالات فردية بل ينبغي النظر إليها باعتبارها تمثل خطاباً محدد الاتجاه ينبغي وضعه في الحسبان لدى أي باحث أو صانع قرار. ويلاحظ على مستوى الشكل الضعف التام للدراسات التي استخدمت أسلوب التحليل مقارنة بالدراسات الميدانية، كذلك يتضح الضعف النسبي للدراسات التي تناولت القضايا الاجتماعية على صعيد الدراسات العربية في مقابل قضايا التغيير السياسي.

تحديد مشكلة الدراسة:

وعلى أساس ما سبق يمكن تحديد مشكلة الدراسة في التعرف على اتجاهات وآليات الخطاب الناتج عن تفاعلات جدلية حول قضية اجتماعية خلافية محددة هي قضية "قيادة المرأة للسيارة" عبر تويتر باعتبارها الشبكة الأبرز في المملكة، وتحديد تأثير الخلفيات الثقافية في إكساب هذا الخطاب درجة التماسك اللازم لإحداث التغيير الاجتماعي أو إحداث الثبات عقب هذه الحالة الجدلية.

أهداف الدراسة:

تتمثل أهم أهداف هذه الدراسة فيما يلي:

١. التعرف على بيئة التفاعل داخل شبكة تويتر كإبراز شبكات الاتصال الاجتماعي في المملكة.
٢. دراسة ديناميات التفاعل في بيئة تويتر باعتبارها تمثل مجالاً عاماً
٣. استكشاف اتجاهات خطاب التغيير في مقابل الثبات في تفاعلات الأفراد حول القضايا الاجتماعية
٤. دراسة ملامح وأبعاد الخطاب السعودي الحر عبر تويتر تجاه القضايا الاجتماعية.
٥. دراسة مكونات الخطاب وعلاقات هذه المكونات ببعضها البعض لوضع إطار تفسيري واضح له.
٦. تقييم مستوى التماسك في خطاب القبول والرفض تجاه قضية قيادة المرأة للسيارة.

تساؤلات الدراسة وفروضها:

أولاً التساؤلات:

١. ما اتجاهات الخطاب من حيث القبول والرفض تجاه قضية الدراسة؟
٢. ما طبيعة المشاركات الواردة من حيث كونها مشاركات أصلية أو ردود؟
٣. ما حدود التفاعل الاجتماعي وطبيعة المحتوى الذي حوته التغريدات في الوسوم المدروسة؟
٤. ما طبيعة المواد المصاحبة للتغريدات كسبيل للتدليل على محتوى التغريدة؟
٥. ما الأطر المستخدمة في التغريدات لقلوبية وجهة النظر؟
٦. ما الاستمالات الإقناعية المستخدمة في التغريدات المدروسة؟
٧. ما أساليب المعالجة المستخدمة في التغريدات ودرجة شدتها؟
٨. ما مسارات البرهنة وأساليب الاستشهاد المستخدمة لتدعيم اتجاهات الرفض أو القبول؟
٩. ما المستوى اللغوي المستخدم للتعبير عن الاتجاه؟
١٠. ما درجة أهمية التغريدات والاحتفاء بها من حيث إعادة التغريد أو التفضيل؟

ثانياً فروض الدراسة:

تمت صياغة الفروض استناداً إلى عناصر تحليل الخطاب التي تشمل "طبيعة المحتوى، الأطر المستخدمة، الاستمالات، أساليب المعالجة، مسارات البرهنة" ودراسة علاقاتها البنائية بعضها البعض، إضافة إلى دراسة علاقتها باتجاهات الخطاب وذلك على النحو التالي:

الفرض الرئيس الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات الخطاب الوارد في وسوم الدراسة وتعاطي المستخدمين معها من حيث الشكل والمضمون .

وينبثق عن هذا الفرض ثلاثة فروض فرعية هي:

• توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات الخطاب ودرجة الاهتمام والاحتفاء.

• توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات الخطاب وسمات عرض التغريدات.

• توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات الخطاب وعناصر تحليل الخطاب الخمس.

الفرض الرئيس الثاني: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين عناصر تحليل الخطاب الخمس ببعضها البعض وتشمل مجموعة من الفروض الفرعية قسمت على أربعة محاور هي:

• المحور الأول : علاقات طبيعة المحتوى ببقية العناصر

○ توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طبيعة المحتوى والأطر المستخدمة

○ توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طبيعة المحتوى والاستمالات المستخدمة

○ توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طبيعة المحتوى وأساليب المعالجة

○ توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طبيعة المحتوى ومسارات البرهنة

• المحور الثاني: علاقات الأطر المستخدمة ببقية العناصر

○ توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الأطر المستخدمة والاستمالات المستخدمة

○ توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الأطر المستخدمة وأساليب المعالجة

○ توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الأطر المستخدمة ومسارات البرهنة

• المحور الثالث: علاقات الاستمالات المستخدمة ببقية العناصر

○ توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الاستمالات المستخدمة وأساليب المعالجة

○ توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الاستمالات المستخدمة ومسارات البرهنة

• المحور الرابع : علاقات أساليب المعالجة ببقية العناصر

○ توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أساليب المعالجة ومسارات البرهنة

منهج الدراسة وأداتها:

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التفسيرية، الذين يشكلان بنية متكاملة. فالدراسة الوصفية تقوم على محاولة تحديد ووصف المتغيرات في سياقاتها الظرفية، والوصول إلى رسم صورة متكاملة للمتغيرات وأبعادها الحالية، والسابقة، بينما الدراسة التفسيرية تقوم على تحديد الأسباب وتفسير الأحداث استناداً إلى اختبار العلاقات السببية بين متغيرات الدراسة، لرسم صورة واضحة لطبيعة حركة المتغيرات أو الأحداث. (xx)

واعتماداً على هدف الدراسة فإن الوقوف عند حد الوصف فقط أمر لا يلبي أهدافها، لذلك وجب استخدام الدراسة الوصفية بهدف فهم السياق العام للتفاعلات عبر تويتر ثم التحول نحو تفسير هذه التفاعلات في سياق أكثر عمومية بتطبيق أداة تحليل الخطاب النقدي الذي لا يعني فقط التوقف عند حدود الوصف والتفسير بل يقدم تفسيرات لكيفية عمل ديناميات الخطاب. (xxi)، ولا يعد تضمين تحليل الخطاب في سياق دراسة الشبكات الاجتماعية أمراً جديداً للغاية، بل سبقته عدة محاولات أكدت قابلية الشبكات الاجتماعية لتطبيق تحليل الخطاب وعناصره كأداة بحث قادرة على الوصول إلى تعميمات وتفسيرات أكثر نفعاً مثل دراسة Rambe 2012 (xxii)

تحديد عينة الدراسة: تحددت عينة الدراسة في أنشط الرسوم التي تناولت قضية الدراسة في الفترة الزمنية التي حددها الباحث وهي بداية شهر نوفمبر ٢٠١٣ حتى نهاية شهر ديسمبر ٢٠١٤ وذلك بالاعتماد على موقع Keyhole.co.uk كمصدر للتعرف على أنشط الرسوم في هذه الفترة مع وضع سقف عددي لعدد التغريدات متى تم الوصول إليه تتوقف عملية التحليل وهو ١٠٠٠ تغريدة مع استبعاد التغريدات المكررة أو غير ذات الصلة بالموضوع من عملية التحليل، وقد تم بلوغ العدد المراد بحلول يوم ١١ ديسمبر في رسوم الدراسة النشطة التي بلغت (١٣) وسمياً.

إجراءات الصدق والثبات:

١. أولاً: الثبات:

ويقصد به ثبات واتساق أداة التحليل ككل في تعبير نتائجها عن واقع الظاهرة المبحوثة، وقد قام فيه الباحث بأسلوب إعادة الاختبار على عينة بلغت ١٠% من التغريدات مع فاصل زمني بلغ ١٠ أيام، وقد استخدم الباحث المعادلة التالية لاختبار ثبات الأداة.

$$x = \frac{Y}{2}$$

حيث X = معامل الثبات المطلوب قياسه

Y = عدد حالات الاتفاق بين عمليتي التحليل الأولى والثانية

وقد بلغت نتيجة ثبات الأداة ٠,٩٤٣ وهي نتيجة تشير إلى قدرة أداة القياس على تطبيق أهداف الدراسة.

ثانياً: الصدق:

وسعيًا التأكد من صدق الأداة تم عرض استمارة التحليل على مجموعة من المحكمين (xxiii) وتمت الاستفادة من ملاحظاتهم في تعديل بعض البدائل والمتغيرات

التحليل الإحصائي للبيانات:

اعتمد الباحث في عمليات التحليل الإحصائي على برنامج SPSS v.20 حيث تم إدخال البيانات على الكمبيوتر، وتمت المعالجة الإحصائية لهذه البيانات عبر تطبيق العديد من المعاملات والاختبارات الإحصائية.

وقد تنوعت المتغيرات بين متغيرات اسمية Nominal ، ووزنية Scale وعلى هذا فقد قام الباحث بتطبيق المعاملات الإحصائية التي تلائم كل متغير على النحو التالي :

أولاً : المقاييس الوصفية وتشمل :

١- الجداول والتوزيعات التكرارية : حيث قام الباحث بعرض بعض المتغيرات في جداول تهدف إلى الكشف عن التكرارات والنسب فقط.

ثانياً : الاختبارات الإحصائية :

أما على صعيد الاختبارات الإحصائية التي تقيس وجود فروق بين متغيرات الدراسة فقد كانت على النحو التالي :

المتغيرات الاسمية:

اختبار χ^2 : وذلك لقياس الفروق بين المتغيرات من النوع الإسمي معامل التوافق: وذلك لقياس شدة الفروق إن ثبتت دلالتها الإحصائية.
المتغيرات الوزنية :

اختبار تحليل التباين أحادي الاتجاه (ف) (One Way Anova (F) : وذلك لقياس الفروق بين المتوسطات بين أكثر من مجموعتين.

مستوى الدلالة المعتمد في هذه الدراسة : اعتمد الباحث على مستوى دلالة يبلغ ٠,٠٥ ، لاعتبار الفروق ذات دلالة إحصائية من عنده.

الإطار النظري للدراسة:

في ظل الاعتبارات سالفة الذكر يمكن تحديد أهم الأبعاد النظرية التي يمكن استخدامها كأطر استرشادية من جهة وتفسيرية من جهة أخرى في نظرية المجال العام، والتعرف على دور الشبكات الاجتماعية في التعاطي مع قضايا المجتمع عبر تحول عمليات النقاش إلى خطاب، مروراً بالتعرف على فرضية الاختبار النقابي التي سبقت الإشارة إليها، وانتهاء ببعض المحددات المتعلقة بقضية الدراسة.

نظرية المجال العام:

لا تعد نظرية المجال العام نظرية جديدة في واقع الأمر، إذ ترجع أصولها إلى عام ١٩٦٢ حين أسس الفيلسوف وعالم الاجتماع النقدي يورجن هابرماس هذه النظرية استناداً إلى مجموعة من المعايير النقدية الذي اعتمد عليها في فترة صاخبة من إعادة تقييم وتعريف علم الاجتماع وشيوع النموذج النقدي التي شابته تلك الفترة.

والحقيقة أن رؤى هابرماس النقدية التي شكلت رؤيته وفلسفته للواقع الاجتماعي لا تنفصل عن مجموعة هامة أخرى من الرؤى النقدية لظاهرة الاتصال في المجتمع، والتي تشكل نسقاً متكاملًا يمكن عبره فهم نظرية المجال العام على نحو أعم وأوضح.

مفهوم نظرية المجال العام وافتراساتها الرئيسية:

يعرف المجال العام بأنه المساحة من الحياة الاجتماعية المعنية بالشأن العام التي يمكن للأفراد خلالها وعبر وسائلها مناقشة وتحديد المشكلات الاجتماعية المشتركة بحرية والتي يمكن أن تشكل عبر الضغط والثبات عنصراً رئيساً في إقناع صناعات القرار بالخضوع لإحداث التغيير. (xxiv)

وهذا المفهوم بلا شك يتطلب مجموعة من العناصر الرئيسية يمكن إجمالها فيما يلي:

١. المساحة: وهي التي تعني ضرورة اتساق الوجود المشترك بين المجال العام والسلطة العامة الديمقراطية المنتخبة (xxv)، إذ لا يتصور أن يكون هناك مجال حر مشترك مفتوح للنقاش دون وجود سلطة تسبح بذلك، وتستجيب لضغوط.

٢. وسائل الاتصال: التي يمكن من خلالها وعبرها مناقشة القضايا الاجتماعية المختلفة. ولا شك أن تناول هابرماس كان في ظل ظاهرة حاكمة هي ظاهرة الاتصال الجماهيري. وهو ما جعل مفهوم المجال العام متسقاً مع ظاهرة الرأي العام.
٣. الشأن العام: والذي يعني الاتساق المبدئي بين الأفراد في تحديد قضايا عامة، وتشكيل جبهة ضغط بشأنها، وهو ما يجعل المؤسسة الاتصالية الجماهيرية هي الأقدر في تبني هذه القضايا أو عرضها، ويجعل مفاهيم مثل المسؤولية الاجتماعية ودرجة تعبير وسائل الاتصال الجماهيرية عن الشأن العام محل خلاف ونظر في ظل خضوعها لاستقطابات وتجاذبات مختلفة.

وفي ظل هذه الرؤية وضع هابرماس مجموعة اعتبارات تحدد متى تتحقق ظاهرة المجال العام وهي:

- قدرتها على تشكيل الرأي العام.
- أن كافة المواطنين متساوون ويتمتعون بالحرية.
- أن وسائل الإعلام حرة ولا تخضع لتحكم اقتصادي أو سياسي
- أن الجدلالات تعيد وضع القواعد الاجتماعية الحاكمة للحراك الاجتماعي. (xxvi)

ومن أهم السمات التي حددها هابرماس للمجال العام ما يلي:

- المجال العام حيز من حياتنا الاجتماعية يمكن من خلاله أن يتم تشكيل ما يقترب من الرأي العام.
- المجال العام ينشأ من ناس خصوصيين، يجتمعون معاً كجمهور ليتناولوا احتياجات المجتمع من الدولة.
- المجال العام هو مجموعة أشخاص يستفيدون من عقلانيتهم وتفكيرهم في مناقشة المسائل العامة. (xxvii)

وعلى هذا الأساس فإن رؤية هابرماس التقليدية التي عبر عنها فتحت الأبواب أمام العديد من الإشكاليات المتلاحقة التي جعلت هذه الرؤية نظرية إلى حد كبير، وأمطرت سهام النقد هذه النظرية باعتبارها ممكنة التطبيق في ظل ظروف تاريخية معينة وفي مجتمعات بعينها. وقد سعى هابرماس نفسه إلى محاولة إعادة ضبط النظرية حين ذكر أن ثمة عناصر فاعلة في المجال العام تحدد حركته وتوجهاته وقسمهم إلى خمسة أشكال هي:

١. جماعات الضغط التي تمثل جماعات مصالح لفئات محددة.

٢. جماعات المدافعين: والتي تمثل سياقاً أوسع من الجماهير التي تسعى لنيل حقوق ضائعة لفئات مهمشة أو تم تهملها.
٣. الخبراء الذين يقدمون رؤية علمية احترافية حول الشأن العام لكنهم في الغالب يتم استدعائهم من قبل وسائل الإعلام للاستشهاد بخبراتهم.
٤. المبادرون والمصلحون الأخلاقيون الذين يسعون لإعادة ضبط المناخ الاجتماعي أخلاقياً.
٥. المفكرون الذين يحظون بسمعة طيبة بين الجماهير والذين يظن بهم سعيهم لتحقيق المصالح العامة لا النخبوية. (xxviii)

وهكذا يرى هابرماس أن التأثير في المجال العام لا يمكن أن يتم إلا عبر فئة من هذه الفئات الخمس التي تشكل في واقع الأمر مجموعة من النخبة أو قادة الرأي الاجتماعيين وابتعد بالفرد المحض عن اعتباره قادراً على الولوج والتأثير في المجال دونما دعم من أحد هؤلاء الفاعلين.

والواقع أن ملامح فكر هابرماس ورؤيته للواقع الاجتماعي وتحديدته لحراك تكنولوجيا الاتصال داخل المجتمع التي عبر عنها في كتابيه (1987) *The Theory of Communicative Action* (xxix) وكتابه *On the Pragmatics of Communication* (xxx)

والتي أكد فيهما على أن المهم في السياقات الاتصالية المختلفة ليس عناصرها ولكن المهم هو عملية إنتاج المعنى، الذي يصاغ باستخدام اللغة في إطار الحدود الذاتية لاستخدام اللغة، والحدود الاجتماعية لها. كما أكد على أن هدف الاتصال في النهاية هو تحقيق المنفعة وبغض النظر عن أية أهداف أخرى يمكن تناولها في هذا السياق لكن جوهر عملية الاتصال هو في تحقيق النفع.

وأن الأفراد حين يقومون بعملية الاتصال فهم يضعون خياراتهم العقلانية في إطار المنفعة لتحديد لهم السبيل الأمثل في جراء عمليات الاتصال.

هذه الرؤى لم تتسق على نحو كامل مع ما وصفه في نظرية المجال العام، فالمفهوم متسق ومتكامل لكن الماصدق أي إسقاط هذه النظرية على الوسائط التقليدية كان إسقاطاً عاجزاً على نحو كبير لعدم وجود وسائط اتصال خالية عن الخضوع لرأس المال أو السلطة السياسية.

وجاءت وسائط الاتصال الحديثة لتثبت الحياة في نظريته من جديد، وتجعل فرضياتها قابلة للتطبيق، والفرد هو محور العملية الاتصالية عبر الشبكات الاجتماعية تحديداً، ويمتلك القدرة الحرة على تصدير الفكرة في سياق اجتماعي شبه معولم، وتتحدد أبعاد الاختيار العقلاني لدى بقية الأفراد في مساندة أو رفضه، ومع تحول الجدالات العقلانية القائمة على استهداف المنفعة في الأساس إلى خطاب، يتحول تأثير هذا الخطاب إلى المجال العام ليشكل عنصر ضغط على المجتمع بسطاته المختلفة دافعاً إياه للتغيير. (xxxi)

وبالتالي يمكن القول أن نظرية المجال العام قد تم إحيائها بفضل وسائط الاتصال الجديدة، ومثلت الشبكات الاجتماعية ذروة سنام تحقق هذه النظرية على النحو الذي أعادها للتأثير في دراسات الاتصال من جديد.

من النقاش إلى الخطاب:

إن الجدالات تتحول باطراد إلى خطاب عبر الانتشار الكمي والكيفي ومستوى التفاعل الجدلي وكثافته. فالمستخدمون يتناولون عبارات في سياق معين ومحدد، ويدلي كل منهم برأيه ووجهة نظره، وفي الوقت الذي قد ينظر فيه إلى هذا الأمر باعتباره نقاشاً، إلا أنه بعد برهة يبدأ المشاركون في تغليب وجهات نظر على أخرى، وتتحول طبيعة النقاش إلى وضع اتجاهات يؤيدها البعض ويرفضها البعض الآخر، فتتحول النقاشات الفردية إلى اتجاهات عامة، ويصير دور المشارك الجديد هو تغليب اتجاه على آخر، وبالتبعية يتحول الاتجاه إذا ما تم الالتزام به وبادعائه واستشهاده إلى خطاب كامل متكامل، يقوم على استخدام الإطار لتسهيل إيصال الرسائل للمشاركين الجدد في النقاش.

وقد أوضح (2010) Hogan and Haase عقب استعراضهم للعديد من الدراسات التي تناولت قضايا وشخصيات بعينها أن التأطير وإعادة التأطير هي عملية ديناميكية ومستمرة وأنها توضح بجلاء كيف أن وسائط الاتصال الاجتماعي لا تتوقف فقط عند بناء مضمون جديد أو إيضاح تفاصيل حول شخص أو موضوع، فتؤثر لا تقوم حول استقصاء عن نوع الغذاء المفضل وتلقي الاقتراحات بشأنه بل إنها وسيلة تسمح للناس أن يبيدوا تفسير الثقافة بحد ذاتها عبر بناء خطاب تراكمي، وعلى الرغم من أن بعض المظاهر التقليدية في بناء الأطر المتعارف عليها قد تقلصت وتبدلت، إلا أن من المؤكد أن ممارسة عمليات التأطير تمثل ملامحاً صلباً من ملامح وسائط الاتصال الاجتماعي. (xxxii)

خطاب التغيير وفرضية الاختبار الثقافي:

إن الجدالات تكتسب قوتها حسب ما تقتضيه من تغيير صعب في أنماط وأنساق الحياة المتعارف عليها، وهو ما يستتبع ضرورة حدوث تغيير ثقافي، إلا أن هذا التغيير الثقافي لا يعد أمراً سهلاً على الإطلاق، بل يمكن أن يشكل أصعب عمليات التغيير على الإطلاق. وقد حاول حماد ٢٠١٠ تفسير هذا الأمر في نطاق ما أسماه عملية الاختبار الثقافي على النحو التالي:

"أسس التقارب التكنولوجي تقارباً اجتماعياً واضحاً، وهذا التقارب الاجتماعي جعل الأسس الثقافية للمجتمعات لا تعد محل إجماع، فلا إجماع حول فكرة القيمة الاجتماعية، ولا التزام بسلوكيات تملئها القواعد الاجتماعية للسلوك في سياق ثقافي ما، وهذا الموقف استلزم بالتبعية أحد أمرين:

الأول: هو النزوع نحو التجريد الثقافي للوقوف على أسس ثقافية موحدة بين أطراف الاتصال الاجتماعي، وهو ما يعني أن المعايير الثقافية وتأثيراتها على السلوك الاجتماعي تنقلص إلى حدها الأدنى، مما ينتج معه حالة من السعي نحو تقييد السلوك وفق قيم تشاركية جديدة يضعها أعضاء المجتمع الشبكي.

الثاني: هو التمسك بالثقافة الأصلية في الخطاب الاجتماعي الشبكي، وهو ما يورث بالتبعية حالة قد لا يتحملها الكثير من الناس، وهي حالة التشكيك الثقافي، حيث تصير كل ثقافة محل شك ومراجعة، وهذه المسألة تستفز الكثيرين مما يحولهم لجماعات رفض ثقافي للأخر تتمثل في جماعات الكراهية، أو يحولهم إلى ساعين للتشكيك الثقافي أو العرقي أو الديني بما يتعدى حدود الجغرافية بحيث تصير الفكرة والدفاع عنها هي المحرك الرئيس للتشكيك الاجتماعي، أو تدفعهم إلى السعي في جهود محمومة نحو تأكيد الفعالية الثقافية للمعتقد في الإطار المعولم الذي قد ينتج في النهاية حالة من الإحباط لأن هدف فرض الشخصية الثقافية أو الدفاع عنها في خضم جدال ثقافي متسع أمر تزداد فيه احتمالات الفشل أكثر من النجاح.

حيث يشير (Airchinng 2007) إلى أن الجدالات الثقافية تنتج حالة من الصدمة الثقافية لدى الكثيرين، حيث يرون أنفسهم فجأة في خضم الدفاع عن ثقافتهم رداً على مقولة مطردة الاستخدام في السياق الافتراضي وهو "دعني أخبرك بشيء عن ثقافتك" وهو ما يجعل الكثيرين في حالة دفاعية مستمرة عن ثقافتهم التي قد لا يدركون جوهرها على نحو واضح وسليم. (xxxiii)

والمواقع أن تأثير هذا الصراع الثقافي على حياة الفرد الاجتماعية الطبيعية في مجتمعه الأصلي أمر جوهري، فالتشتت الناتج عن هذا الحراك الثقافي يدفع الفرد إما للإيمان المفرط بالمعتقد الثقافي أو جلد الذات، ويؤطر اتجاهاته الاجتماعية نحو المجتمع الذي يحيا في إطاره، وهو ما يعني أن فكرة النضوج الثقافي تعد أمراً حتمياً في إدارة الصراع أو الحوار الاجتماعي الشبكي حتى يمكن تلافي آثارها السلبية، وهذا النضوج الثقافي لا يمكن أن يتم على نحو فردي بل تضطلع به مؤسسات التعليم والتثقيف والتنشئة الاجتماعية في أي مجتمع لتشكل حالة النضوج الثقافي القائم على احترام الآخر وسلوك الحوار كمسلك رئيس في الدفاع عن القيم الثقافية للمجتمع. (xxxiv)

الصدمة في سياق التغيير الثقافي

وبلا شك أن هذه الحالة من الاختبار الثقافي تعزز الشعور بوجود حالة من الصدمة داخل المجتمعات حين تناقش وتختبر ما كان يعد أمراً راسخاً من ثوابتها، الأمر الذي يجعل درجة الاستجابة لمعطيات الخطاب ونواتجه عنيفة إلى حد كبير.

وفي إطار هذه الحالة أشار بعض المفكرين إلى أن التحدي يكمن في فهم كيفية تشابك القيود الطبيعية والاجتماعية في تشكيل الإدراك ورد الفعل تجاه المفاجآت. وتشتمل نظرية المفاجأة الثقافية على ثلاث بديهيات:

١. أن الحدث لا يكون مفاجئاً في ذاته على الإطلاق

٢. أنه من المحتمل أن يكون مفاجئاً بالنسبة لعلاقته بمجموعة معينة من القناعات حول حقيقة العالم.

٣. أنه يكون مفاجئاً بالفعل فقط بالنظر إلى من يتمسك بتلك المجموعة المعينة من القناعات. (xxxv)

ولعل إدراك حقيقة أن الصدمة أو المفاجأة هي جزء أصيل من ديناميات التغيير الثقافي يمثل الخطوة الأولى لاستيعاب هذا التغيير وتجنب آثاره الصدمية على المجتمع، بل السعي وراء احتواءه وتقنين حركته وفق حالة طبيعية من التغيير الثقافي الاجتماعي دون اعتبار هذا التغيير يشكل تهديداً للثقافة الصلبة للمجتمع، أو التهويل من آثاره على النحو الذي يستدعي الصدام ويزيد من تأثير الصدمة التي ستتوالى من جديد في صيغ أخرى قد تكون أكثر عنفاً.

أبعاد نفسية حاكمة في بناء المشاركات على تويتر

لا تتشكل المشاركات والتغريدات والجدالات على تويتر بدوافع ثقافية محضة، أو بدوافع المشاركة في التغيير الثقافي أو الاجتماعي، بل إن ثمة أبعاد حاكمة فردية وجماعية تحدد مسارات بناء المشاركات بما يجعل النظر المنفرد إلى أن هذه التغريدات والمشاركات هي فقط حيادية وموضوعية وهادفة للتغيير. إذ أن فصل الذاتي عن الاجتماعي أمر يصعب تخيله في ظل بيئة تقوم على الفرد المحض كأساس ركين للمنظومة الاتصالية بأسرها.

وقد تصدى (Miller 2008) لبحث هذه الظاهرة فيما أسماها Phatic Culture، وهو ما يعني ثقافة التغلغل الاجتماعي القائم على إنجاز المهام بدلاً عن تقديم المعلومة كمبرر للوجود الاجتماعي على وسائط الاتصال الاجتماعي. إذ يشير إلى أن النزعة الفردية حين توضع في سياق اجتماعي شبكي يصبح الهدف الرئيس من المشاركة هو إظهار الذات عبر إنجاز بعض المهام الاجتماعية مثل الإعجاب، إعادة التغريد، تفضيل المحتوى، المشاركة المستهزئة أو الفارغة، كسبيل لإثبات الوجود دون وجود مشاركة معلوماتية حقيقية في النقاشات أو منفرداً، أو التعبير عن الذات وفق الآليات المعروفة مثل نشر الصور الشخصية أو كتابة المشاعر وخلافه (xxxvi)

في حين ركز (Marwick and Boyd 2010) أن دوافع التغريد على تويتر مرتبطة على نحو رئيس بما يمكن تسميته بـ (الجمهور المتخيل) Imagined Audience فكل مغرد له تصورات عن جمهور متابعيه، ويحاول أن يرسم لنفسه الصورة التي يتوقعونها منه، فيتحول إلى حالة أشبه بالمشاهير الصغار Micro Celebrity ويسعى لبناء علامته الشخصية التجارية إن جاز التعبير ليؤسس صورة ذهنية مكتملة ومتسقة لا عن ذاته كما هي ولكن عما يسعى لترويجه لمتابعيه استناداً إلى فهمه لصورته التي يحملونها عنه. (xxxvii) وبالتالي فإن التوقف فقط عند اعتبار أن التغريدات تمثل تعبيرات مجردة عن الذات وقناعاتها ورؤاها واتجاهاتها هي تصورات غير حقيقية ففي الأغلب الأعم يسعى كل مغرد إلى تدعيم الصورة التي بناها عن ذاته، واكتسب بها المتابعين، لتمثل هذه المهمة أولى المهام التي تفضل كل مهمة أخرى.

ولا شك أن الأدوات التي يستخدمها الأفراد في منح التأثير المفترض على مشاركاتهم، وهم يضعون مثل هذه الاعتبارات نصب أعينهم، هو ما يفسر لجوء الكثيرين منهم إلى السخرية والاستهزاء كمجال بديل عن النقاش العقلاني حيث يمثل هذا الأسلوب حالة من إثارة الإعجاب والحفاظ على المتابعين، وتسخين حالة الجدل دون وجود محاذى حقيقي وموضوعي، كما أن لجوء الكثير من المغردين إلى الاستدلال

المبالغ فيه من أقوال الآخرين تكتيكا فعلا آخر للتدليل على وجهة النظر على نحو جاهز ومتسق دون دفع ثمن هذه المعرفة المنقولة من قراءات وقناعات قائمة على تفكير نقدي حقيقي.

قضية قيادة المرأة في السعودية .. محددات القبول والرفض الاجتماعي:

لم تزل هذه القضية قضية خلافية، ودلالة هذه القضية أنها قضية ثقافية بالأساس، فهي لا تستند إلى أصل من أصول الدين الإسلامي قدر ما ترتبط بعادات وتقاليد المجتمع السعودي التي تشكل جزءاً من الثقافة السعودية واجبة الاحترام، وفي الوقت ذاته فإن السعي لإحداث حالة من التغيير الثقافي في هذه القضية يتسق مع معطيات واقع الثقافة المعولمة المرتبطة بالحقوق المدنية والمساواة وتمكين المرأة. الأمر الذي يجعل هذه القضية مثالية لتكون موضوع هذه الدراسة. وكما سبق الإشارة فإن الباحث لا يهتم بتأييد أو رفض هذه القضية، بل يركز على ما سبق إيراده من تحديد ملامح خطاب القبول والرفض، وطبيعة هذا الخطاب وتوجهاته وديناميات حركته.

ولا شك أن هذه القضية الخلافية تمثل مثالا متميزاً ومنطقياً ومناسباً لإجراء الدراسة التحليلية عليه على النحو الآتي:

نتائج الدراسة التحليلية:

أولاً/ النتائج المتعلقة بالإجابة عن تساؤلات الدراسة التحليلية:

جدول رقم (١) يوضح عدد التغريدات الواردة في وسوم الدراسة

اسم الهاشتاق	ك	%
قيادة ٢٦ أكتوبر	١١٢	١١,٢
أشياء في السيارة لا تعرفها المرأة	٣٢٠	٣٢,٠
أفشلو مخطط ٢٦ أكتوبر التغريبي	١١	١,١
اطلقوا طارق المبارك	٨٦	٨,٦
الداخلية تمنع قيادة المرأة	١٨	١,٨
الوليد بن طلال يؤيد قيادة المرأة	٢١	٢,١
تصريح وزير العدل	١٤٩	١٤,٩
قيادة ٢٦ أكتوبر	٢١	٢,١
قيادة أم تغريب	٤٩	٤,٩
قيادة ٣١ نوفمبر	٤٦	٤,٦
لن تقودي لن تقودي	٢٨	٢,٨
معا ضد مظاهرة القيادة	١٠٣	١٠,٣
من حقني رخصة قيادة سعودية	٣٦	٣,٦
الإجمالي	١٠٠٠	١٠٠,٠

يوضح الجدول السابق عدد التغريدات والمشاركات الواردة في كل وسوم (هاشتاق) من وسوم الدراسة حيث جاء وسوم (أشياء في السيارة لا تعرفها المرأة) في المرتبة الأولى من حيث عدد التغريدات والتي بلغت (٣٢٠) بنسبة (٣٢%) نظراً لاعتماده على عدد من التغريدات الساخرة بشكل كبير من قبل المتابعين والمتعلقة بالاستخفاف والاستهزاء من فكرة قيادة المرأة السعودية للسيارة ومعرفتها بالأدوات اللازمة لتعلم القيادة، وقد جاء وسوم (تصريح وزير العدل) في المرتبة الثانية بنسبة (١٤,٩%) تلاه (قيادة ٢٦ أكتوبر) بنسبة (١١,٢%)، في حين كانت وسوم (أفشلو مخطط ٢٦ أكتوبر التغريبي) و(الداخلية تمنع قيادة المرأة) هي الأقل عدداً.

جدول رقم (٢) يوضح مدى أهمية التغريدات الواردة في وسوم الدراسة

الأهمية	ك	%
مهم	٤٢٧	٤٢,٧
مهم إلى حد ما	٢٢٣	٢٣,٣
غير مهم	٣٤٠	٣٤,٠
الإجمالي	١٠٠٠	١٠٠,٠

يظهر الجدول رقم (٢) مدى أهمية التغريدات موضوع الدراسة من حيث كون المحتوى الخاص بها هادفاً أو يحتوي على فكرة ذات مغزى أو يعرض وجهة نظر تستحق الدراسة، وقد تم قياس هذه الأهمية تبعاً لعدد مرات الوضع في المفضلة وإعادة النشر، فكانت كان عدد التغريدات المهمة (٤٢٧) تغريدة بنسبة (٤٢,٧%)، بينما كان عدد التغريدات غير المهمة والتي كانت تتعلق بشكل كبير بالسخرية وعدم الاهتمام بمناقشة القضية بموضوعية (٣٤٠) تغريدة بنسبة (٣٤%)، أما التغريدات التي كانت ذات أهمية محدودة والتي لم يرى الباحث أنها قد تناولت الموضوع بشكل واضح فقد جاءت بنسبة (٢٣,٣%).

جدول رقم (٣) يوضح طبيعة الشخصيات المستخدمة لوسوم الدراسة من خلال موقع تويتر

نوع الشخصية	ك	%
ذكور	٦٨٦	٦٨,٦
إناث	٢٣٤	٢٣,٤
صفحات	٨٠	٨,٠
الإجمالي	١٠٠٠	١٠٠,٠
الشخصيات	ك	%
شخصيات عامة	٤١	٤,١
شخصيات عادية	٨٨١	٨٨,١
مواقع مؤسسات	٧٨	٧,٨
الإجمالي	١٠٠٠	١٠٠,٠
الشخصيات العامة	ك	%
كتاب	١٣	٣١,٧
شخصيات رئيسة في القضية	٤	٩,٨
مشاهير	٢٤	٥٨,٥
الإجمالي	٤١	١٠٠,٠

يشير الجدول السابق إلى طبيعة الشخصيات (المستخدمين لموقع تويتر) في الوسوم محل الدراسة إذ كان الذكور هم الأكثر مشاركة بنسبة (٦٨,٦%) في حين جاءت مشاركات الإناث بنسبة (٢٣,٤%)، كما كان الأشخاص العاديين هم الأكثر مشاركة في القضية بنسبة (٨٨,١%) وهي نتيجة طبيعية نظراً للطابع الجماهيري ذو الصفة الشبابية الذي يتمتع به موقع تويتر كأحد مواقع التواصل الاجتماعي، في حين جاءت مشاركات الشخصيات العامة بنسبة (٤,١%) وهو ما يمكن تفسيره بصعوبة تعرف الباحث

على طبيعة هذه الشخصيات نظراً لطبيعة الانترنت القائمة على فكرة الشخصيات الافتراضية أو الحسابات الوهمية التي يفضل أصحابها عدم إظهار شخصيتهم الحقيقية من خلالها، فضلاً عن ما تم ذكره سابقاً من غلبة الطابع الشبابي العام على المشاركات في مواقع التواصل الاجتماعي بشكل واضح. وقد كانت الشخصيات العامة المشاركة في الدراسة والتي تم التعرف عليها الباحث عبارة عن مجموعة من المشاهير في مختلف المجالات بصفة عامة بنسبة (٥٨,٥%)، والكتاب بنسبة (٣١,٧%) في حين كانت مشاركات الشخصيات الرئيسية في القضية (الداعين لها أو المدافعين عنها بشكل معروف للجميع) بنسبة (٩,٨%).

جدول رقم (٤) يوضح النطاق الجغرافي للأفراد المستخدمين لوسوم الدراسة من خلال موقع تويتر

النطاق الجغرافي	ك	%
داخل المملكة	٩٧٣	٩٧,٣
خارج المملكة	٢٧	٢,٧
الإجمالي	١٠٠٠	١٠٠,٠

جاءت الشخصيات المشاركة في موضوع الدراسة أغلبها من داخل المملكة العربية السعودية نظراً لطبيعة القضية ذات الطابع المحلي والخاص بالمواطنين المحليين، وقد استند الباحث في التعرف على النطاق الجغرافي أو جنسية المشاركين إلى الاطلاع على منطلقات صفحات التعريف الخاصة بهم على موقع تويتر بالإضافة إلى لغة المشاركين الدالة على جنسيتهم، فكان عدد المشاركين من داخل المملكة (٩٧٣) بنسبة (٩٧,٣%)، في حين كان عدد المشاركين من خارجها (٢٧) بنسبة (٢,٧%).

جدول رقم (٥) يوضح اتجاه المضمون الوارد في وسوم الدراسة

اتجاه المضمون	ك	%
مؤيد	١٧٧	١٧,٧
محايد	٣٥٠	٣٥,٠
معارض	٤٧٣	٤٧,٣
الإجمالي	١٠٠٠	١٠٠,٠

أظهرت الدراسة وجود اتجاه معارض قوي ذو طابع شعبي للقضية مستنداً إلى فكرة الالتزام بالعادات والتقاليد والموقف الشرعي القائم على حرمة خروج المرأة بمفردها الأمر الذي قد يؤدي إلى ظهور العديد من الفتن في المجتمع، حيث يشير الجدول السابق إلى أن الاتجاه المعارض للقضية جاء بنسبة (٤٧,٣%)، تلاه الاتجاه المحايد بنسبة (٣٥%) ثم الاتجاه المؤيد في المرتبة الأخير بنسبة (١٧,٧%).

جدول رقم (٦) يوضح طبيعة المشاركات الواردة في وسوم الدراسة

طبيعة المشاركة	ك	%
مشاركة أصلية	٩٣٥	٩٣,٥
رد على مشاركة أخرى	٦٥	٦,٥
الإجمالي	١٠٠٠	١٠٠,٠

يوضح الجدول السابق طبيعة المشاركات الواردة في وسوم الدراسة من حيث كونها مشاركات أصلية لم تأتي كتعليق أو رد على مشاركات أخرى أم لا، حيث جاءت هذه المشاركات أصلية في (٩٣٥) مناسبة بنسبة (٩٣,٥%)، في حين كانت رداً على مشاركات أخرى في (٦٥) تغريدة بنسبة (٦,٥%) من إجمالي عدد تغريدات الدراسة، وهو ما يبرز فكرة عدم الاحتفاء بالتغريدة من قبل المتابعين وانعدام وجود حالة الجدل والنقاش إلى حد ما داخل الوسم الواحد.

جدول رقم (٧) يوضح طبيعة محتوى تغريدات الدراسة

طبيعة المحتوى	ك	%
أخبار	١٣٤	١٣,٤
إبداء رأي	٧٠٥	٧٠,٥
اقتباس	١٣٤	١٣,٤
إحالة إلى موقع آخر	٢٧	٢,٧
الإجمالي	١٠٠٠	١٠٠,٠

يشير الجدول أعلاه إلى طبيعة محتوى تغريدات الدراسة من حيث كونه محتوى إخباري للإخبار عن معلومة ما أو عبارة عن محاولة للتعبير عن رأي ووجهة نظر صاحب التغريدة أو اقتباس آراء ووجهات نظر ودلائل عقلية أو عقلية لآخرين أو كون هذا المحتوى عبارة عن إحالة إلى مواقع إلكترونية أخرى تطرقت إلى نفس الموضوع من خلال الروابط الإلكترونية، حيث كان المحتوى المعبر عن وجهات نظر المشاركين في القضية محل الدراسة هو السائد بشكل واضح وذلك في (٧٠,٥) تغريدة بنسبة (٧٠,٥%) من إجمالي تغريدات الدراسة، في حين جاء كل من المحتوى الإخباري والاقتباس في المرتبة الثانية بنسبة (١٣,٤%) لكل منهما، أما حالات الإحالة إلى مواقع أخرى فقد جاءت في (٢٧) تغريدة فقط بنسبة (٢,٧%).

جدول رقم (٨) يوضح طبيعة المواد المصاحبة لوسوم الدراسة

نوع المواد المصاحبة	ك	%
يوجد	٦٧٣	٦٧,٣
لا يوجد	٢٢٧	٢٢,٧
الإجمالي	١٠٠٠	١٠٠,٠
نوع المواد المصاحبة	ك	%
صور	٤٢٤	٦٣,٠
مقاطع فيديو	٤٨	٧,١
مقاطع صوت	٥	٠,٧
روابط إلكترونية	١٩٦	٢٩,١
الإجمالي	٦٧٣	١٠٠,٠
	١٠٠٠ = N	

يشير الجدول السابق إلى طبيعة المواد المصاحبة لمضامين الدراسة من حيث وجودها من عدمه بالإضافة إلى نوع هذه المواد في حالة وجودها، حيث جاءت مشاركات مستخدمي موقع تويتر في الوسوم محل الدراسة مدعومة بمواد مصاحبة في (٦٧٣) تغريدة بنسبة (٦٧,٣%) وكانت هذه المواد في معظم المشاركات عبارة عن صور في (٤٢٤) تغريدة بنسبة (٦٣%) في حين جاءت عبارة عن روابط إلكترونية للإحالة إلى مواقع أخرى في (١٩٦) تغريدة بنسبة (٢٩,١%) كما جاءت عبارة عن مقاطع فيديو في (٤٨) تغريدة بنسبة (٧,١%) أما المقاطع الصوتية فقد جاءت كمواضيع مصاحبة في (٥) تغريدات فقط بنسبة (٠,٧%) من إجمالي التغريدات الموجود بها مواد مصاحبة، بينما كانت المشاركات موضوع الدراسة غير مدعومة بأي من هذه المواد في (٣٢٧) تغريدة من إجمالي تغريدات الدراسة بنسبة (٣٢,٧%).

جدول رقم (٩) يوضح الأطر المستخدمة في تغريدات الدراسة

الأطر المستخدمة	ك	%
الدفاع	١١٢	١١,٢
الهجوم	١٩٧	١٩,٧
النقد	١٣٨	١٣,٨
الاستدلال	٤٧	٤,٧
السخرية	٣٥١	٣٥,١
المسئولية	٣٥	٣,٥
العرض الموضوعي	١٢٠	١٢,٠
الإجمالي	١٠٠٠	١٠٠,٠

بدراسة الأطر العامة التي اعتمد عليها المشاركون في عرض أفكارهم اتضح أن إطار السخرية كان هو الإطار الذي استخدمه المغردون بشكل مكثف عن باقي الأطر إذ تم استخدامه في (٣٥١) مشاركة بنسبة (٣٥,١%) من إجمالي عدد التغريدات محل الدراسة تلاه إطار الهجوم في (١٩٧) تغريدة بنسبة (١٩,٧%) ثم إطار النقد في (١٣٨) تغريدة بنسبة (١٣,٨%)، ومن الملاحظ أن هذه الأطر الثلاث السابقة هي ذاتها الأطر التي يمكنها التعبير عن اتجاه الرأي العام السعودي المعارض لقضية قيادة المرأة ليكون هو الاتجاه السائد، أما إطار العرض الموضوعي فقد جاء في المرتبة الرابعة بنسبة (١٢%) تلاه إطار الدفاع بنسبة (١١,٢%) في حين جاء كل من أطر الاستدلال والمسئولية كأقل الأطر استخداماً بنسب (٤,٧%) و (٣,٥%) على الترتيب.

جدول رقم (١٠) يوضح الاستمالات المستخدمة للاقناع بوجهات النظر الواردة في تغريدات الدراسة

الاستمالات	ك	%
الموقف الشرعي	٨٦	٨,٦
التحضر والمدنية	٩٢	٩,٢
حق المرأة والمساواة	٩٩	٩,٩
التخلف والجهل	٨٧	٨,٧
الالتزام بالعادات والتقاليد	١٦٦	١٦,٦
عدم أهمية الموضوع	٣٧	٣,٧
النكاهة	٣٣١	٣٣,١
التغريب	١٠,٢	١٠,٢
الإجمالي	١٠٠٠	١٠٠,٠

يوضح الجدول رقم (١٠) طبيعة ونوع الاستمالات التي تم استخدامها للتأثير ومحاولة الإقناع بوجهات النظر المختلفة في القضية محل الدراسة حيث تم الاعتماد على أسلوب الفكاهة كأكثر الاستمالات استخداماً وذلك في (٣٣١) تغريدة بنسبة (٣٣,١%) وهي نتيجة طبيعية وفقاً للنتيجة السابقة بأن إطار السخرية كان هو الإطار صاحب النسبة الأعلى من حيث الاعتماد عليه في مشاركات الأعضاء، كما جاءت فكرة الالتزام بالعادات والتقاليد في المرتبة الثانية بنسبة (١٦,٦%) ، في حين جاءت كل من الاستمالات المعتمدة على أفكار (التغريب) و(حق المرأة والمساواة) و(التحضر والمدنية) و(التخلف والجهل) و(الموقف الشرعي) بنسب متقاربة (١٠,٢%) و (٩,٩%) و (٩,٢%) و (٨,٧%) و (٨,٦%) على التوالي ، وأما التغريدات التي اعتمد أصحابها على الاستناد لفكرة عدم أهمية الموضوع فقد جاءت كأقل الاستمالات استخداماً وذلك بنسبة (٣,٧%) وهو ما يمكن تفسيره بأن أصحاب هذه الفكرة نادراً ما يحاولون التعبير عن وجهة نظرهم في مثل هذه القضايا نظراً لقناعتهم بعدم أهمية تسليط الضوء على مثل هذه القضايا أو طرحها للنقاش.

جدول رقم (١١) يوضح الأساليب المستخدمة لمعالجة القضية في وسوم الدراسة

أساليب المعالجة	ك	%
عقلانية	٣٢٠	٣٢,٠
عاطفية	٦٤	٦,٤
تحذيرية	٣٦	٣,٦
استكارية	١٥٨	١٥,٨
استفهامية	٤٤	٤,٤
ساخرة	٣٧٨	٣٧,٨
الإجمالي	١٠٠٠	١٠٠,٠

وفي محاولة للتعرف على أهم الأساليب التي تمت بها معالجة القضية، يوضح الجدول السابق أن الأسلوب الساخر كان هو الأسلوب الأكثر استخداماً وذلك في (٣٧٨) مشاركة بنسبة (٣٧,٨%) وهي نتيجة طبيعية مترتبة على النتيجتين السابقتين في كل من جدول (٩) و جدول (١٠)، كما جاء الأسلوب العقلاني في المرتبة الثانية بنسبة (٣٢%)، تلاه وبفارق ملحوظ الأسلوب الاستكاري بنسبة (١٥,٨%)، في حين جاءت الأساليب العاطفية والاستفهامية والتحذيرية كأقل الأساليب اعتماداً في معالجة القضية (٦,٤%) و (٤,٤%) و (٣,٦%) على الترتيب.

جدول رقم (١٢) يوضح مسارات البرهنة المستخدمة للاستدلال على وجهات النظر الواردة في تغريدات الدراسة

مسارات البرهنة	ك	%
أدلة شرعية	٤٧	٤,٧
تحليلات	٤٥٦	٤٥,٦
تصريحات مسئولين	٤١	٤,١
تصريحات شهود عيان	١٣	١,٣
نقل عن مواقع أخرى	٧٥	٧,٥
الاستيلاء	٣٦٨	٣٦,٨
الإجمالي	١٠٠٠	١٠٠,٠

يوضح الجدول أعلاه مسارات البرهنة والاستدلال التي استخدمها المدونون حيث جاءت التحليلات كأعلى الاستدلالات استخداماً لمرض وجهة النظر وذلك في (٤٥٦) تغريدة بنسبة (٤٥,٦%) ، تلاها الاستهزاء بنسبة (٣٦,٨%) وهي نسبة كبيرة تم استخدامها في المعالجات الساخرة ، أما باقي الاستدلالات والبراهين فقد جاءت بنسب ضئيلة وبفارق كبير عن المسارين السابقين حيث جاء النقل عن المواقع الأخرى بنسبة (٧,٥%) تلاه استخدام الأدلة الشرعية للاستدلال بنسبة (٤,٧%) ثم تصريحات المسؤولين بنسبة (٤,١%) في حين جاءت تصريحات شهود العيان كأقل البراهين استخداماً بنسبة (١,٣%) فقط من إجمالي عدد التغريدات.

جدول رقم (١٣) يوضح طبيعة اللغة المستخدمة في التعبير عن تغريدات الدراسة

اللغة	ك	%
فصحى	٣٨٤	٣٨,٤
عامية	٦١٠	٦١,٠
أجنبية	٦	٠,٦
الإجمالي	١٠٠٠	١٠٠,٠

أوضحت نتائج الدراسة أن المشاركين كانوا يستخدمون اللغة العامية بشكل كبير وهي نتيجة منطقية نظراً لطبيعة استخدام الانترنت وبشكل خاص مواقع التواصل الاجتماعي حيث يميل جمهور هذه المواقع إلى التعبير عن آرائهم بأساليب بسيطة وسريعة وبلغة عامية غير مقيدة بقواعد لغوية أو أساليب بلاغية أو قدر معين من إجادة اللغة، وبالرجوع إلى الجدول السابق نجد أن استخدام اللغة العامية قد جاء في المقام الأول بنسبة (٦١%) في حين جاء استخدام اللغة الفصحى بنسبة (٣٨,٤%) أما اللغة الأجنبية فقد جاءت في المرتبة الأخيرة بنسبة (٠,٦%) من إجمالي تغريدات الدراسة.

جدول رقم (١٤) يوضح مستوى اللغة المستخدمة في التعبير عن تغريدات الدراسة

مستوى اللغة	ك	%
راقية	٤١٨	٤١,٨
متوسطة	٥٥٧	٥٥,٧
متدنية	٢٥	٢,٥
الإجمالي	١٠٠٠	١٠٠,٠

يشير الجدول السابق إلى مستويات اللغة التي استخدمها المدونون من حيث كونها راقية في التعبير عن وجهة نظرهم أم لا حيث جاء استخدام المستوى المتوسط في المرتبة الأولى بنسبة (٥٥,٧%) وذلك في (٥٥٧) تغريدة، بينما جاء المستوى الراقى في المرتبة الثانية بنسبة (٤١,٨%) أما المستوى المتدني للغة فلم يتم استخدامه إلا في (٢٥) تغريدة فقط من إجمالي عدد التغريدات التي تم تحليلها بنسبة (٢,٥%).

جدول رقم (١٥) يوضح عدد مرات إعادة نشر التغريدة الواردة داخل وسوم الدراسة

عدد مرات إعادة النشر	ك	%
لا يوجد	٥٢٢	٥٣,٢
أقل من ١٠	٢٣١	٢٣,١
من ١٠ إلى أقل من ٥٠	١٠٣	١٠,٣
من ٥٠ فأكثر	٢٤	٢,٤
الإجمالي	١٠٠٠	١٠٠,٠

يوضح الجدول السابق عدد مرات إعادة النشر للتغريدات التي خضعت للدراسة، والتي استفاد منها الباحث في التعرف على أهمية هذه التغريدات كما ذكرنا سابقاً، حيث جاءت نسبة (٥٣,٢%) من التغريدات بدون إعادة نشر، في حين تم إعادة نشر (٣٣١) تغريدة (أقل من ١٠ مرات) بنسبة (٢٣,١%) ، كما تم إعادة نشر (١٠٣) تغريدة ما بين (١٠ إلى أقل من ٥٠ مرة) بنسبة (١٠,٣%)، أما التغريدات التي تم إعادة نشرها (أكثر من ٥٠ مرة) فقد جاءت بنسبة (٣,٤%).

جدول رقم (١٦) يوضح عدد مرات وضع التغريدة الواردة في وسوم الدراسة في مفضلة الآخرين

عدد مرات الوضع في المفضلة	ك	%
لا يوجد	٧٠٨	٧٠,٨
أقل من ١٠	٢٦١	٢٦,١
من ١٠ إلى أقل من ٥٠	٢٦	٢,٦
من ٥٠ فأكثر	٥	٠,٥
الإجمالي	١٠٠٠	١٠٠,٠

يوضح الجدول رقم (١٦) عدد مرات وضع التغريدات في مفضلة الجمهور المشارك في وسوم الدراسة، حيث لم يتم وضع عدد (٧٠٨) تغريدة في مفضلة أي من الأعضاء المشاركين بنسبة (٧٠,٨%)، في حين تم وضع (٢٦١) تغريدة في مفضلة الأعضاء (أقل من ١٠ مرات) بنسبة (٢٦,١%) ، وما بين (١٠ إلى أقل من ٥٠ مرة) في (٢٦) تغريدة بنسبة (٢,٦%) ، كما تم وضعها (أكثر من ٥٠ مرة) في (٥) تغريدات فقط بنسبة (٠,٥%).

جدول رقم (١٧) يوضح عدد التعليقات الفرعية المصاحبة لتغريدات الدراسة

عدد التعليقات الفرعية	ك	%
لا يوجد	٧٧٣	٧٧,٣
أقل من ١٠	١٨٠	١٨,٠
من ١٠ إلى أقل من ٥٠	٤٤	٤,٤
من ٥٠ فأكثر	٣	٠,٣
الإجمالي	١٠٠٠	١٠٠,٠

يوضح الجدول السابق عدد التعليقات الفرعية الواردة على تغريدات الدراسة كأحد المؤشرات الدالة على الأهمية حيث جاءت هذه التغريدات غير مصحوبة بتعليقات فرعية في (٧٧٣) مناسبة بنسبة

(٣٧,٣%)، وكانت مصحوبة بـ(أقل من ١٠) تعليقات في (١٨٠) تغريدة بنسبة (١٨%)، في حين كانت مصحوبة بعدد من التعليقات الفرعية ما بين (١٠ إلى أقل من ٥٠) تعليق في (٤٤) تغريدة بنسبة (٤,٤%)، ولم تتعدى التعليقات الفرعية المصاحبة للتغريدات التي خضعت للدراسة عدد ٥٠ تعليق إلا في ٣ تغريدات فقط بنسبة (٠,٣%) من إجمالي عدد تغريدات الدراسة.

جدول رقم (١٨) يوضح عدد مشاركات التغريدة الواحدة في أكثر من وسم

عدد المشاركات في وسم أخرى	ك	%
لا يوجد	٥٩١	٥٩,١
أقل من ٣	٢٩٠	٢٩,٠
من ٣ إلى أقل من ١٠	١١٩	١١,٩
الإجمالي	١٠٠٠	١٠٠,٠

يشير الجدول السابق إلى عدد مشاركة تغريدات الدراسة في أكثر من وسم (هاشتاق) حيث اقتصر عرض التغريدات في وسم واحد فقط دون مشاركته في أي وسم أخرى في (٥٩١) تكرار بنسبة (٥٩,١%)، في حين تم مشاركة التغريدة في أقل من ثلاث وسم مختلفة عن الوسم الذي خضع للدراسة في (٢٩٠) تكرار بنسبة (٢٩%) من إجمالي عدد التغريدات، وكان عدد المشاركات يتراوح بين ٣ إلى أقل من ١٠ بنسبة (١١,٩%).

ثانياً/ النتائج المتعلقة بالتحقق من صحة فروض الدراسة:

الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات الخطاب الوارد في وسم الدراسة و تعاطي المستخدمين معها من حيث الشكل والمضمون، ويشتمل هذا الفرض على سبعة محاور فرعية، وذلك على النحو التالي:

• **المحور الأول/ اتجاهات الخطاب ودرجة الاهتمام:**

جدول رقم (١٩) اختبار (One way Anova) لقياس الفروق بين اتجاهات الخطاب الوارد في وسم الدراسة ومظاهر اهتمام المتفردين بالموضوع.

مستوى المعنوية	فا	درجة الحرية	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	ك	اتجاه المضمون	
٠,٠٠٧	٥,٠٣٥	٢ ٩٩٧ ٩٩٩	٠,٧٦٦٤٥	٠,٥٧٩٣	٤٧٣	معارض	عدد مرات إعادة النشر
			٠,٨٧٧٨٠	٠,٦٣٧١	٣٥٠	محايد	
			٠,٧٠٧٤٢	٠,٨٠٢٣	١٧٧	مزيد	
			٠,٨٠٠٨٢	٠,٦٣٩٠	١٠٠٠	الإجمالي	
٠,٠٠٠	٨,٦١٣	٢ ٩٩٧ ٩٩٩	٠,٥٥٩٧٠	٠,٣٢٥٦	٤٧٣	معارض	عدد مرات الوضع في المقفلة
			٠,٥٢٢٦٧	٠,٢٦٠٠	٣٥٠	محايد	
			٠,٥٥٤٣٢	٠,٤٦٨٩	١٧٧	مزيد	
			٠,٥٥٠٢٠	٠,٣٢٨٠	١٠٠٠	الإجمالي	
٠,٠٢٢	٣,٨١٦	٢ ٩٩٧ ٩٩٩	٠,٥١١٦٣	٠,٢٤٥٢	٤٧٣	معارض	عدد التعليقات الفرعية
			٠,٥٦٨٤٠	٠,٢٦٨٦	٣٥٠	محايد	
			٠,٦١٩٩٣	٠,٣٧٨٥	١٧٧	مزيد	
			٠,٥٥٣٦٩	٠,٢٧٧٠	١٠٠٠	الإجمالي	
٠,٠٠٠	٣١,٤٤٦	٢ ٩٩٧ ٩٩٩	٠,٦٥٤٠٦	٠,٥٢٦٤	٤٧٣	معارض	عدد المشاركات في وسم أخرى
			٠,٦٤٤٣٩	٠,٣٦٢٩	٣٥٠	محايد	
			٠,٧٩٥٨٣	٠,٨٥٨٨	١٧٧	مزيد	
			٠,٦٩٨٣٦	٠,٥٢٨٠	١٠٠٠	الإجمالي	

يوضح الجدول السابق مستوى معنوية الفروق اتجاه مضمون الخطاب الوارد في المشاركات الخاصة بقضية الدراسة مع المقاييس التي تعبر عن مدى الاحتفاء بالتغريدات والاهتمام بإبراز مضامينها وتسلط الضوء عليها، وبإجراء اختبار (ف) ثبت وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاه المضمون أو الخطاب وكل من (عدد مرات إعادة النشر) و(عدد مرات الوضع في المفضلة) و(عدد التعليقات الفرعية) و(عدد المشاركات في وسوم أخرى) وذلك عند مستوى معنوية (٠,٠٠٧) و(٠,٠٠٠) و(٠,٠٢٢) و(٠,٠٠٠) على الترتيب، وكما يوضح الجدول فقد كانت فئة الاتجاه المؤيد هي الأكثر احتفاءً مع كافة المتغيرات وهو ما يمكن تفسيره بحرص أعضاء هذه الفئة على التأكيد على أهمية متابعة الموضوع لكسب التأييد، في حين تباينت في المرتبة الثانية من حيث الاحتفاء ما بين المحاييد والمعارض.

المحور الثاني/ اتجاهات الخطاب وسمات عرض التغريدات:

جدول رقم (٢٠) اختبار (One way Anova) لقياس الفروق بين اتجاهات

الخطاب الوارد في وسوم الدراسة واللغة المستخدمة في التعبير

مستوى المعنوية	ف	درجة الحرية	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	ك	اللغة	اتجاه المضمون
٠,٠٠٠	١٤,٣٥٣	٢ ٩٩٧ ٩٩٩	٠,٨٠٦٨١	٠,١٧٤٥٠	٣٨٤	فصحى	
			٠,٦٩٧١٧	٠,٣٨٢٠٠	٦١٠	عامية	
			٠,٥١٦٤٠	٠,٦٦٦٧	٦	أجنبية	
			٠,٧٥٠٣٠	٠,٢٩٦٠٥	١٠٠٠	الإجمالي	

أظهرت نتائج الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاه المضمون الوارد في مشاركات مستخدمي موقع تويتر فيما يتعلق بالقضية موضوع الدراسة ولغة هؤلاء المستخدمين ، حيث كانت قيمة (ف) (١٤,٣٥٣) عند مستوى معنوية (٠,٠٠٠) ، وكان اتجاه الأفراد مستخدمي اللغات الأجنبية أقرب إلى التأييد بشكل كبير في حين كان اتجاه مستخدمي اللغة العامية أكثر ميولاً للمعارضة يليهم مستخدمي اللغة الفصحى، كما يوضح الجدول التالي نفس النتيجة السابقة مع تفضيلات كل فئة على حدى بالتفصيل وذلك على النحو التالي:

جدول رقم (٢١) اختبار (Chi-Square) لقياس الفروق بين اتجاهات الخطاب

الوارد في وسوم الدراسة واللغة المستخدمة في التعبير

مستوى المعنوية	درجة الحرية	اتجاه المضمون						اللغة		
		الإجمالي		مزيد		محايد			معارض	
		%	ك	%	ك	%	ك		%	ك
٠,٠٠٠	٤	٣٨,٤	٣٨٤	٥٤,٨	٩٧	٣٥,١	١٢٣	٣٤,٧	١٦٤	فصحى
		٦١,٠	٦١٠	٤٢,٩	٧٦	٦٤,٣	٢٢٥	٦٥,٣	٣٠٩	عامية
		٠,٦	٦	٢,٣	٤	٠,٦	٢	٠,٠	٠	أجنبية
		١٠٠	١٠٠٠	١٠٠	١٧٧	١٠٠	٣٥٠	١٠٠	٤٧٣	الإجمالي

٣٧,٥٨٨	١٤
٠,١٩٠	معامل التوافق

جاءت قيمة (كا) (٣٧,٥٨٨) عند مستوى معنوية (٠,٠٠٠) بمعامل توافق (٠,١٩٠)، فقد استخدمت اللغة الفصيحة للتعبير عن الاتجاه المعارض بنسبة (٣٤,٧%) من إجمالي تغريدات هذا الاتجاه، كما استخدمت للتعبير عن الاتجاه المحايد بنسبة (٣٥,١%) في حين جاء استخدامهما مع الاتجاه المؤيد لفكرة قيادة المرأة بنسبة (٥٤,٨%) وذلك في (٩٧) تغريدة لتكون هي اللغة الأكثر استخداماً مع هذا الاتجاه.

وأما اللغة العامية فقد كانت هي اللغة الغالبة في التعبير عن الاتجاه المعارض بنسبة (٦٥,٣%)، وكذلك مع الاتجاه المحايد بنسبة (٦٤,٣%) في حين تم التعبير بها عن الاتجاه المؤيد في (٧٦) تغريدة بنسبة (٤٢,٩%).

جاءت اللغة الأجنبية كأقل اللغات استخداماً مع كافة اتجاهات مضمون هذه القضية، حيث استخدمت مع ٤ تغريدات فقط مع الاتجاه المؤيد بنسبة (٢,٣%)، ومع الاتجاه المحايد جاءت بنسبة (٠,٦%)، في حين لم يتم استخدامها على الإطلاق من جانب أصحاب الاتجاه المعارض. وبالتالي يمكن تفسير نتائج الجدولين السابقين بأن أصحاب اللغة الأجنبية يميلون بشكل أكبر إلى اللجوء لفكرة التحضر وقبول الأفكار الحديثة وقد يكون السبب في هذا هو احتكاكهم بالحضارات الأخرى ليكونوا أكثر انفتاحاً على العالم، في حين أن أصحاب اللغة العامية والفصحى يميلون إلى الارتكان لفكرة الحفاظ على العادات والتقاليد السائدة في المجتمع السعودي لذا ظهرت صفة المعارضة للقضية محل الدراسة في مشاركاتهم بهذا الشكل الواضح.

جدول رقم (٢٢) اختبار (One way Anova) لقياس الفروق بين اتجاهات الخطاب الوارد في وسوم الدراسة ومستوى اللغة المستخدمة

مستوى اللغة	ك	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الحرية	ف	مستوى المعنوية
راقية	٤١٨	٠,٠٥٠٢٠	٠,٨١٩٣٥	٢ ٩٩٧ ٩٩٩	٤١,٨٧ ٣	٠,٠٠٠
متوسطة	٥٥٧	٠,٤٦٨٦٠	٠,٦٣٨٥٤			
متدنية	٢٥	٠,٥٦٠٠٠	٠,٧١١٨١			
الإجمالي	١٠٠	٠,٢٩٦٠٠	٠,٧٥٠٣٠			

تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاه المضمون الوارد في مشاركات المغردين ومستوى لغتهم من حيث كونها لغة راقية أو متدنية، فكانت قيمة (ف) (٤١,٨٧٣) عند مستوى معنوية (٠,٠٠٠)، حيث كان أصحاب اللغة المتدنية هم الأكثر ميولاً للاتجاه نحو معارضة قيادة المرأة للسيارة في السعودية نظراً لاتجاههم القوي نحو استخدام الأسلوب الهزلي والسخرية من الموضوع ما أثر على مستوى لغتهم، يليهم أصحاب اللغة المتوسطة في حين كان أصحاب اللغة الراقية هم الأقل من حيث معارضة هذه القضية، وقد جاءت تفضيلات كل فئة على النحو الذي يوضحه الجدول التالي:

جدول رقم (٢٣) اختبار (Chi-Square) لقياس الفروق بين اتجاهات الخطاب
الوارد في وسوم الدراسة ومستوى اللغة المستخدمة

مستوى المعنوية	درجة الحرية	الإجمالي		اتجاه المضمون						مستوى اللغة
				مؤيد		محايد		معارض		
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٠,٠٠٠	٤	٤١,٨	٤١٨	٧٣,٤	١٣٠	٣٩,١	١٣٧	٣١,٩	١٥١	راقية
		٥٥,٧	٥٥٧	٢٤,٩	٤٤	٥٩,٤	٢٠٨	٦٤,٥	٣٠٥	متوسطة
		٢,٥	٢٥	١,٧	٣	١,٤	٥	٣,٦	١٧	متدنية
		١٠٠	١٠٠٠	١٠٠	١٧٧	١٠٠	٣٥٠	١٠٠	٤٧٣	الإجمالي

٩٦,٠١٦	كا
٠,٢٩٦	معامل التوافق

باستخدام معامل (كا^١) والذي بلغت قيمته (٩٦,٠١٦) وجاء بمعامل توافق (٠,٢٩٦)، ثبت أن اللغة الراقية كانت واضحة بشكل كبير مع الاتجاه المؤيد في المقام الأول بنسبة (٧٣,٤%) ثم الاتجاه المحايد بنسبة (٣٩,١%) أما الاتجاه المعارض فقد جاء بنسبة (٣١,٩%). وظهرت اللغة متوسطة المستوى ما بين الراقية والمتدنية بشكل مكثف لتكون هي الأكثر استخداماً مع كل من الاتجاه المعارض بنسبة (٦٤,٥%) والاتجاه المحايد بنسبة (٥٩,٤%)، في حين استخدمت مع الاتجاه المؤيد بنسبة (٢٤,٩%).

وكان مستوى اللغة المتدني هو الأقل استخداماً مع كافة الاتجاهات حيث ظهر مع الاتجاه المعارض بنسبة (٣,٦%) كأعلى قيمة تلاه الاتجاه المؤيد بنسبة (١,٧%) ثم الاتجاه المحايد بنسبة (١,٤%).

جدول رقم (٢٤) اختبار (Chi-Square) لقياس الفروق بين اتجاهات الخطاب
الوارد في وسوم الدراسة وطبيعة المواد المصاحبة من حيث وجودها

مستوى المعنوية	درجة الحرية	الإجمالي		اتجاه المضمون						المواد المصاحبة
				مؤيد		محايد		معارض		
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٠,٠٠٠	٢	٦٧,٣	٦٧٣	٥٠,٣	٨٩	٧٦,٩	٢٦٩	٦٦,٦	٣١٥	يوجد
		٣٢,٧	٣٢٧	٤٩,٧	٨٨	٢٣,١	٨١	٢٣,٤	١٥٨	لا يوجد
		١٠٠	١٠٠٠	١٠٠	١٧٧	١٠٠	٣٥٠	١٠٠	٤٧٣	الإجمالي

٣٧,٩٢٥	كا
٠,١٩١	معامل التوافق

يوضح الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين طبيعة المواد المصاحبة من حيث وجودها واتجاه مضمون تغريدات الدراسة عند مستوى معنوية (٠,٠٠٠) وكانت قيمة كا^٢ (٣٧,٩٢٥) بمعامل توافق (٠,١٩١)، حيث وجدت المواد المصاحبة مع تغريدات الاتجاه المحايد بشكل أكبر وذلك بنسبة (٧٦,٩%) تلاه الاتجاه المعارض بنسبة (٦٦,٦%) في حين جاءت هذه المواد بنسبة (٥٠,٣%) مع الاتجاه المؤيد، وهو ما يوضح حرص أصحاب الاتجاهات الثلاثة وبشكل أكبر الاتجاه المحايد على الاستعانة بهذه المواد للاستدلال وكسب التأييد.

جدول رقم (٢٥) اختبار (Chi-Square) لقياس الفروق بين اتجاهات الخطاب
الوارد في وسوم الدراسة ونوع المواد المصاحبية

مستوى المعنوية	درجة الحرية	الإجمالي		اتجاه المضمون						نوع المواد المصاحبية
				مزيد		محايد		معارض		
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٠,٠٠٠	٦	٦٣,٠	٤٢٤	٣٣,٧	٣٠	٦٩,٩	١٨٨	٦٥,٤	٦٠٦	صور
		٧,١	٤٨	٣,٤	٣	٤,٥	١٦	١٠,٥	٣٣	مقاطع فيديو
		٠,٧	٥	١,١	١	٠,٠	٠	١,٣	٤	مقاطع صوت
		٢٩,١	١٩٦	٦١,٨	٥٥	٢٥,٧	٦٩	٢٢,٩	٧٢	روابط إلكترونية
		١٠٠	٦٧٣	١٠٠	٨٩	١٠٠	٢٦٩	١٠٠	٣١٥	الإجمالي

٦٥,١٦٦	كا
٠,٢٩٧	معامل التوافق

أما على صعيد نوع المواد المصاحبية وتفضيلات كل فئة فيها يوضح الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين فئات اتجاه المضمون الوارد في وسوم الدراسة ونوع هذه المواد عند مستوى معنوية (٠,٠٠٠) وكانت قيمة كلاً (٦٥,١٦٦) بمعامل توافق (٠,٢٩٧)، حيث ظهرت المواد المصاحبية والتي كانت عبارة عن صور مع تغريدات الاتجاه المحايد في المرتبة الأولى بنسبة (٦٩,٩%)، ثم الاتجاه المعارض بنسبة (٦٥,٤%)، في حين جاءت مع تغريدات الاتجاه المؤيد بنسبة (٣٣,٧%) وذلك في (٣٠) تغريدة فقط.

أما بالنسبة لمقاطع الفيديو فقد تم استخدامها بشكل أكبر مع تغريدات الاتجاه المعارض حيث ظهرت في (٣٣) تغريدة بنسبة (١٠,٥%)، ومع الاتجاه المحايد بنسبة (٤,٥%)، في حين كان استخدامها مع التغريدات الخاصة بالاتجاه المؤيد نادراً ولم تظهر سوى في ثلاث تغريدات بنسبة (٣,٤%)

أما الروابط الإلكترونية فكانت الأعلى استخداماً مع تغريدات الاتجاه المؤيد حيث ظهرت في (٥٥) تغريدة بنسبة (٦١,٨%)، في حين جاءت مع الاتجاه المحايد بنسبة (٢٥,٧%) ومع الاتجاه المعارض بنسبة (٢٢,٩%).

وقد جاءت مقاطع الصوت كأقل المواد المصاحبية ظهوراً في تغريدات الدراسة حيث لم تظهر سوى في (٤) تغريدات مع الاتجاه المعارض بنسبة (١,٣%) وفي تغريدة واحدة فقط مع الاتجاه المؤيد بنسبة (١,١%)، ولم تظهر مع تغريدات الاتجاه المحايد على الإطلاق.

• المحور الثالث/ اتجاهات الخطاب وعناصر تحليل الخطاب
• طبيعة المحتوى:

جدول رقم (٢٦) اختبار (One way Anova) لقياس الفروق بين اتجاهات الخطاب الوارد وطبيعة محتوى وسوم الدراسة

مستوى المعنوية	ف	درجة الحرية	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	ك	طبيعة المحتوى	اتجاه المضمون
٠,٠٠٠	١٧,٦ ٤٦	٣ ٩٩٦ ٩٩٩	٠,٥٣١١٥	٠,٠٥٩٧	١٣٤	أخبار	
			٠,٧٣١٩٢	٠,٣٧٤٥٠	٧٠٥	إبداء رأي	
			٠,٩٠٨٢٣	٠,١٥٦٧٠	١٣٤	اقتباس	
			٠,٦٠٨٥٨	٠,٧٠٣٧٠	٢٧	إحالة إلى موقع آخر	
			٠,٧٥٠٣٠	٠,٢٩٦٠٠	١٠٠	الإجمالي	

يظهر الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاه المضمون الوارد في قضية الدراسة وطبيعة محتوى هذا المضمون عند مستوى معنوية (٠,٠٠٠) حيث غلب الاتجاه المحايد الأقرب للتأييد بشكل ضعيف على المحتوى الإخباري وهو ما يمكن تفسيره بميل أصحاب الاتجاهين المؤيد والمحايد إلى الاستعانة والاستدلال بكل ما هو جديد أو بمتابعة الأحداث الجديدة وهو ما توفره لهم طبيعة المحتويات الإخبارية، في حين كانت طبيعة المحتويات الأخرى أقرب إلى المعارضة حيث كان اعتمادهم واضح على تحليلات المواقف وإبداء الرأي واللجوء إلى المواقف الشرعية للاستدلال من خلال الأدلة النقلية والإحالات للاستعانة بأراء العلماء وأصحاب الرأي.

• اتجاهات الخطاب والأطر المستخدمة:

جدول رقم (٢٧) اختبار (One way Anova) لقياس الفروق بين اتجاهات الخطاب الوارد والأطر المستخدمة في وسوم الدراسة

مستوى المعنوية	ف	درجة الحرية	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	ك	الأطر المستخدمة	اتجاه المضمون
٠,٠٠٠	١٢٤,٦٣ ٧	٦ ٩٩٣ ٩٩٩	٠,٤٦٩١٢	٠,٨٢١٤	١١٢	الدفاع	
			٠,٤٥٥٨٦	٠,٨٥٢٨٠	١٩٧	الهجوم	
			٠,٧٦٣٧٥	٠,٤٣٤٨٠	١٣٨	التنقد	
			٠,٧٨٦١٠	٠,٢٣٤٠٠	٤٧	الاستدلال	
			٠,٥٢٧٩٢	٠,٤٧٥٨٠	٣٥١	السخرية	
			٠,٨٧٢٥٥	٠,٠٥٧١	٣٥	المسئولية	
			٠,٤٤٧٨٤	٠,١٣٣٣	١٢٠	العرض الموضوعي	
			٠,٧٥٠٣٠	٠,٢٩٦٠٠	١٠٠٠	الإجمالي	

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاه المضمون الوارد في الوسوم المتعلقة بقضية الدراسة والأطر العامة التي اعتمدها هؤلاء المستخدمون حيث جاءت قيمة (ف) (١٢٤,٦٣٧) عند مستوى

معنوية (٠.٠٠٠)، وقد ظهرت هذه الفروق ما بين مؤيد ومحاييد ومعارض لقيادة المرأة للسيارة في السعودية تبعا لنوع الإطارات المستخدمة فكان من الطبيعي أن يكون الاتجاه المؤيد هو الغالب على استخدام إطار الدفاع، وبالمثل من الطبيعي أن يكون اتجاه من اعتمدوا على أطر النقد والهجوم والسخرية أقرب إلى المعارضة بشكل كبير، وهو الأمر الذي يمكن قبوله أيضا مع الاعتماد على إطار الاستدلال لمحاولة إثبات مخالفة هذه القضية للأسس والقيم الشرعية والعادات والتقاليد السائدة في المجتمع السعودي، في حين كان الاعتماد على أطر المسؤولية والعرض الموضوعي أقرب إلى الاتجاه المحايد منه إلى المؤيد.

• اتجاهات الخطاب والاستمالات المستخدمة:

جدول رقم (٢٨) اختبار (One way Anova) لقياس الفروق بين اتجاهات الخطاب الوارد والاستمالات المستخدمة في وسوم الدراسة

مستوى المعنوية	ف	درجة الحرية	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	ك	الاستمالات	اتجاه المضمون
٠.٠٠٠	٦٩,٧٢	٩٩٢ ٩٩٩	٠,٦٢٥٩٣	٠,٧٢٠٦٠	٨٦	الموقف الشرعي	
			٠,٦٨٧٤١	٠,٥٠٠٠٠	٩٢	التحضر والمدنية	
			٠,٨٢١٧٨	٠,٤٢٤٢	٩٩	حق المرأة والمساواة	
			٠,٨٥٧٦٩	٠,٠٩٢٠	٨٧	التخلف والجهل	
			٠,٤٩١٥١	٠,٧٤١٠٠	١٦٦	الالتزام بالعادات والتقاليد	
			٠,٥٠٦٧١	٠,٥١٣٥٠	٣٧	عدم أهمية الموضوع	
			٠,٥٢٤٣٠	٠,٤٨٩٤٠	٣٣١	لنكاهة	
			٠,٥٥٧٣٣	٠,٢٥٤٩٠	١٠٢	التقريب	
			٠,٧٥٠٣٠	٠,٢٩٦٠٠	١٠٠٠	الإجمالي	

يوضح الجدول أعلاه وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاه المضمون الوارد في مشاركات مستخدمي موقع تويتز في الوسوم المتعلقة بقضية الدراسة والاستمالات التي تم استخدامها في هذه المشاركات حيث كانت قيمة (ف) (٦٩,٧٢٠) عند مستوى معنوية (٠,٠٠٠)، فظهر الاعتماد على الاستمالات المتعلقة بالموقف الشرعي والالتزام بالعادات والتقاليد وعدم أهمية الموضوع والفكاهة والتقريب مع الاتجاه المعارض بشكل أكبر وهي نتيجة منطقية نظرا لطبيعة هذه الاستمالات التي تم استخدامها في محاولة للاستدلال أو الهجوم أو السخرية أو الاستخفاف بقيمة الموضوع، في حين كانت الاستمالات المتعلقة بالتحضر والمدنية وحق المرأة والمساواة والتخلف والجهل واضحة مع الاتجاه المؤيد.

• اتجاهات الخطاب وأساليب المعالجة:

جدول رقم (٢٩) اختبار (One way Anova) لقياس الفروق بين اتجاهات الخطاب الوارد وأساليب المعالجة المستخدمة في وسوم الدراسة

مستوى المعنوية	ف	درجة الحرية	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	ك	أساليب المعالجة	اتجاه المضمون
٠.٠٠٠	١٨,١٩٧	٩٩٤ ٩٩٩	٠,٧٨٣٧٥	٠,٠١٢٥٠	٣٢٠	عقلانية	
			٠,٨٦٣٧٣	٠,٣٧٥٠٠	٦٤	عاطفية	
			٠,٦٨٢٥٥	٠,٦٣٨٩٠	٣٦	تحذيرية	
			٠,٨٣٦٤٩	٠,٣٤٨١٠	١٥٨	استكبارية	
			٠,٨٨٤٤٤	٠,٠٩٠٩٠	٤٤	استفهامية	
			٠,٥٤٦٢١	٠,٤٩٢١٠	٣٧٨	ساذجة	
			٠,٧٥٠٣٠	٠,٢٩٦٠٠	١٠٠٠	إجمالي	

أظهرت نتائج الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاه المضمون الوارد في الوسوم محل الدراسة والأساليب التي تم معالجة القضية بها ، فكانت قيمة (ف) (١٨,١٩٧) عند مستوى معنوية (٠,٠٠٠) ، إذ ظهرت جميع هذه الأساليب بشكل أكبر مع الاتجاه المعارض فكانت الأساليب العقلانية هي الأقل من حيث الاتجاه نحو معارضة القضية والأقرب إلى الحياد تلاها الأساليب الاستفهامية، في حين كان مستخدموا الأسلوب التحذيري هم الأكثر اتجاهاً نحو المعارضة وهي نتيجة طبيعية نظراً للطبيعة النقدية والهجومية لهذا الأسلوب ، تلاه الأسلوب الساخر ثم كل من الأسلوب العاطفي والاستكثاري على التوالي بنسب متقاربة جداً.

• اتجاهات الخطاب ومسارات البرهنة:

جدول رقم (٣٠) اختبار (One way Anova) لقياس الفروق بين اتجاهات الخطاب الوارد ومسارات البرهنة المستخدمة في وسوم الدراسة

مستوى المعنوية	ف	درجة الحرية	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	ك	مسارات البرهنة	اتجاه المضمون
٠,٠٠٠٠	٢٨,٢٨٢	٩٩٤ ٩٩٩	٠,٣٥٠٧٦	٠,٩١٤٩٠	٤٧	أدلة شرعية	
			٠,٧٩٨٧٤	٠,٢٢٨١٠	٤٥٦	تحليلات	
			٠,٦٩١٤١	٠,١٤٦٣٠	٤١	تصريحات مسئولين	
			٠,٦٦٠٢٣	٠,٥٣٨٥	١٣	تصريحات شهود عيان	
			٠,٨٥٦٧٧	٠,٣٢٠٠	٧٥	نقل عن مواقع أخرى	
			٠,٥٦٦٣٨	٠,٤٧٢٨٠	٣٦٨	الاستهزاء	
			٠,٧٥٠٣٠	٠,٢٩٦٠٠	١٠٠٠	الإجمالي	

يشير الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاه المضمون الوارد في مشاركات مستخدمي موقع تويتر في الوسوم المتعلقة بقضية الدراسة ومسارات البرهنة المستخدمة للاستدلال والاقناع بوجهات نظر أصحاب هذه المشاركات، فكانت قيمة (ف) (٢٨,٢٨٢) عند مستوى معنوية (٠,٠٠٠) ، فكانت الأدلة الشرعية هي أكثر المسارات استخداماً مع الاتجاه نحو المعارضة في محاولة للاستدلال بالشرع على حرمة هذا الموضوع ومخالفته للقيم الشرعية والتعاليم الإسلامية ، في حين جاء الاستهزاء في المرتبة الثانية من حيث الاستخدام مع الاتجاه المعارض، تلاها الاعتماد على التحليلات المنطقية والعقلية ثم تصريحات المسئولين ، في حين كان استخدام تصريحات شهود العيان هو واضحاً بشكل أكبر مع الاتجاه المؤيد، ثم مسار النقل من مواقع أخرى.

الفرض الثاني: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين عناصر تحليل الخطاب الخمس ببعضها البعض ويشتمل هذا الفرض على أربعة محاور فرعية، وذلك على النحو التالي:

- المحور الأول/ علاقة طبيعة المحتوى ببقية العناصر
- طبيعة المحتوى والأطر المستخدمة:

جدول رقم (٣١) اختبار (Chi-Square) لقياس الفروق بين طبيعة المحتوى الوارد والأطر المستخدمة في وسوم الدراسة

مستوى المعنوية	درجة الحرية	طبيعة المحتوى										الأطر المستخدمة
		الإجمالي		إحالة إلى موقع آخر		اقتباس		إبداء رأي		أخبار		
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٠,٠٠٠	١٨	١١,٢	١١٢	٧,٤	٢	١٦,٤	٢٢	١١,٦	٨٢	٤,٥	٦	الدفاع
		١٩,٧	١٩٧	٤٠,٧	١١	٣٤,٣	٤٦	١٨,٦	١٣	٦,٧	٩	الهجوم
		١٣,٨	١٣٨	٤٠,٧	١١	١١,٢	١٥	١٤,٠	٩٩	٩,٧	١٣	النقد
		٤,٧	٤٧	٣,٧	١	١٧,٩	٢٤	٢,٣	١٦	٤,٥	٦	الاستدلال
		٣٥,١	٣٥١	٠,٠	٠	٦,٠	٨	٤٧,٥	٣٣	٦,٠	٨	السخرية
		٣,٥	٣٥	٠,٠	٠	١,٥	٢	٣,٤	٢٤	٦,٧	٩	المسئولية
		١٢,٠	١٢٠	٧,٤	٢	١٢,٧	١٧	٢,٦	١٨	٦,١	٨٣	العرض الموضوعي
		١٠,٠	١٠٠	١,٠	٢٧	١,٠	١٣	١,٠	٧٠	١,٠	١٣	الإجمالي

٥٦٠,٠٣٧	كا
٠,٥٩٩	معامل التوافق

يوضح الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الأطر المستخدمة للتعبير عن آراء المشاركين في وسوم الدراسة وطبيعة محتوى مضامين هذه الوسوم عند مستوى معنوية (٠,٠٠٠) وقيمة كا (٥٦٠,٠٣٧) بمعامل توافق قيمته (٠,٥٩٩)، وقد وضح من خلال الجدول أن الاقتباسات كانت الأكثر ظهوراً مع إطار الدفاع بنسبة (١٦,٤%)، في حين جاءت الإحالة إلى المواقع الأخرى في المرتبة الثانية من حيث الظهور بنسبة (٧,٤%)، وكان المحتوى الإخباري هو الأقل استخداماً من حيث النسبة المئوية وذلك بنسبة (٤,٥%).

واستخدم إطار الهجوم في المرتبة الأولى مع التغريدات التي اعتمدت على الإحالة إلى مواقع أخرى بنسبة (٤٠,٧%) وهي النتيجة ذاتها مع إطار النقد، في حين كانا هذين الإطارين هما الأقل استخداماً للمحتوى الإخباري بنسبة (٦,٧%) للهجوم و(٩,٧%) للنقد. وقد ظهر إطار السخرية بشكل واضح وقوي معتمداً على محتوى إبداء الرأي بنسبة (٤٧,٥%) في حين كان اعتماده على كل من المحتوى الإخباري والاقتباسات بالنتيجة ذاتها (٦%) من إجمالي

تغريدات كل من هذين المحتويين، ولم يتم الاعتماد عليه على الإطلاق في حالات الإحالة إلى مواقع أخرى

أما إطار العرض الموضوعي فكان أعلى الأطر استخداماً للمحتوى الإخباري حيث ظهر في (٨٣) تغريدة بنسبة (٦١,٩%) ثم الاقتباسات بنسبة (١٢,٧%) ومع حالات الإحالة لمواقع أخرى بنسبة (٧,٤%)، ولم يظهر سوى في (٢,٦%) من إجمالي نسبة محتوى إبداء الرأي فقط. ومن خلال هذه النتائج يمكن ملاحظة أن المحتوى الإخباري كان الاعتماد عليه بشكل ضعيف في حالات التحيز سواء بالتأييد أو المعارضة نظراً لطبيعة هذا المحتوى التي تتسم بعرض الآراء والمواقف لكلا الاتجاهين دون التحيز لأي منهما، وبالتالي كان من الطبيعي أن يكون هو المحتوى الأبرز مع إطار العرض الموضوعي بفارق كبير عن باقي المحتويات، في حين كان الاعتماد واضحاً على فكرة الإحالة للمواقع الأخرى والاقتباسات ظاهرة بشكل أكبر مع الأطر المعنية بفكرة التحيز (الدفاع والهجوم والنقد) بغرض الاستدلال وإبراز المواقف الموالية وإثبات وجهة النظر.

• طبيعة المحتوى والاستمالات المستخدمة:

جدول رقم (٣٢) اختبار (Chi-Square) لقياس الفروق بين طبيعة المحتوى الوارد والاستمالات المستخدمة في وسوم الدراسة

مستوى المعنوية	درجة الحرية	طبيعة المحتوى										الاستمالات
		الإجمالي		إحالة إلى موقع آخر		اقتباس		إبداء رأي		أخبار		
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٠,٠٠٠	٢١	٨,٦	٨٦	١٤,٨	٤	١٧,٩	٢٤	٧,٢	٥١	٥,٢	٧	الموقف الشرعي
		٩,٣	٩٢	٧,٤	٢	١٥,٧	٢١	٧,١	٥٠	١٤,٢	١٩	التحضر والمدنية
		٩,٩	٩٩	٧,٤	٢	١٧,٢	٢٣	٩,١	٦٤	٧,٥	١٠	حق المرأة والمساواة
		٨,٧	٨٧	٣,٧	١	١٠,٤	١٤	٩,٤	٦٦	٤,٥	٦	التخلف والجهل
		١٦,٠	١٦٦	٥١,٩	١٤	٢٦,١	٣٥	١٣,٣	٩٤	١٧,٢	٢٣	الالتزام بالعادات والتقاليد
		٣,٧	٣٧	١٤,٨	٤	١,٥	٢	٤,٠	٢٨	٢,٢	٣	عدم أهمية الموضوع
		٣٣,١	٣٣١	٠,٠	٠	٥,٢	٧	٤٥,٢	٣١٩	٣,٧	٥	الفكاهة
		١٠,٢	١٠٢	٠,٠	٠	٦,٠	٨	٤,٧	٣٣	٤٥,٥	٦١	التغريب
		١٠٠	١٠٠	١٠٠	٢٧	١٠٠	١٣٤	١٠٠	٧٠٥	١٠٠	١٣٤	الإجمالي

٣٨٤,٧٧١	كا
٠,٥٢٧	معامل توافق

يوضح الجدول رقم (٢٤) الفروق بين الاستمالات المستخدمة للإقناع بوجهات النظر الواردة وطبيعة محتوى التغريدات حيث ثبت وجود هذه الفروق عند مستوى معنوية (٠,٠٠٠) وكانت قيمة كا^٢ (٣٨٤,٧٧١) بمعامل توافق (٠,٥٢٧)، فجاء استخدام الموقف الشرعي بنسب ضعيفة مع مختلف المحتويات لم تتجاوز (١٧,٩%) بالنسبة للاعتماد على الاقتباسات، تلاها الإحالة إلى مواقع أخرى بنسبة (١٤,٨%)، وبالمثل جاء استخدام فكرة التحضر والمدنية كوسيلة للإقناع مع الاقتباسات كأكثر المحتويات اعتماداً على هذه الفكرة بنسبة لم تتجاوز (١٥,٧%) كأعلى نسبة في حين كان إبداء الرأي هو أقل المحتويات اعتماداً عليه بنسبة (٧,١%).

أما الاستمالات الأعلى استخداماً فقد تمثلت في الفكاهة مع محتوى إبداء الرأي في (٣١٩) تغريدة بنسبة (٤٥,٢%) ، كما جاءت فكرة التغريب بنسبة مرتفعة أيضاً (٤٥,٥%) مع المحتوى الإخباري في (٦١) تغريدة ، أما فكرة الالتزام بالعبادات والتقاليد فقد كانت هي الأكثر استخداماً مع المحتويات التي اعتمدت على الإحالة إلى مواقع أخرى بنسبة (٥١,٩%) تلاها المحتويات التي اعتمدت على الاقتباسات بنسبة (٢٦,١%).

طبيعة المحتوى وأساليب المعالجة:

جدول رقم (٣٣) اختبار (Chi-Square) لقياس الفروق بين طبيعة المحتوى النوارد وأساليب المعالجة المستخدمة في رسوم الدراسة

مستوى المعنوية	درجة الحرية	طبيعة المحتوى										أساليب المعالجة
		الإجمالي		إحالة إلى موقع آخر		اقتباس		إبداء رأي		أخبار		
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٠,٠٠٠	١٥	٣٢,٠	٢٢٠	١٨,٥	٥	٤٩,٣	٦٦	١٩,٠	١٣٤	٨٥,٨	١١٥	عقلانية
		٦,٤	٦٤	١٤,٨	٤	٨,٢	١١	٦,٧	٤٧	١,٥	٢	عاطفية
		٢,٦	٣٦	٠,٠	٠	٧,٥	١٠	٣,٥	٢٥	٠,٧	١	تحذيرية
		١٥,٨	١٥٨	٢٢,٢	٦	٢٠,١	٢٧	١٧,٢	١٢١	٣,٠	٤	استنكارية
		٤,٤	٤٤	٣٧,٠	١	٤,٥	٦	٣,٣	٢٣	٣,٧	٥	استفهامية
		٣٧,٨	٣٧٨	٧,٤	٢	١٠,٤	١٤	٥٠,٤	٣٥٥	٥,٢	٧	ساخرة
		١,٠	١٠٠	١,٠	٢	١,٠	١٣	١,٠	٧٠	١,٠	١٣	الإجمالي

٣٧٥,٦٢٣	١٥
٠,٥٢٣	معامل التوافق

أظهرت بيانات الجدول رقم (٢٥) وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أساليب المعالجة المستخدمة في رسوم الدراسة وطبيعة محتوى هذه الرسوم عند مستوى معنوية (٠,٠٠٠) وكانت قيمة كاي (٣٧٥,٦٢٣) بمعامل توافق (٠,٥٢٣)، حيث كان المحتوى الإخباري هو الأكثر اعتماداً على الأسلوب العقلاني بنسبة (٨٥,٨%) في حين كانت محتويات الإحالة إلى مواقع أخرى هي الأقل استخداماً مع هذا الأسلوب بنسبة (١٨,٥%)، أما الأسلوب العاطفي فقد ظهر في المرتبة الأولى مع محتويات الإحالة إلى مواقع أخرى بنسبة (١٤,٨%) في حين ندر استخدامه مع المحتوى الإخباري بنسبة (١,٥%) ، وأما الأسلوب التحذيري فقد كانت أكثر المحتويات استخداماً له هو الاقتباس بنسبة (٧,٥%) ولم يظهر على الإطلاق مع محتويات الإحالة إلى مواقع أخرى.

كما ظهر أن محتوى الإحالة إلى مواقع أخرى هو المحتوى الأعلى استخداماً لكل من الأسلوب الاستنكاري بنسبة (٢٢,٢%) والأسلوب الاستفهامي بنسبة (٣,٧%) في حين ندر استخدام هذين الأسلوبين لمعالجة قضية الدراسة مع المحتوى الإخباري بنسبة (٣%) للأسلوب الاستنكاري و(٣,٧%)

للأسلوب الاستفهامي ، أما الأسلوب الساخر فقد ظهر بشكل واضح مع محتوى إبداء الرأي في (٣٥٥) تغريدة بنسبة (٥٠,٤%) وبنسب متقاربة (١٠,٤%) و(٧,٤%) و(٥,٢%) لكل من الاقتباس والإحالة إلى مواقع أخرى والإخباري على الترتيب.

• طبيعة المحتوى ومسارات البرهنة:

جدول رقم (٣٤) اختبار (Chi-Square) لقياس الفروق بين طبيعة المحتوى الوارد ومسارات البرهنة المستخدمة في وسوم الدراسة

مستوى المعنوية	درجة الحرية	طبيعة المحتوى										مسارات البرهنة
		الإجمالي		إحالة إلى موقع آخر		اقتباس		إبداء رأي		أخبار		
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٠,٠٠٠	١٥	٤٠,٧	٤٧	١٤,٨	٤	١٤,٦	١٩	٣,٣	٢٣	٠,٧	١	أدلة شرعية
		٤٥,٦	٤٥٦	٦٣,٠	٧	٢٩,٩	٤٠	٤٤,١	٣١١	٦٥,٧	٨٨	تحليلات
		٤,١	٤١	٠,٠	٠	١٢,٧	١٧	٠,٩	٦	١٣,٤	١٨	تصريحات مسئولين
		١,٣	١٣	٠,٠	٠	١,٥	٢	٠,٧	٥	٤,٥	٦	تصريحات شهود عيان
		٧,٥	٧٥	٢٢,٢	٦	٣٦,٦	٤٥	١,٤	٣	١٣,٧	١٧	نقل عن مواقع أخرى
		٣٦,٨	٣٦٨	٠,٠	٠	٥,٢	٧	٥٠,٦	٣٥٧	٣,٠	٤	الاستهزاء
		١٠٠	١٠٠٠	١٠٠	٧	١٠٠	١٣٤	١٠٠	٧٠٥	١٠٠	١٣٤	الإجمالي

٤٧٩,٩٩٢	كا
٠,٥٦٩	معامل التوافق

تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مسارات البرهنة المستخدمة في تغريدات الدراسة للاستدلال وطبيعة محتوى هذه الوسوم عند مستوى معنوية (٠,٠٠٠) وكانت قيمة كا^٢ (٤٧٩,٩٩٢) بمعامل توافق (٠,٥٦٩) ، حيث جاء محتوى إبداء الرأي كأكثر المحتويات استخداماً للدلالة الشرعية كمسار للبرهنة من حيث العدد وذلك في (٢٣) تغريدة بنسبة (٣,٣%) في حين كان محتوى الإحالة إلى موقع آخر هو الأكثر نسبة وذلك بنسبة (١٤,٨%) ، أما التحليلات فقد ظهرت مع محتوى إبداء الرأي في (٣١١) تغريدة بنسبة (٤٤,١%) في حين كانت هي الأعلى نسبة مع المحتوى الإخباري بنسبة (٦٥,٧%) ، كما ظهرت كل من تصريحات المسئولين وتصريحات شهود العيان مع المحتوى الإخباري كأكثر المحتويات استخداماً لهما بنسبة (١٣,٤%) و(٤,٥%) وهو ما يفسر قلة الاعتماد على هذين المسارين في الاستدلال على وجهات نظر المغردين في وسوم الدراسة، أما بالنسبة لاستخدام الاستهزاء كمسار برهنة فقد وضح بشكل كبير مع محتوى إبداء الرأي بنسبة (٥٠,٦%) في (٣٥٧) تغريدة في حين ظهر بشكل نادر مع محتويات الإخبار والاقتراس ، ولم يستخدم على الإطلاق مع محتوى الإحالة إلى مواقع أخرى.

المحور الثاني / علاقة الأطر المستخدمة ببقية عناصر تحليل الخطاب

• الأطر المستخدمة والاستمالات المستخدمة:

جدول رقم (٣٥) اختبار (Chi-Square) لقياس الفروق بين الأطر والاستمالات المستخدمة في موسم الدراسة

مستوى أهمية	درجة الحرية	الأطر المستخدمة																المجموع
		الإجمالي		العرض الموضوعي		المساواة		السفيرة		الاستدلال		النقد		التهجور		النتائج		
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٠,٠٠٠	٤٢	٨,٦	٨٦	٠,٨	١	٨,٦	٢	١,٠	٠	٨,٥	٤	١٢,٠	١٨	٢٥,٩	٥١	٨,٠	٦	١١٢
		٩,٢	٩٢	١٨,٢	٢٢	١٤,٢	٥	١,٠	٠	٢٧,٧	١٢	١٠,٩	١٥	٢,٦	٧	٢٦,٨	٣٠	١١٢
		٩,٩	٩٩	١١,٧	١٤	١١,٤	٤	١,٢	١	١٠,٦	٥	١١,٦	١٦	٤,١	٨	٤٥,٥	٥١	١١٢
		٨,٧	٨٧	١,٧	٢	٨,٦	٢	٤,٢	١٥	١٠,٦	٥	١٥,٢	٦١	١٠,٧	٢١	١٧,٩	٢٠	١١٢
		١٦,٦	١٦٦	١٢,٥	١٥	٤٢,٩	١٥	٢,٦	٤	٢٤,٨	١٤	٢٤,٧	٤١	٢٦,٠	٧١	١,٩	١	١١٢
		٢,٧	٢٧	٤,٢	٥	٢,٩	١	٢,٢	٨	٨,٥	٤	٥,١	٧	٦,١	١٢	٠,٠	٠	١١٢
		٢٢,١	٢٢١	٠,٨	١	٢,٩	١	٩,٢	٢١٧	٠,٠	٠	٢,٦	٥	٢,٠	٦	١,٩	١	١١٢
		١٠,٢	١٠٢	٥٠,٠	٦٠	٨,٦	٣	١,٢	١	٤,٢	٢	١٠,٩	١٥	١٠,٧	٢١	٠,٠	٠	١١٢
		١,٠	١٠٠٠	١,٠	١٢٠	١,٠	٢٥	١,٠	٢٥١	١,٠	٤٧	١,٠	١٢٨	١,٠	١١٧	١,٠	١١٢	١١٢

١,٢٥٢,٧٩٤
معامل التوافق

ثبت وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الاستمالات والأطر المستخدمة عند مستوى معنوية (٠,٠٠٠) حيث كانت قيمة كا (١٣٥٣,٧٩٤) بمعامل توافق (٠,٧٥٨) حيث كان إطار الهجوم هو الأكثر استخداماً بنسبة (٢٥,٩%) مع الموقف الشرعي، تلاه إطار النقد بنسبة (١٣%)، فيما كان إطار السخرية غير مستخدم على الإطلاق، جاء إطار الاستدلال كأعلى الأطر استخداماً مع التحضر والمدنية بنسبة (٢٧,٧%) تلاه الدفاع بنسبة (٢٦,٨%) في حين لم يستخدم إطار السخرية على الإطلاق. أما كل من (حق المرأة والمساواة) و(التخلف والجهل) فقد اعتمدا على إطار الدفاع كأعلى الأطر استخداماً معهما وذلك بنسبة (٤٥,٥%) و(١٧,٩%) على الترتيب، وقد جاء إطار المسؤولية في مقدمة الموضوع فكان الاستدلال هو الإطار الأكثر استخداماً بنسبة (٨,٥%) وكنيجة طبيعية فقد كان إطار السخرية هو المستخدم مع فكرة الفكاهة كاستمالة بنسبة (٩٠,٣%) في حين لم يتم استخدام أسلوب الاستدلال معها الإطلاق. وأخيراً كانت فكرة التغريب أكثر اعتماداً على العرض الموضوعي بنسبة بلغت (٥٠%).

• الأطر المستخدمة وأساليب المعالجة:

جدول رقم (٣٦) اختبار (Chi-Square) لقياس الفروق بين الأطر وأساليب المعالجة المستخدمة في وسوم الدراسة

نوع صيغة	الأطر المستخدمة												درجة الحرية	مستوى معنوية		
	الدفاع		الهجوم		التقند		الاستدلال		السخرية		تعددية العرض الموضوعي					
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%				
عقلانية	٥٥	١١,٠	٥٨	١١,٤	٥٠	١٠,٢	٥٠	١٠,٢	٥٠	١٠,٢	٥٠	١٠,٢	٥٠	١٠,٢	٣,٠	٠,٠٠٠
عاطفية	١٤	١٢,٥	٢٣	٢٠,٧	٨	٧,٢	٤	٣,٦	٢	١,٨	٧	٦,٣	٤	٣,٦		
تحذيرية	٣	١,٨	٢٤	٢١,٦	٤	٣,٦	٤	٣,٦	٠	٠,٠	٠	٠,٠	٠	٠,٠		
متعددة	٢٤	٢١,٦	٢٦	٢٣,٦	٥١	٤٥,٩	١	٠,٩	١	٠,٩	٣	٢,٧	٣	٢,٧		
انتقادية	١٤	١٢,٥	٣	٢,٧	١,٥	١,٣	١	٠,٩	١	٠,٩	١	٠,٩	١	٠,٩		
سخرية	٣	٢,٧	٢٣	٢١,٦	٥	٤,٥	٠	٠,٠	٣٤	٣٠,٤	١	٠,٩	١	٠,٩		
الإجمالي	١١٢	١٠٠	١١٠	٩٨,٢	١٠٠	٩٠,٩	٤	٣,٦	١٠	٩,٠	١٣	١١,٦	١٠	٩,٠		
	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠		
	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠		
	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠		

كا	١,١٦٨,٩١٥
معامل التوافق	٠,٧٣٤

أظهرت بيانات الجدول رقم (٢٨) وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أساليب المعالجة المستخدمة في التعبير عن وجهات النظر الموجودة في وسوم الدراسة والأطر العامة التي دارت حولها هذه الوسوم حيث ثبتت هذه الفروق عند مستوى معنوية (٠,٠٠٠) وقيمة كا (١١٦٨,٩١٥) بمعامل توافق (٠,٧٣٤)، وقد ظهرت الأساليب المعالجة العقلانية بنسب مرتفعة بصورة واضحة ومكثفة مع إطار العرض الموضوعي كأكثر الأطر اعتماداً على هذا الأسلوب بنسبة (٩٥%) من إجمالي استخدام هذا الإطار، تلاه وبنسب متقاربة أطر الاستدلال (٥٣,٢%) والدفاع (٤٩,١%) والمسؤولية (٤٨,٦%)، وأما بالنسبة لكل من الأساليب العاطفية والتحذيرية والاستنكاري والاستفهامي فقد وردوا بنسب ضعيفة مع مختلف الأطر المستخدمة، حيث تهيمن الأساليب العاطفية مع إطار المسؤولية بنسبة (٢٠%) كأعلى نسبة

استخدام مع هذا الإطار في حين كانت أقل نسبة استخدام له مع إطار السخرية وذلك بنسبة (٠,٦%) ، كما كان أكثر الأطر استخداماً للأسلوب التحذيري الإطار الهجومي بنسبة (١٢,٢%) وهو ذاته كان الإطار الأكثر استخداماً للأسلوب الاستكاري بنسبة (٣٣,٥%) ، في حين كان أعلى معدل استخدام للإطار الاستهلامي هو إطار المسؤولية بنسبة (١٧,١%) ، وكنتيجة طبيعية جاء أعلى استخدام للأسلوب الساخر مع إطار السخرية بنسبة (٩٨,٩%) نظراً لطبيعة هذا الإطار المرتبطة بالأسلوب الخاص به.

٥ الأطر المستخدمة ومسارات البرهنة:

جدول رقم (٣٧) اختبار (Chi-Square) لقياس الفروق بين الأطر ومسارات البرهنة المستخدمة في وسوم الدراسة

مسار البرهنة	الاطر المستخدمة															
	الافتعال		التهكم		الاستهزاء		السخرية		الامتثال		التذم		الهجوم		التفاهع	
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك
إثباتية	٤,٧	٤٧	١,٠	٠	٨,٦	٣	١,٠	٠	٦,٤	٣	٨,٠	١١	١٤,٠	٢٨	١,٨	٢
تعليلية	٤٠,٦	٤٤٦	١٦,٧	٨٦	٥٩,٢	١	٦,٠	١١	٤٠,٤	١	٨,٦	١١	٥٨,٠	١١	٢٤,١	٨٣
تصريحات مسلمات	٤,٦	٤٦	١,٠	١٣	٨,٦	٣	١,٠	٠	٢١,٠	١	١,٤	٢	٤,١	١٠	٢,٧	٣
تصريحات شهود عيان	١,٢	١٢	٤,٢	٥	٢,٩	١	١,٠	٠	١٤,٠	٧	١,٠	٠	١,٠	٠	١,٠	٠
تلال عن مواقع أخرى	٧,٥	٧٥	١٢,٣	١٦	٢٢,٠	٨	١,٠	٠	١٧,٠	٨	٤,٢	٦	٨,٦	١٧	١٧,٠	٩
الاستهزاء	٢٦,٨	٢٦٨	١,٠	٠	٢,٩	١	١٤,٠	٢٣	١,٠	٠	٥,١	٧	١٢,٠	٢٦	٢,٦	٤
الإجمالي	١,٠	١٠٠	١,٠	١٢	١,٠	٣	١,٠	٢٥	١,٠	٤	١,٠	١٢	١,٠	١١	١,٠	١١

٩٧٦,٤٩٧	كا
٠,٧٠٣	معامل التوافق

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مسارات البرهنة والأطر المستخدمة عند مستوى معنوية (٠,٠٠٠) وكانت قيمة كا^٢ (٩٧٦,٤٩٧) ، حيث كان إطار الهجوم هو الأكثر استخداماً مع مسار الأدلة الشرعية بنسبة (١٤,٢%) في حين لم يستخدم كل من السخرية أو العرض الموضوعي مطلقاً نظراً لطبيعة هذا المسار التي تتناسب مع هذين الإطارين ، كما اعتمد البرهان بالتحليلات على إطار النقد في المرتبة الأولى بنسبة (٨١,٢%) تلاه إطار الدفاع بنسبة (٧٤,١%) ، أما تصريحات المسئولين فجاء إطار الاستدلال الأكثر استخداماً بنسبة (٢١,٣%) تلاه العرض الموضوعي بنسبة (١٠,٨%) ، في حين كان مسار تصريحات شهود العيان هو الأقل استخداماً على الإطلاق فلم يظهر مع كل من أطر الدفاع، والهجوم، والنقد، والسخرية على الإطلاق وجاء بنسبة (١٤,٩%) مع إطار الاستدلال و(٤,٢%) مع العرض الموضوعي وأخيراً (٢,٩%) مع إطار المسؤولية.

أما مسار النقل عن مواقع أخرى فقد ظهر مع إطار المسؤولية في المرتبة الأولى بنسبة (٢٢,٩%) ولم يظهر مع إطار السخرية، في حين اعتمد مسار الاستهزاء على إطار السخرية بشكل كبير وفي المقدمة كنتيجة طبيعية وذلك بنسبة (٩٤%).

- المحور الثالث علاقة الاستمالات المستخدمة ببقية العناصر
- الاستمالات المستخدمة وأساليب المعالجة:

جدول رقم (٣٨) اختبار (Chi-Square) لقياس الفروق بين الاستمالات وأساليب المعالجة المستخدمة في وسوم الدراسة

أساليب المعالجة	الاستمالات																
	العوقف الشرعي		التحضر والتعنتية		حق العراة والمساواة		التلف والجهن		الالتزام بالتعاليم والتقاليد		عدم أهمية الموضوع		التفاعة		التغريب		الإجمالي
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
عقلانية	٢٩	١٠٠	٢٢	٦٧	١٧	١٧	١٦	١٠	١٠	١٠	١٠	١٠	١٠	١٠	١٠	١٠	٢١٠
عاطفية	٢١	١٠٠	٩	١٨	٨	١٠	٠	٠	١١	١١	٢	١١	٢	١٠	١٠	١٠	١٠٠
نقدية	٠	٠	٣	٣	١	١	١	١	١٧	١٧	٢	١٠	٢	١٠	١٠	١٠	٢٠
استكبارية	١١	١٠٠	٩	١٨	٢١	٢١	٢١	٢١	١٠	١٠	١١	١١	١١	١١	١١	١١	١٠٠
استهزاء	١	١٠	٤	١٠	٤	١٠	٤	١٠	١٠	١٠	١	١٠	١	١٠	١٠	١٠	١٠٠
سخرية	١	١٠	٢	١٠	٨	١٠	١٢	١٠	١١	١١	١١	١١	١١	١١	١١	١١	١٠٠
الإجمالي	٨١	١٠٠	١٢	١٠٠	١١	١٠٠	١١	١٠٠	١١	١٠٠	١١	١٠٠	١١	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠٠

كا ^٢	٩٢١,٨٣٦
معامل التوافق	٠,٦٩٣

تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أساليب معالجة مضمون القضية والاستمالات المستخدمة وذلك عند مستوى معنوية (٠,٠٠٠) وكانت قيمة كا^٢ (٩٢١,٨٣٦) بمعامل توافق (٠,٦٩٣) ، حيث كانت فكرة التحضر والمدنية هي الأكثر ظهوراً مع الأساليب العقلانية بنسبة (٦٧,٤%) وهي نتيجة طبيعية نظراً لطبيعة هذه الاستمالة التي تعتمد على التفكير العقلي والمنطقي، تلاها التغريب بنسبة (٦٠,٨%) ثم الالتزام بالعادات والتقاليد.

جاء الأسلوب العاطفي بنسب ضعيفة مع مختلف الاستمالات نظراً لضعف اعتماد جمهور الدراسة عليه حيث كان الموقف الشرعي هو الأكثر ظهوراً معه بنسبة (٢٤,٤%) تلاه الاعتماد على

فكرة التحضر والمدنية بنسبة (٩,٨%) فيما كانت أقل الاستمالات استخداما مع هذا الأسلوب هي الفكاهة بنسبة (٥٠,٩%)،

جاءت فكرة الالتزام بالعادات والتقاليد في مقدمة الاستمالات التي اعتمد عليها الأسلوب التحذيري بنسبة (١٠,٢%) ثم الموقف الشرعي بنسبة (٥,٨%) ، فيما كانت فكرة التخلف والجهل في مقدمة الاستمالات التي تم استخدامها مع الأسلوب الاستنكاري بنسبة (٤٠,٢%)

وكنتيجة منطقية تماما جاء الأسلوب الساخر معتمدا على فكرة الفكاهة بنسبة (٩٧,٩%) فيما كان الموقف الشرعي هو الأقل استخداما بنسبة (١,٢%).

• الاستمالات المستخدمة ومسارات البرهنة:

جدول رقم (٣٩) اختبار (Chi-Square) لقياس الفروق بين الاستمالات ومسارات البرهنة المستخدمة في وسوم الدراسة

مسار البرهنة	درجة الحرية	الاستمالات																	
		الاجملي		التقريب		التفاهة		عدم اهمية الموضوع		الالتزام بالعادات والتقاليد		التخلف والجهل		حق المرأة والمسواة		التحضر والمدنية		الموقف الشرعي	
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك
اللة دارجة	٣٥	٤٠,٧	٠	١٠,٠	٠	٢,٧	١	٤,٦	٧	٢,٤	٣	١,٠	١	١,٠	٠	٤٠,٧	٣٥		
تأجيلات	٣٩	٤٥,٣	٠٠	٢٧,١	٩٩	٠,٩	٣	٢٦,٦	١٢	٦٥,٩	١١٦	٦٩,٠	٦٠	٦١,٦	٦١	٥٠,٨	٠٠	٤٥,٣	٣٩
تصريحات مسؤولين	١	١,٢	١٥	١٦,٦	١٥	٥,٤	٢	١٠,٢	١٧	١٠,٠	٠	٥,١	٥	١٦,٦	١٥	١,٢	١		
تصريحات مشهورين	١	١,٢	٥	٥,٤	٥	٢,٧	١	١,٦	١	٢,٣	٢	٢,٠	٢	٥,٤	٥	١,٢	١		
نقل عن مواقع لبردي	٩	١٠,٥	١٦	١٧,٤	١٦	٥,٤	٢	١٠,٨	١٨	١٠,٣	١	٢٠,٦	٢٠	١٧,٤	١٦	١٠,٥	٩		
الاستخدام	١	١,٢	١	١,١	١	٢١,٦	٨	٤,٢	٧	١٤,٩	١٣	١٠,١	١٠	١,١	١	١,٢	١		
الاجملي	٨٦	١٠٠	١٢٧	١٠٠	٢٢٦	١٠٠	٢٧	١٠٠	١٦٦	١٠٠	٨٧	١٠٠	١١	١٠٠	١٢٧	١٠٠	٨٦		

١,١٩٤,٣٨٠	كا
٠,٧٣٨	معامل التوافق

أظهرت نتائج الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الاستمالات المستخدمة في الإقناع بوجهات النظر الواردة ومسارات البرهنة وذلك عند مستوى معنوية (٠,٠٠٠)، وكانت قيمة كا (١,١٩٤,٣٨٠) بمعامل توافق (٠,٧٣٨)، حيث جاء الموقف الشرعي بطبيعة الحال كأعلى الاستمالات ظهوراً مع الأدلة الشرعية بنسبة (٤٠,٧%) في حين كان الظهور ضعيفاً مع كل من الالتزام بالعادات والتقاليد بنسبة (٤,٢%) والتخلف والجهل بنسبة (٣,٤%) وعدم أهمية الموضوع بنسبة (٢,٧%) وحق المرأة والمساواة بنسبة (١%) فقط ولم يظهر هذا المسار على الإطلاق مع كل من (التحضر والمدنية) و(الفكاهة) و(التغريب).

كانت فكرة التغريب هي الأكثر استخداماً للإقناع بوجهة النظر المعارضة من خلال مسار التحليلات بنسبة (٩٧,١%) تلاه الالتزام بالعادات والتقاليد بنسبة (٦٩,٩%)، في حين كان (حق المرأة والمساواة) في المرتبة الثالثة بنسبة (٦١,٦%)، أما مع مسار تصريحات المسؤولين فكانت نسب الاستمالات المستخدمة معه ضعيفة جداً حيث كانت فكرة (التحضر والمدنية) في المقدمة بنسبة (١٦,٣%)، كما كانت هي أيضاً الأعلى استخداماً مع تصريحات شهود العيان بنسبة (٥,٤%). أما مسار (النقل عن مواقع أخرى) فقد ظهرت معه فكرة (حق المرأة والمساواة) بنسبة (٢٠,٢%) كأعلى نسبة ظهور، في حين لم تظهر فكرة التغريب على الإطلاق. وبالطبع كانت الفكاهة هي أعلى الاستمالات استخداماً مع مسار الاستهزاء بنسبة (٩٨,٨%) في حين ظهرت باقي الاستمالات بنسب ضعيفة وبفارق كبير حيث جاءت فكرة (عدم أهمية الموضوع).

• المحور الرابع: علاقة أساليب المعالجة ومسارات البرهنة

• أساليب المعالجة ومسارات البرهنة

جدول رقم (٤٠) اختبار (Chi-Square) لقياس الفروق بين أساليب المعالجة ومسارات البرهنة المستخدمة في وسوم الدراسة

مستوى المعنوية	درجة الحرية	أساليب المعالجة												مسارات البرهنة		
		الإجمالي		سخرية		استفهامية		استكبارية		تحذيرية		عاطفية			عقلانية	
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		%	ك
٠,٠٠٠	٢٥	١,٧	٢٧	١,٢	١	٠,٠	٠	٠,٠	٠	٠,٠	٢	١١,١	١٧	٢,٨	١٢	أدلة شرعية
		٤٥,٢	٤٤٦	٧,١	٢٢	١٠,٠	٤٢	١٠,١	١١٢	١١,٤	٢٢	١٠,١	١٢	١٠,٠	٢,٨	تحليلات
		١,١	٤١	٠,٠	٠	١,٢	٢	٠,١	٨	١١,١	٤	٢,١	٢	٧,٨	١٠	تصريحات مسؤولين
		١,٢	١٤	٠,٠	٠	٠,٠	٠	١,٢	٢	٠,٠	٠	٠,٠	٠	٢,٤	١١	تصريحات شهود عيان
		٧,٢	٧٨	١,٢	٢	٠,٠	٠	٠,١	٨	٠,١	٢	١,١	١	١١,٤	١٢	نقل عن مواقع أخرى
		٣٠,٨	٣٠٨	٩٢,١	٣٤٨	٠,٠	٠	٨,٢	١٣	٨,٢	٢	٢,١	٢	١,١	٠	الاستهزاء
		١٠٠	١٠٠٠	١٠٠	٣٧٨	١٠٠	٤٤	١٠٠	١٣٨	١٠٠	٣٦	١٠٠	٦٤	١٠٠	٣٠	الإجمالي

٩٤٤,٥٥٤	٢١٤
٠,٦٩٧	معامل التوافق

يشير الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مسارات البرهنة المستخدمة للاستدلال وأساليب معالجة المضامين الواردة في الدراسة، وذلك عند مستوى معنوية (٠,٠٠٠) وكانت قيمة كا (٩٤٤,٥٥٤) ومعامل توافق (٠,٦٩٧)، حيث كانت نسب ظهور مختلف أساليب المعالجة

المستخدمة ضعيفة مع كل من مسارات (الأدلة الشرعية) و(تصريحات المسؤولين) و(تصريحات شهود العيان) و(النقل عن مواقع أخرى) في حين كان ظهورها واضح مع (التحليلات) و(الاستهزاء)، وذلك على النحو التالي:

ظهرت الأساليب الاستهزامية بشكل واضح ومكثف مع مسار التحليلات لتأتي كأقوى علاقة بنسبة (٩٥,٥%) تلاها وبنسب متقاربة كل من الأساليب (الاستنكارية) و(التحذيرية) و(العاطفية) و(العقلانية) بنسب (٧٠,٩%) و (٦٩,٤%) و(٦٥,٦%) و (٦٥%) على الترتيب فيما كان ظهور الأسلوب (الساخر) ضعيفا جدا مع هذا المسار بنسبة (٧,١%) فقط.

جاء الأسلوب (الساخر) مع مسار (الاستهزاء) بنسبة (٩٢,١%) فيما كان ظهور باقي الأساليب ضعيفا جداً، كما جاء الأسلوب العاطفي في المرتبة الأولى من حيث الظهور مع مسار (الأدلة الشرعية) بنسبة (٢٦,٦%) تلاه الأسلوب الاستنكاري بنسبة (٩,٥%) وهو ما يوضح ضعف هذه النسب وبالتالي ضعف استخدام هذه الأساليب، وهي النتيجة ذاتها مع كل من مسار (تصريحات المسؤولين) حيث كانت أعلى نسبة ظهور مع الأسلوب التحذيري بنسبة (١١,١%) ، ومسار تصريحات شهود العيان الذي ظهر مع اقتصر استخدامه مع الأسلوب العقلاني بنسبة (٣,٤%) ثم الأسلوب الاستنكاري بنسبة (١,٣%) ، أما أسلوب النقل عن المواقع الأخرى فقد جاء مع الأسلوب العقلاني في المقام الأول بنسبة (١٩,٤%) ولم يظهر مع الأسلوب الاستهزامي على الإطلاق.

النتائج العامة للدراسة :

● جاء وسم (أشياء في السيارة لا تعرفها المرأة) في المرتبة الأولى من حيث عدد التغريدات بنسبة (٣٢%) نظراً لاعتماده على عدد من التغريدات الساخرة بشكل كبير من قبل المتابعين والمتعلقة بالاستهزاء والاستهزاء من فكرة قيادة المرأة السعودية للسيارة ومعرفتها بالأدوات اللازمة لتعلم القيادة، بينما كان وسم (أفشلو مخطط ٢٦ أكتوبر التغريبي) هو الأقل عدداً بنسبة (١,١%).

● كان الذكور هم الأكثر مشاركة في وسوم الدراسة بنسبة (٦٨,٦%)، كما كانت النسبة الأكبر من هؤلاء المشاركين من الأشخاص العاديين بنسبة (٨٨,١%)، في حين جاءت مشاركات الشخصيات العامة بنسبة (٤,١%) والذين كانوا عبارة عن مجموعة من المشاهير بنسبة (٥٨,٥%)، والكتاب بنسبة (٣١,٧%)، والشخصيات الرئيسية في القضية بنسبة (٩,٨%).

● فكان عدد المشاركين من داخل المملكة (٩٧٣) بنسبة (٩٧,٣%) ، في حين كان عدد المشاركين من خارجها (٢٧) بنسبة (٢,٧%).

● أظهرت الدراسة وجود اتجاه معارض قوي ذو طابع شعبي للقضية مستنداً إلى فكرة الالتزام بالعادات والتقاليد والموقف الشرعي بنسبة (٤٧,٣%)، بينما جاء الاتجاه المحايد بنسبة (٣٥%) ثم الاتجاه المؤيد في المرتبة الأخير بنسبة (١٧,٧%).

● جاءت المشاركات داخل وسوم الدراسة عبارة عن مشاركات أصلية في بنسبة (٩٣,٥%) ، في حين كانت رداً على مشاركات أخرى بنسبة (٦,٥%) من إجمالي عدد تغريدات الدراسة.

● كان المحتوى المعبر عن وجهات نظر المشاركين (إبداء الرأي) هو السائد بشكل واضح بنسبة (٧٠,٥%) من إجمالي تغريدات الدراسة، في حين جاء كل من المحتوى الإخباري

- والاقتباس في المرتبة الثانية بنسبة (١٣,٤%) لكل منهما، أما حالات الإحالة إلى مواقع أخرى فقد جاءت بنسبة (٢,٧%).
- جاءت مشاركات مستخدمي موقع تويتر في الوسوم محل الدراسة مدعومة بمواد مصاحبة بنسبة (٦٧,٣%) وكانت هذه المواد في معظم المشاركات عبارة عن صور بنسبة (٦٣%) في حين جاءت عبارة عن روابط إلكترونية للإحالة إلى مواقع أخرى بنسبة (٢٩,١%) كما جاءت عبارة عن مقاطع فيديو بنسبة (٧,١%) أما المقاطع الصوتية فقد جاءت كمواد مصاحبة بنسبة (٠,٧%) من إجمالي التغريدات الموجود بها مواد مصاحبة، بينما كانت المشاركات موضوع الدراسة غير مدعومة بأي من هذه المواد في (٣٢٧) تغريدة من إجمالي تغريدات الدراسة بنسبة (٣٢,٧%).
 - استخدم المغردون إطار السخرية المغردون بشكل مكثف عن باقي الأطر وذلك بنسبة (٣٥,١%) من إجمالي عدد التغريدات محل الدراسة، تلاه إطار الهجوم بنسبة (١٩,٧%) ثم إطار النقد بنسبة (١٣,٨%)، أما إطار العرض الموضوعي فقد جاء في المرتبة الرابعة بنسبة (١٢%) تلاه إطار الدفاع بنسبة (١١,٢%) في حين جاء كل من إطاري الاستدلال والمسئولية كأقل الأطر استخداماً بنسب (٤,٧%) و (٣,٥%) على الترتيب.
 - تم الاعتماد على أسلوب الفكاهة كأكثر الاستمالات استخداماً بنسبة (٣٣,١%)، وجاءت فكرة الالتزام بالعادات والتقاليد في المرتبة الثانية بنسبة (١٦,٦%)، وأما التغريدات التي اعتمد أصحابها على الاستناد لفكرة عدم أهمية الموضوع فقد جاءت كأقل الاستمالات استخداماً وذلك بنسبة (٣,٧%).
 - كان الأسلوب الساخر هو الأكثر استخداماً في معالجة قضية الدراسة بنسبة (٣٧,٨%)، تلاه الأسلوب العقلاني في المرتبة الثانية بنسبة (٣٢%)، في حين جاءت الأساليب العاطفية والاستفهامية والتحذيرية كأقل الأساليب اعتماداً في معالجة القضية.
 - جاءت التحليلات كأعلى الاستدلالات استخداماً لعرض وجهة النظر بنسبة (٤٥,٦%)، تلاها الاستهزاء بنسبة (٣٦,٨%) وهي نسبة كبيرة تم استخدامها في المعالجات الساخرة، أما باقي الاستدلالات والبراهين فقد جاءت بنسب ضئيلة وبفارق كبير عن المسارين السابقين حيث جاء النقل عن المواقع الأخرى بنسبة (٧,٥%) تلاه استخدام الأدلة الشرعية للاستدلال بنسبة (٤,٧%) ثم تصريحات المسؤولين بنسبة (٤,١%) في حين جاءت تصريحات شهود العيان كأقل البراهين استخداماً بنسبة (١,٣%) فقط من إجمالي عدد التغريدات.
 - اعتمد المشاركون في وسوم الدراسة على اللغة العامية كلغة للخطاب في المرتبة الأولى بنسبة (٦١%) في حين جاء استخدام اللغة الفصحى بنسبة (٣٨,٤%) أما اللغة الأجنبية فقد جاءت في المرتبة الأخيرة بنسبة (٠,٦%) من إجمالي تغريدات الدراسة. أما على صعيد مستوى هذه اللغة من حيث الرقي فقد جاء المستوى المتوسط في المرتبة الأولى بنسبة (٥٥,٧%)، بينما جاء المستوى الراقى في المرتبة الثانية بنسبة (٤١,٨%) أما المستوى المتدني للغة فلم يتم استخدامه إلا في (٢٥) تغريدة فقط من إجمالي عدد التغريدات التي تم تحليلها بنسبة (٢,٥%).

- جاءت نسبة (٥٣,٢%) من التغريدات بدون إعادة نشر، في حين تم إعادة نشر (٣٣١) تغريدة (أقل من ١٠ مرات) بنسبة (٣٣,١%) ، وجاء عدد مرات إعادة نشر ما بين (١٠ إلى أقل من ٥٠ مرة) بنسبة (١٠,٣%)، أما التغريدات التي تم إعادة نشرها (أكثر من ٥٠ مرة) فقد جاءت بنسبة (٣,٤%).
- لم يتم وضع تغريدات الدراسة في مفضلة أي من الأعضاء المشاركين بنسبة (٧٠,٨%)، في حين تم وضعها في مفضلة الأعضاء (أقل من ١٠ مرات) بنسبة (٢٦,١%) ، وما بين (١٠ إلى أقل من ٥٠ مرة) بنسبة (٢,٦%)، و(أكثر من ٥٠ مرة) بنسبة (٠,٥%).
- جاءت التغريدات غير مصحوبة بتعليقات فرعية بنسبة (٧٧,٣%)، وكانت مصحوبة بـ(أقل من ١٠) تعليقات بنسبة (١٨%)، وما بين (١٠ إلى أقل من ٥٠) تعليق بنسبة (٤,٤%)، في حين لم تتعدى التعليقات الفرعية المصاحبة للتغريدات التي خضعت للدراسة عدد ٥٠ تعليق إلا في ٣ تغريدات فقط بنسبة (٠,٣%).
- اقتصر عرض التغريدات في وسم واحد فقط دون مشاركته في أي وسم أخرى بنسبة (٥٩,١%)، في حين تم مشاركة التغريدة في أقل من ثلاث وسم مختلفة عن الوسم الذي خضع للدراسة بنسبة (٢٩%)، وكان عدد المشاركات يتراوح بين ٣ إلى أقل من ١٠ بنسبة (١١,٩%).
- بإجراء اختبار (ف) ثبت وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاه المضمون أو الخطاب ودرجة الاهتمام والتي يعبر عنها كل من (عدد مرات إعادة النشر) و(عدد مرات الوضع في المفضلة) و(عدد التعليقات الفرعية) و(عدد المشاركات في وسم أخرى) وذلك عند مستوى معنوية (٠,٠٠٧) و(٠,٠٠٠) و(٠,٠٢٢) و(٠,٠٠٠) على الترتيب.
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاه الخطاب الوارد في تغريدات الدراسة وسمات عرض هذه التغريدات، وذلك على النحو التالي
 - ثبت وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاه المضمون الوارد في مشاركات مستخدمي موقع تويتر فيما يتعلق بالقضية موضوع الدراسة ولغة هؤلاء المستخدمين باستخدام كل من اختبار (ف) و(كأ^١) ، حيث كانت قيمة (ف) (١٤,٣٥٣) عند مستوى معنوية (٠,٠٠٠) ، كما جاءت قيمة (كأ^١) (٣٧,٥٨٨) عند مستوى معنوية (٠,٠٠٠) بمعامل توافق (٠,١٩٠).
 - تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاه المضمون الوارد في مشاركات المغردين ومستوى لغتهم من حيث كونها لغة راقية أو متدنية باستخدام كل من اختبار (ف) و(كأ^١)، فكانت قيمة (ف) (٤١,٨٧٣) عند مستوى معنوية (٠,٠٠٠) ، وباستخدام معامل (كأ^١) بلغت قيمته (٩٦,٠١٦) وجاء بمعامل توافق (٠,٢٩٦) عند مستوى المعنوية ذاته.

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طبيعة المواد المصاحبة من حيث وجودها واتجاه مضمون تغريدات الدراسة عند مستوى معنوية (٠,٠٠٠) وكانت قيمة كلاً (٣٧,٩٢٥) بمعامل توافق (٠,١٩١).
- ثبت وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين فئات اتجاه المضمون الوارد في وسوم الدراسة ونوع المواد المصاحبة عند مستوى معنوية (٠,٠٠٠) وكانت قيمة كلاً (٦٥,١٦٦) بمعامل توافق (٠,٢٩٧).
- أظهرت نتائج الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاه المضمون الوارد في قضية الدراسة وطبيعة محتوى هذا المضمون عند مستوى معنوية (٠,٠٠٠).
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاه المضمون الوارد في الوسوم المتعلقة بقضية الدراسة والأطر العامة التي اعتمد عليها هؤلاء المستخدمون حيث جاءت قيمة (ف) (١٢٤,٦٣٧) عند مستوى معنوية (٠,٠٠٠).
- تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاه المضمون الوارد في مشاركات مستخدمي موقع تويتر في الوسوم المتعلقة بقضية الدراسة والاستمالات التي تم استخدامها في هذه المشاركات حيث كانت قيمة (ف) (٦٩,٧٢٠) عند مستوى معنوية (٠,٠٠٠).
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاه المضمون الوارد في الوسوم محل الدراسة والأساليب التي تم معالجة القضية بها ، فكانت قيمة (ف) (١٨,١٩٧) عند مستوى معنوية (٠,٠٠٠).
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاه المضمون الوارد في مشاركات الأعضاء المشاركين في موقع تويتر في الوسوم المتعلقة بقضية الدراسة ومسارات البرهنة المستخدمة للاستدلال والإقناع بوجهات نظر أصحاب هذه المشاركات، فكانت قيمة (ف) (٢٨,٢٨٢) عند مستوى معنوية (٠,٠٠٠).
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الأطر المستخدمة للتعبير عن آراء المشاركين في وسوم الدراسة وطبيعة محتوى مضامين هذه الوسوم عند مستوى معنوية (٠,٠٠٠) وقيمة كلاً (٥٦٠,٠٣٧) بمعامل توافق قيمته (٠,٥٩٩).
- ثبت وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الاستمالات المستخدمة للإقناع بوجهات النظر الواردة وطبيعة محتوى التغريدات عند مستوى معنوية (٠,٠٠٠) وكانت قيمة كلاً (٣٨٤,٧٧١) بمعامل توافق (٠,٥٢٧).
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أساليب المعالجة المستخدمة في وسوم الدراسة وطبيعة محتوى هذه الوسوم عند مستوى معنوية (٠,٠٠٠) وكانت قيمة كلاً (٣٧٥,٦٢٣) بمعامل توافق (٠,٥٢٣).
- أثبتت الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مسارات البرهنة المستخدمة في تغريدات الدراسة للاستدلال وطبيعة محتوى هذه الوسوم عند مستوى معنوية (٠,٠٠٠) وكانت قيمة كلاً (٤٧٩,٩٩٢) بمعامل توافق (٠,٥٦٩).
- ثبت وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الاستمالات والأطر المستخدمة عند مستوى معنوية (٠,٠٠٠) حيث كانت قيمة كلاً (١٣٥٣,٧٩٤) بمعامل توافق (٠,٧٥٨).

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أساليب المعالجة المستخدمة في التعبير عن وجهات النظر الموجودة في وسوم الدراسة والأطر العامة التي دارت حولها هذه الوسوم حيث ثبتت هذه الفروق عند مستوى معنوية (٠,٠٠٠) وقيمة كا^٢ (١١٦٨,٩١٥) بمعامل توافق (٠,٧٣٤).
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مسارات البرهنة والأطر المستخدمة عند مستوى معنوية (٠,٠٠٠) وكانت قيمة كا^٢ (٩٧٦,٤٩٧) بمعامل توافق (٠,٧٠٣).
- تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أساليب معالجة مضمون القضية والاستمالات المستخدمة وذلك عند مستوى معنوية (٠,٠٠٠) وكانت قيمة كا^٢ (٩٢١,٨٣٦) بمعامل توافق (٠,٦٩٣).
- أظهرت نتائج الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الاستمالات المستخدمة في الإقناع بوجهات النظر الواردة ومسارات البرهنة وذلك عند مستوى معنوية (٠,٠٠٠) ، وكانت قيمة كا^٢ (١,١٩٤,٣٨٠) بمعامل توافق (٠,٧٣٨).
- ثبت وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مسارات البرهنة المستخدمة للاستدلال وأساليب معالجة المضامين الواردة في الدراسة، وذلك عند مستوى معنوية (٠,٠٠٠) وكانت قيمة كا^٢ (٩٤٤,٥٥٤) ومعامل توافق (٠,٦٩٧).

هوامش الدراسة ومراجعها :

- ⁱ Christine Ogan (2007) Communication Technology and Global Change. In Carolyn A. Lin, David J. Atkin : Communication technology and social change: theory and implications (NJ: Lawrence Erlbaum Associates. Inc) p p 29-30
- ⁱⁱ For further details about Mass Media and Change review:
- Karin Gwinn Wilkins (2000) Redeveloping Communication for Social Change: Theory, Practice, and Power. (Rowman & Littlefield)
 - Wilbur Lang Schramm (1964) Mass Media and National Development: The Role of Information in the Developing Countries. (Stanford University Press)
 - Elihu Katz, Tamás Szecskö (1981) Mass media and social change. (Sage)
- ⁱⁱⁱ For further details about social Media and Change review:
- Brady Wagoner, Eric Jensen, Julian A. Oldmeadow (2012) Culture and Social Change: Transforming Society Through the Power of Ideas. (IAP)
 - Mohan J. Dutta (2011) Communicating Social Change: Structure, Culture, and Agency. (Taylor & Francis)
 - Mohan J. Dutta (2012) Voices of Resistance: Communication and Social Change. (Purdue University Press)
 - Allison Fine (2006) Momentum: Igniting Social Change in the Connected Age. (John Wiley & Sons)
- ^{iv} <http://www.thesocialclinic.com/saudi-arabia-ranks-7th-on-twitter-worldwide/>
- ^v <http://www.arabsocialmediareport.com/Twitter/LineChart.aspx>
- ^{vi} <http://www.thesocialclinic.com/the-state-of-social-media-in-saudi-arabia-2013/>
- ^{vii} آلاء بنت سعود الزومان، تعرض الشباب السعودي للشبكات الاجتماعية.. دراسة وصفية ميدانية على عينة من الطلاب والطالبات الجامعيين في مدينة الرياض. (ورقة مقدمة للمنتدى السنوي السادس للجمعية السعودية للإعلام والاتصال تحت عنوان: "الإعلام الجديد .. التحديات النظرية والتطبيقية، جامعة الملك سعود، الرياض، ٢٤-٢٣ جمادى الأولى ١٤٣٣ هـ ١٦-١٥ أبريل ٢٠١٢.
- ^{viii} Gleason, B. (2013). #Occupy Wall Street: Exploring Informal Learning About a Social Movement on Twitter. *American Behavioral Scientist*, 57(7), 966-982
- ^{ix} Guo, C., & Saxton, G. D. (2014). Tweeting Social Change: How Social Media Are Changing Nonprofit Advocacy. *Nonprofit & Voluntary Sector Quarterly*, 43(1), 57-79
- ^x Fuchs, C. (2014). Digital prosumption labour on social media in the context of the capitalist regime of time. *Time & Society*, 23(1), 97-123.
- ^{xi} Christensen, C. (2011). Discourses of Technology and Liberation: State Aid to Net Activists in an Era of 'Twitter Revolutions'. *Communication Review*, 14(3), 233-253
- ^{xii} Levickaitė, R. (2010). GENERATIONS X, Y, Z: HOW SOCIAL NETWORKS FORM THE CONCEPT OF THE WORLD WITHOUT BORDERS (THE CASE OF LITHUANIA). *Limes*, 3(2), 170-183.

- ^{xiii} Yoo, Sung Woo. and Gil de Zuniga, Homero. Dinner Table or Party Talk? Connecting Blog, Facebook, Twitter With Gaps in Knowledge and Participation Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association, Sheraton Phoenix Downtown, Phoenix, AZ, May 24, 2012
- ^{xiv} Xu, Weiai., Blasiola, Stacy. and Sang, Yoonmo. "Profiling Opinion Leaders in Twitter Discussion Network: The Case of the Wisconsin Recall Election" Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association, Hilton Metropole Hotel, London, England, Jun 17, 2013
- ^{xv} Lim, M. (2012). Clicks, Cabs, and Coffee Houses: Social Media and Oppositional Movements in Egypt, 2004-2011. *Journal Of Communication*, 62(2), 231-248
- ^{xvi} Jansen, F. (2010). Digital activism in the Middle East: mapping issue networks in Egypt, Iran, Syria and Tunisia. *Knowledge Management For Development Journal*, 6(1), 37-52.
- ^{xvii} عبير إبراهيم محمد عزي، "وسائل الإعلام التقليدية والجديدة والمجال العام، دراسة تطبيقية على قضايا الحريات". رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠٠٩.
- ^{xviii} Markus Sabadello (2011), The role of new media for democratization process in the Arab world.(Project Danube Publications) available on web at: <http://projectdanube.org/wp-content/uploads/2011/10/The-Role-of-New-Media-for-the-Democratization-Processes-in-the-Arab-World.pdf>
- ^{xix} Diseree Simonetti(2011), the Arab Spring with a female focus: challenging European public opinion in the Middle East. (Institute for Cultural Diplomacy) Available on web at: <http://www.cd-n.org/participant-papers/2011-09-www/the-Arab-Spring-with-a-Female-Focus-Challenging-European-Public-Opinion-on-the-Middle-East-Desiree-Emilie-Simonetti.pdf>
- ^{xx} Rebecca B. Rubin, Alan M. Rubin, Paul M. Haridakis, Linda J. Piele (2009) *Communication Research: Strategies and Sources*. (Boston : Wadsworth, Cengage Learning) p 198
- ^{xxi} Rogers, R. (2004) *An Introduction to Critical Discourse Analysis in Education*. (Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum) p 2
- ^{xxii} Rambe, P. (2012). Critical discourse analysis of collaborative engagement in Facebook postings. *Australasian Journal of Educational Technology*, 28(2), 295-314
- ^{xxiii} تم عرض الاستمارة على عدد من أساتذة الاتصال ، وهم:
١. د. محمد القعاري- رئيس قسم الصحافة بجامعة صنعاء.
 ٢. د. أحمد سمير- المدرس في كلية الإعلام جامعة الأزهر.
- ^{xxiv} Hauser, Gerard (June 1998), Vernacular Dialogue and the Rhetoricity of Public Opinion,(*Communication Monographs* 65 (3): 83–107) p 86,
- ^{xxv} Habermas, Jürgen (German(1962)English Translation 1989), *The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society*, (Thomas Burger, Cambridge Massachusetts: The MIT Press) p. 30
- ^{xxvi} Habermas, Jürgen (1989), *The Public Sphere: An Encyclopedia Article*. In *Critical theory and Society. A Reader*, ed. Stephen E. Bronner and Douglas Kellner, 136-142., (New York: Routledge), p. 136
- ^{xxvii} عبير إبراهيم محمد عزي (مرجع سابق) ص ٨

- xxviii Habermas, Jürgen (2006), Political Communication in Media Society: Does Democracy Still Enjoy an Epistemic Dimension? The Impact of Normative Theory on Empirical Research1 Communication Theory 16 (4): 411-426., (Communication Theory), p. 416
- xxix Jürgen Habermas (1987) The Theory of Communicative Action: Lifeworld and system : a critique of functionalist reason (Boston :Beacon Press)
- xxx Jürgen Habermas, Maeve Cooke , (2000) On the Pragmatics of Communication. (MA: MIT press) 315+
- xxxi For details review :
Habermas' heritage: The future of the public sphere in the network society by Pieter Boeder
First Monday, Volume 10, Number 9 - 5 September 2005
<http://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/1280/1200>
- xxxii Bernie Hogan and Anabel Quan-Haase Persistence and Change in Social Media Bulletin of Science, Technology & Society October 2010 30: 309-315
- xxxiii Micheal mac an Airchinnigh (2007) Let Me Tell You Something About (Y)our Culture. In Luo Qi (Edior) Communications in computer and information science(Berlin : Springer) pp 31-45
- xxxiv أحمد سمير حماد (٢٠١٠) المجتمعات الافتراضية العربية على الإنترنت: دراسة تحليلية لأبعاد الاتصال الاجتماعي العربي عبر الويب. (دكتوراه: غير منشورة، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون) ص ص ١١١-١١٢
- xxxv مجموعة من الكتاب (١٩٩٧) نظرية الثقافة. ترجمة على سيد الصاوي (الكويت: المجلس الوطني للثقافة والعلوم والآداب، سلسلة عالم المعرفة، العدد ٢٢٣) ص ١٢٣
- xxxvi Vincent Miller, New Media, Networking and Phatic Culture. Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies November 2008 14: 387-400
- xxxvii Alice E. Marwick and danah boyd, I tweet honestly, I tweet passionately: Twitter users, context collapse, and the imagined audience New Media & Society February 2011 13: 114-133, first published on July 7, 2010