

اتجاه النخبة المصرية نحو شبكات التواصل الاجتماعي كإحدى
آليات الحراك السياسي داخل المجتمع
دراسة ميدانية

إعداد

د. نجلاء الجمال

المعهد العالي للإعلام بأكاديمية الجزيرة

مقدمة:

فى إطار حالة الحراك السياسى التى شهدناها وما زال يشهدها المجتمع المصرى منذ أحداث ثورة ٢٥ يناير، ثم مجئ تيار الإسلام السياسى المتمثل فى الإخوان المسلمين إلى الحكم ثم الثورة عليه فى ٣٠ يونيو، يلاحظ فى خضم هذه الأحداث ضعف الوسائط السياسية ممثلة فى الأحزاب والنقابات وتنظيمات المجتمع المدنى..، والإعلامية ممثلة فى الإعلام التقليدى (خاصة الحكومى منه)، كما أن غالبية النخب - على اختلاف أنواعها- لم يكن لها الدور الطليعى فى إحداث هذا الحراك السياسى بقدر ما انصب دورها على محاولة اللحاق بركب التغيير فى المجتمع والذى جاء تحت قياده تحرك شعبى اتسم بالعفوية والسلمية ليقود هذه الحالة من الحراك المجتمعى.

وعلى صعيد آخر يزغ "الإعلام الجديد" متمثلاً فى شبكة الإنترنت بتطبيقاتها المختلفة بشكل عام وشبكات التواصل الاجتماعى على وجه الخصوص كإحدى الآليات التى تم الاعتماد عليها لإحداث هذا الحراك السياسى، وذلك بما أتاحتها من ساحات لتبادل الآراء بحرية تامة وبدون أية قيود وهو ما أرسى ثقافة جديدة للتغيير أحدثت حراكاً سياسياً واجتماعياً وثقافياً على نحو بارز بالمجتمع.

وفى الوقت الذى يعظم فيه الكثيرون من دور هذه الوسائط الاتصالية الحديثة فى عملية التغيير وما شهدته المجتمع من عملية حراك سياسى واضح خاصة فى ظل غياب دور الوسائط السياسية والإعلامية التقليدية والتى أخفقت فى إنتاج مشروع نهضوى لبناء دولة ديمقراطية حديثة، نجد على صعيد آخر ما يؤكد على أن هذه الوسائط الحديثة ما كانت لتصنع عمليات التغيير والحراك المجتمعى بمفردها ما لم تتوافر لها البيئة التى أهلتها لذلك، ومن ثم فهم يرفضون هذا الاتجاه المؤيد لكون هذه الوسائط الاتصالية الحديثة هى المحرك الرئيسى والأوحد لعمليات التغيير والحراك المجتمعى.

وقد جاءت نتائج الدراسات الإعلامية فى هذا الشأن مؤكده على حاله الانقسام حول حدود دور الإعلام الجديد بشكل عام ومواقع التواصل الاجتماعى على وجه الخصوص فى إحداث حالة الحراك السياسى بالمجتمع ما بين مؤيد تأييد كامل لهذا الدور وما بين رافض لهذا الطرح بشكل كلى، فضلاً عن يتخذ موقف وسطى فيراها فى إطار كونها إحدى الآليات المسؤولة عن إحداث عملية الحراك السياسى وليست السبب المباشر فيه^(١).

وبشكل عام يمكن القول بأنه ازداد الاهتمام بقضايا الشبكات الاجتماعية، والمجتمع الافتراضى منذ أن أصبحت الإنترنت بتفاعلاتها جزءاً من الحياة اليومية للملايين من البشر، ولم يعد مصطلح "المجتمع الافتراضى" من المفاهيم التى تستوقف الانتباه عند سماعه، إذ أصبح ذا عمومية وانتشار، ليس على المستوى والتحليلات العلمية، ولكن أصبح مفهوماً متداولاً عن العديد من المستخدمين لشبكة الإنترنت^(٢). ولقد ظهر المجتمع الافتراضى، كإطار للحراك الاجتماعى استخدمته جماعات شبابية محلية دفعتها تطورات الأحداث إلى النزول إلى أرض الواقع للمطالبة بالحقوق والإصلاحات، وبالتالي أصبحت شبكة الإنترنت مجالاً للتعبئة السياسية فى ظل القيود المفروضة على الواقع، واتخذت فى إطارها الحركات النضالية الجديدة أشكالاً عديدة أبرزها التجمع على صفحات "الفيس بوك" و"تويتر".

ومن خلال رصد الواقع يمكن القول بأن هذه الشبكات الاجتماعية مثلت مساحة غير محدودة للناشطين عليها، وأنها قد جعلتهم بالفعل يتجاوزون معظم المعوقات التى تحد من أفكارهم ونشاطهم، وفى الوقت نفسه تحول هذا الفضاء الافتراضى إلى حلبة صراع بين الاتجاهات الفكرية والأطراف السياسية المختلفة، يسعى فى إطاره كل طرف لإثبات وجهة نظره.

وتهدف هذه الدراسة إلى التعرف على رؤية عينة من النخبة المصرية من المستخدمين لوسائل الإعلام الجديد بشكل عام وللمواقع التواصل الاجتماعى تحديداً لحدود دور هذه الشبكات الاجتماعية فى عملية

الحراك السياسي التي يعيشها المجتمع المصري مؤخراً والتي أسفرت عن ثورتين الفارق الزمني بينهما ليس بالطويل زمنياً، وفي هذا الصدد يجب التأكيد على أن المستوى الفكري والثقافي والخبرة الواسعة والاحتكاك بالثقافات الأخرى وغيرها من الصفات التي تميز أي صفة بالمجتمع من المفترض أن تؤهلها للحكم على الأمور من منظور تقييمي.

حيث إنه من المعتاد أن ينظر إلى صفة المجتمع باعتبارهم يؤلفون الفئة الصغرى التي تسهم إسهاماً مباشراً في خلق الأفكار وانتقالها ونقدها وتأسيس منظومات القيم وحمايتها وتطويرها، بالإضافة إلى تطوير المجتمع عن طريق التغيير الاجتماعي، وبالرغم من اشتغال هذه الفئة بشكل عام على الكتاب والفنانين والعلماء والفلاسفة، والمفكرين الدينيين وأصحاب النظريات الاجتماعية والمحليلين السياسيين، إلا أنه من الصعب تعيين حدود هذه الفئة بدقة، غير أن سماتها المميزة، هي الاهتمام المباشر بثقافة المجتمع، وهو ما يجعلها واضحة بما فيه الكفاية^(٧).

كما تتطرق الدراسة أيضاً للتعرف على طبيعة الاستخدام السياسي من جانب الصفة لشبكات التواصل الاجتماعي، فضلاً عن محاولة الاستفادة من آرائها وتوجهاتها خاصة في الفترة المقبلة والتي يأمل الجميع أن تشهد نوعاً من أنواع المصالحة الوطنية، وبناء المجتمع على أسس ديمقراطية سليمة.

- الدراسات السابقة:

والتي تم تقسيمها إلى محورين رئيسيين وهما:

١- دراسات حول شبكات التواصل الاجتماعي كأدوات للحراك والتغيير السياسي:

- دراسة Tamir Sheaffer, Elad Segev, Gadi Wolfsfeld (2013)^(٨): والتي دارت حول التعرف على دور شبكات التواصل الاجتماعي في عملية الحراك السياسي المرتبطة بثورات الربيع العربي، وقد اعتمدت الدراسة على تجميع البيانات الخاصة بها من ٢٠ دولة عربية، وفي هذا الصدد توصلت الدراسة إلى أنه لا يمكن فهم دور الإعلام الاجتماعي في تحريك هذه الثورات دونما الأخذ في الاعتبار البيئة السياسية التي تعمل هذه الوسائل في إطارها، الأمر الآخر أن التصاعد في استخدام الإعلام الاجتماعي من قبل الجمهور قد سبقه بالفعل كم كبير من الأنشطة الاحتجاجية وهو ما يعنى في النهاية أن الاستخدام المتصاعد للإعلام الاجتماعي في إطار ثورات الربيع جاء كرد فعل لاحق على الاحتجاجات السياسية وليس حاشداً لها.

- دراسة حاتم العلوانة (٢٠١٢)^(٩): وقد هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في حشد المواطنين الأردنيين للمشاركة في فعاليات الحراك السياسي المطالب بالإصلاح والتغيير في الأردن، وهي الاحتجاجات التي اندلعت في الأردن في مطلع عام ٢٠١١ متأثرة بموجة الاحتجاجات العربية العارمة فيما عرف بـ "الربيع العربي" واستمرت لعدة أسابيع، وتوصلت الدراسة إلى أن النسبة الأكبر من أفراد عينة الدراسة يستخدمون بالفعل مواقع التواصل الاجتماعي للتعبير لأنها تتيح فرص التعبير عن الرأي بحرية، وأن حوالي نصف عينة الدراسة يشاركون في الحراك الجماهيري الذي يطالب بإجراء الإصلاح والتغيير في الأردن من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، وقد تصدرت المطالبة بإصلاحات دستورية قائمة بموضوعات الحراك الجماهيري التي شارك بها الجمهور عبر مواقع التواصل الاجتماعي، تلتها المطالبة بإصلاحات سياسية واقتصادية واجتماعية، فضلاً عن عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين السمات الديموجرافية للجمهور من عينة الدراسة وبين المشاركة في الحراك الجماهيري عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

- دراسة رضوان بلخيري (٢٠١٢)^(١٠): والتي هدفت إلى دراسة مندييات الدردشة الإلكترونية متمثلة في موقع Facebook ودورها في إحداث حالة الحراك السياسي في المجتمع الجزائري، وفي هذا الصدد

توصلت الدراسة لعدد من النتائج منها: بالنسبة للدوافع التي يستخدم من أجلها الأفراد منتدى الدردشة الإلكترونية "فيسبوك" تمثلت فيما يلي: التعلم والتثقيف، ثم الترفيه، ثم التعارف، وأخيراً التواصل مع الأقارب، في حين تمثلت العوامل التي اجتذبت الأفراد إلى "الفيسبوك" فيما يلي: "حرية التعبير في كل المواضيع"، ثم "إمكانية الالتقاء والتعرف بأشخاص لهم نفس اهتماماتنا"، ثم "الطابع الحميمي للنقاشات"، ثم "عامل إخفاء الهوية"، وأخيراً "انعدام الرقابة والحوجز الاجتماعية"، كما توصلت الدراسة إلى اعتبار منديات الدردشة فضاءً للتفاعل والاتصال عن بعد، الشيء الذي أدى إلى نشأة علاقات كثيرة، منها ما بقي افتراضياً ومنها ما تحول إلى علاقة حقيقية مباشرة وتجسد في الواقع، ولذلك فهي أداة لإقامة روابط بين الأفراد ولتشكيل النسيج الاجتماعي، كما توصلت هذه الدراسة إلى أن منتدى الدردشة الإلكترونية "فيسبوك" قد تم استغلاله من عدة أطراف وجماعات، وذلك كمنبر للترويج لإيديولوجياتها وأفكارها وأنها تعد أدوات فعالية لإحداث حالة الحراك السياسي في المجتمع الجزائري.

- دراسة زهير عايد (٢٠١٢) (٧): والتي هدفت إلى التعرف على دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام نحو التغيير السياسي والاجتماعي في المجتمع الفلسطيني وتأثير ذلك على الأزمة السياسية الفلسطينية، إضافة إلى التعرف على دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام الفلسطيني وتكوينه، وقد طبقت الدراسة على عينة من طلبة الجامعات الفلسطينية بقطاع غزة ممن يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بالفعل، وتوصلت الدراسة لعدد من النتائج منها: جاء مستوى دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام نحو التغيير الاجتماعي والسياسي متوسطاً، وأن الطلاب من عينة الدراسة يرون "أنها تقوم بدور فعال في تعزيز السلم المجتمعي" في المرتبة الأولى، بينما يرون أن دورها منخفضاً في "حل كثير من المشكلات الاجتماعية والسياسية" في المرتبة الأخيرة، كما توصلت الدراسة إلى أن أكثر القضايا التي يتم مناقشتها على مواقع التواصل الاجتماعي هي "حرية الرأي والتعبير في المجتمعات المختلفة".

- دراسة عبد الله ممدوح (٢٠١٢) (٨): والتي هدفت إلى الوقوف على الدور الذي لعبته شبكات التواصل الاجتماعي في الحشد للتغييرات السياسية الكبيرة التي حدثت في تونس ومصر، وتوضيح عملها كأدوات ساهمت إلى حد كبير في صناعة وتحريك الأحداث وتغيير الواقع وذلك من وجهة نظر عينة من الصحفيين الأردنيين، وفي هذا الصدد توصلت الدراسة إلى ارتفاع دور مواقع التواصل الاجتماعي في التعبئة والتحريض على هذه الاحتجاجات، وفي مقاومة الرقابة والحجب التي يقوم بها الإعلام الرسمي، فضلاً عن دورها في التأثير على الرأي العام المحلي والإقليمي والدولي، وكذلك تأثيرها على وسائل الإعلام التقليدية.

- دراسة مبارك زودة (٢٠١٢) (٩): والتي هدفت إلى التعرف على الدور الذي لعبه الإعلام الاجتماعي في صناعة الرأي العام التونسي إبان الثورة التونسية، وذلك بالتطبيق على عينة من الشباب الجامعي التونسي، وتوصلت الدراسة إلى أن أكثر من ثلثي المبحوثين يرون أن وسائل الإعلام الاجتماعي تعبر عن الواقع بصدق، وأكثر من ثلثي المبحوثين يرون أن المدونين قادرين على تغيير النظام، وأن أكثر من نصف المبحوثين كانوا يتعرضون بصفة دائمة لمواقع الإعلام الاجتماعي أيام الثورة التونسية، وأكثر من نصف المبحوثين ينشرون تعليقات وكتابات، وأخيراً ساهمت مواقع الإعلام الاجتماعي في صناعة الرأي العام التونسي وتوجيهه صوب خدمة مصالح الثورة التونسية، لكنها لم تصنع الثورة التونسية وإنما ساهمت بشكل فعال ومباشر في إنجاحها.

- دراسة عبد الرزاق الدليمي (٢٠١١) (١٠): والتي هدفت إلى التعرف على دور "الفيس بوك" في عملية الحراك السياسي والذي قاد إلى عمليات التغيير في تونس ومصر، وباستخدام المنهج الوصفي التحليلي توصلت الدراسة إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي وعلى رأسها "الفيس بوك" قد ساهمت في

إنجاح ثورتى تونس ومصر، لأنها سهلت من عملية التواصل بين الناس واختصرت المسافات بينهم، وأن هذه الوسائل عملت على إثارة وعى الجمهور وتوجيهه نحو سلوكيات معينة، وذلك بزيادة المعلومات المرسلة للتأثير على القطاعات المستهدفة من الجمهور، وبيئت أن تنظيم الاحتجاجات عبر "الفييس بوك" وغيره من مواقع التواصل الاجتماعي لإحداث التغيير الاجتماعي من خلال نشاطات قليلة الكلفة، أدى إلى تعريض المشاركين فى هذه الاحتجاجات إلى خطر التهديد بالعنف، وإلى الإستخدام الفعلى للعنف أيضاً.

- دراسة مراد خورشيد (٢٠١١) (١١): والتي هدفت إلى التعرف على دور شبكات التواصل الاجتماعي فى تنشيط عملية الحراك السياسى بين الشباب العربى وذلك من خلال تعبئته للمشاركة فى ثورات الربيع العربى، وخلصت الدراسة إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي قد أصبحت محطات حشد للمشاركة فى الحراك السياسى، وأنها كسرت حاجز الخوف، وحولت العمل السياسى السرى إلى نشاط علنى، وقامت بدور التعبئة الأيديولوجية للثورات، وحققت حضورها فى نشر أفكار الثورات وتبنى مطالب الثوار والترويج لهذه المطالب، كما أوضحت الدراسة أن هذه المواقع أدت دوراً كبيراً فى التنسيق بين الثوار، وتم توظيفها فى مسألة "التشبيك" بين المجموعات السياسية وتنظيم الاعتصامات، وأنها ساهمت فى تغيير الصورة النمطية للشباب العربى، إذ حولته من شباب كان يوصف بالسطحية، إلى شباب فاعل يتوق للحرية والكرامة والتغيير، وأن حجم تأثير شبكات التواصل الاجتماعي يتناسب طردياً مع نهضة المجتمع التكنولوجية والمعرفية، وأنها شبكات اتصال اجتماعية تتيح لجميع المشاركين التنسيق والتواصل بحرية مطلقة والمشاركة فى صنع الأحداث ومتابعتها وكسر حاجز الخوف، وأنها قد حولت العمل السياسى السرى إلى نشاط علنى بالفعل.

- دراسة Peisker, M. (٢٠١١) (١٢): والتي هدفت إلى التعرف على تأثير شبكات التواصل الاجتماعي كأحد اشكال الإعلام الجديد فى عملية الحراك السياسى التى حدثت فى كل من مصر وتونس، وفى هذا الصدد توصلت الدراسة إلى اعتبار شبكات التواصل الاجتماعي إحدى أهم أدوات الحراك السياسى فى حالة توافق عوامل ومتغيرات سياسية واجتماعية تتادى بهذا التغيير كالتشاور والفساد مثلاً، وأن شبكات التواصل الاجتماعي بما تتيحه من تفاعلية ومشاركة تخلق مساحات لتبادل الآراء بحرية تامة وهو ما يعمل على توازن المعرفة بين المشاركين، وأن قدرة شبكات التواصل الاجتماعي على إحداث التغيير فى المجتمع تتوقف على طبيعة المجتمع نفسه، كما أن هذه الشبكات الاجتماعية وسعت بالفعل من فرص وصول المشاركين فيها إلى الحقائق وهو ما أسهم بالفعل فى إحداث التغيير.

- دراسة II, D. Ingenito (2010) (١٣): والتي هدفت إلى محاولة فهم أنواع الخطاب السياسى للمجموعات السياسية المختلفة على شبكات التواصل الاجتماعي ودورها فى عملية الحراك السياسى الفعلى على أرض الواقع وذلك من خلال عملية تحليل مضمون لعشرين مجموعة "جروب" Group مختلفة على "الفييس بوك" تم اختيارها بشكل عشوائى، وتوصلت الدراسة لعدد من النتائج أهمها: مثلت هذه المجموعات منتديات من الحوار النشط المفتوح، وهو ما يمكن اعتبارها بمثابة خطوة على طريق الديمقراطية وتبادل الحوار الفعال والذى يتطرق فى كثير من الحالات إلى التنفيذ الفعلى وبالتالي إحداث حالة الحراك والتغيير المنشود فى المجتمع.

- دراسة Conroy, M., Feezell, J., and Guerrero, M. (2009) (١٤): والتي هدفت إلى التعرف على تأثير شبكات التواصل الاجتماعي وعلى الأخص "الفييس بوك" فى تقوية المشاركات السياسية للجمهور الأمريكى فى العديد من المواقف والحالات التى تستدئ المشاركة السياسية، وقد اعتمدت الدراسة على تحليل المضمون لعدد من صفحات المجموعات السياسية على "الفييس بوك" وتوصلت إلى: عرض هذه الصفحات للمعلومات عليها من خلال عدة مصادر مختلفة وليس من خلال مصدر أحادى، وإنها فى كثير من الأحيان قد تاجأ إلى نشر روابط مواقع إضافية سياسية مفيدة، كما توصلت الدراسة

أيضاً إلى أن المحتوى السياسي الذي عرض على هذه المواقع وإن كان مفيداً في العموم في تقديم وعرض معلومات جديدة إلا أنها في الوقت نفسه تبدو هذه المواقع غير فعالة في تفعيل المشاركات السياسية وذلك بسبب المناقشات منخفضة النوعية التي تتم عليها في كثير من الأحيان.

٢- دراسات حول علاقة النخبة بالإعلام الجديد:

- دراسة Eric Carlsson, Bo Nilsson (2013)^(١٥): والتي هدفت إلى التعرف على نمط العلاقة التي تربط بين عينة من الصفوة السياسية في بلدة Västerbotten بدولة السويد والإعلام الجديد، وذلك من خلال محاولة التعرف على كيف يرتبط هؤلاء السياسيون بتكنولوجيا المعلومات الرقمية ووسائل الإعلام الجديدة، ورويتهم لدور الإعلام الجديد في إطار المطالبة المستمرة بالمزيد من الديمقراطية، ومدى مساهمة الإعلام الجديد في تطوير مهنية هؤلاء السياسيين، وفي هذا الصدد توصلت الدراسة لعدد من النتائج أهمها أن وسائل الاتصال الحديثة المتمثلة في الإنترنت بتطبيقاتها المختلفة وعلى رأسها شبكات التواصل الاجتماعي قد ساهمت بالفعل في تطوير شخصية وهوية حوالية نصف أفراد عينة الدراسة من النخبة السياسية وأنها قد ساهمت في تطوير خطاب شعبي يناسب الحياة الرقمية الجديدة ويناسب نمط الحياة الذي تسيطر عليه وسائل الاتصال الحديثة، كما رأت النسبة الأكبر من أفراد عينة الدراسة أن مهنتهم قد تأثرت بالفعل باستخدامهم المكثف للإعلام الجديد (Carlsson & Nilsson, 2013, pp

117 – 135)

- دراسة محمد برغل (٢٠١٢)^(١٦): والتي هدفت إلى التعرف على اتجاهات أساتذة علوم الإعلام والاتصال في الجزائر نحو تقنية النشر الإلكتروني بما يتضمنه هذا النشر من نشر الآراء والتوجهات السياسية على المواقع المختلفة بشبكة الإنترنت، وتوصلت الدراسة إلى أن أكثر من نصف أفراد العينة يمتلكون فضاءً إلكترونيًا على شبكة الإنترنت تمثل في المواقع الشخصية وكذلك مدونات، وأنهم قاموا بالفعل باستخدامها في نشر آرائهم وتوجهاتهم المتعلقة بالقضايا المختلفة، فضلاً عن بروز عملية النشر العلمي (أي للمحتوى العلمي) بالدرجة الأولى والذي أظهر تفاعلاً مع الجمهور المنطلق عبر هذه المواقع الشخصية، وأخيراً فإن النسبة الأكبر من أفراد العينة جاءت درجة تقنيتهم "متوسطة" في شبكة الإنترنت بشكل عام وشبكات التواصل الاجتماعي على وجه الخصوص.

- دراسة Ivan B. Dviko (2012)^(١٧): والتي هدفت إلى التعرف على أهم الأخبار المنشورة على موقع "اليوتيوب" المتعلقة بالانتخابات الرئاسية الأمريكية عام ٢٠٠٨ التي قام برفها أفراد من النخبة الأمريكية وغيرهم من غير النخبة، ومع إجراء تحليل مضمون للفيديوهات السياسية الأكثر شهرة والمنشورة على موقع "اليوتيوب" تبين أن أفراد النخبة كانوا هم المسيطرين على مصادر هذه الفيديوهات السياسية وعن تدفق الأخبار السياسية بشكل عام عبر موقع "اليوتيوب"، بينما أنصب دور الأفراد من غير النخبة على مجرد إعادة نشر هذه الفيديوهات، وبالتالي تعكس الدراسة دور أفراد النخبة على مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في توجيه الرأي العام في المجال السياسي وذلك من خلال ما تبثه على هذه المواقع من فيديوهات وآراء مؤثرة على الجمهور.

- دراسة بارعة شقير (٢٠٠٩)^(١٨): حول واقع استخدامات عينة من الصفوة الأكاديمية من أساتذة جامعة دمشق للإنترنت بتطبيقاتها المختلفة وعلى رأسها شبكات التواصل الاجتماعي، وقد أظهرت الدراسة أن النسبة الأكبر من الأساتذة يستخدمون الإنترنت بالفعل في العديد من المجالات، إلا أن مجال البحث العلمي تصدر هذه الاستخدامات، فيما جاء الاستخدام السياسي للإنترنت وتطبيقاتها المختلفة في مرتبة أقل من مرتبة الاستخدام العلمي للإنترنت بتطبيقاتها المختلفة، وتمثلت باقي مجالات استخدامات الإنترنت المختلفة لدى أساتذة الجامعة في استخدام البريد الإلكتروني، وقراءة الصحف الإلكترونية، وبشكل عام تشير الدراسة إلى تدنى الاستخدامات الترفيهية لشبكة الإنترنت بشكل عام.

- دراسة شريهان توفيق (٢٠٠٩) (١٩): والتي استهدفت التعرف على أهم العوامل المؤثرة على التماس المعلومات السياسية من شبكة الإنترنت، وذلك بالتطبيق على عينة من الصفوة المصرية بمحافظة سوهاج واسيوط، وقد تمثلت هذه الصفوة في صفوة سياسية وأكاديمية وإعلامية وقيادات من العمل الأهلي، كما هدفت الدراسة أيضاً إلى التعرف على طبيعة استخدامهم السياسي لهذه الشبكة مقارنة باستخداماتهم الأخرى لها، وفي هذا الصدد توصلت الدراسة لعدد من النتائج منها: جاءت تطبيقات الإنترنت الأكثر استخداماً كالتالي: "استخدام البريد الإلكتروني"، تليها "الصحف الإلكترونية"، ثم "مواقع البحث العلمي" في المرتبة الثالثة، كما أوضحت الدراسة الأهمية الكبرى للمضامين السياسية التي تصدرت قائمة اهتمامات الصفوة تلتها العلمية ثم الثقافية ثم الاجتماعية ثم الاقتصادية ثم الدينية مع تراجع الاهتمام بالمضامين الترفيهية، ومثل دافع "الحصول على المعلومات" أهم دوافع لاستخدام شبكة الإنترنت من قبل أفراد الصفوة من عينة الدراسة، كما أوضحت الدراسة أن النسبة الأكبر من أفراد عينة الدراسة لديهم اتجاه إيجابي تجاه المضامين السياسية على الإنترنت.

- دراسة إيمان أبو جبه (٢٠٠٧) (٢٠): والتي هدفت إلى التعرف على اتجاهات النخبة الفلسطينية نحو متابعة الصحافة الإلكترونية وذلك بالتطبيق على عينة من الأكاديميين بجامعة غزة، وفي هذا الصدد توصلت الدراسة إلى أن النسبة الأكبر من عينة الدراسة تستخدم بالفعل الصحافة الإلكترونية بشكل دائم، وفي الوقت نفسه توصلت الدراسة إلى تدني ثقة النسبة الأكبر من عينة الدراسة في الصحافة الإلكترونية مقابل الصحافة التقليدية، وجاءت الاستخدامات السياسية في مقدمة استخدامات النسبة الأكبر من عينة الدراسة للصحافة الإلكترونية، تلتها الاستخدامات الثقافية ثم العلمية، كما تصدرت المواقع التابعة للقنوات التلفزيونية أعلى نسب التفضيل، وتصدرت ميزة "الأنية" أهم الميزات التي يفضلها أفراد النخبة في المواقع الإلكترونية التي يستخدمونها.

- دراسة مرفت انطرايشي (٢٠٠١) (٢١): حول اعتماد عينة من الصفوة النسائية المصرية على الصحف الإلكترونية في الوعي بالقضايا البيئية، وقد بلغت عينة الدراسة ٥٠ مفردة من الصفوة النسائية المصرية في المجال الأكاديمي والسياسي والبيئي، وتوصلت لعدد من النتائج من بينها: حرص الصفوة النسائية على متابعة الصحف الإلكترونية الأجنبية في الترتيب الأول، تليها الصحف الإلكترونية المصرية، وأخيراً الصحف الإلكترونية العربية، فضلاً عن ارتباط دوافع تعرض الصفوة النسائية للصحف الإلكترونية بدافع مراقبة البيئة، وجاءت المضامين البيئية في الترتيب الأول لدى الصفوة النسائية في مجال البيئة من حيث الاهتمام بها، ثم لدى الصفوة النسائية السياسية، ثم الصفوة الأكاديمية في العلوم التطبيقية، وهو ما يظهر بشكل عام أن الصحف الإلكترونية اعتبرت بمثابة مصدر معلومات مهم لعينة الدراسة من الصفوة النسائية.

- التعليق على الدراسات السابقة:

يتضح من عرض نتائج الدراسات السابقة ما يلي:

- توصلت العديد من الدراسات إلى اعتبار أن للإعلام الجديد بشكل عام ولشبكات التواصل الاجتماعي على وجه الخصوص دوراً مهماً في إحداث عملية الحراك السياسي والمجتمعي خاصة في الدول التي شهدت حالة من التغيير الفعلي المتمثلة فيما أسمته العديد من الدراسات بـ "ثورات الربيع العربي".
- وفي الوقت نفسه فيلاحظ من عرض الدراسات السابقة تباين نتائج الدراسات فيما يتعلق بحدود دور الإعلام الاجتماعي في إحداث حالة الحراك السياسي داخل المجتمع، ما بين مؤيد للدور المتعاظم له في الحشد والتحريك لهذه الثورات من خلال توسيع فرص المشاركين في مواقع التواصل الاجتماعي، وهو ما أسهم بالفعل في إحداث التغيير وإحداث حالة من الحراك السياسي والمجتمعي، وبين النتائج التي ترى أن دور هذا الإعلام الاجتماعي لم يكن فاعلاً وبالدرجة المطلوبة وأن المناقشات المتدنية التي يمكن رصدها

على هذه الشبكات الاجتماعية تحول دون اعتبارها الآلية الأساسية أو الوحيدة في إحداث حالة الحراك السياسي داخل المجتمعات التي شهدت بالفعل تغييرات سياسية جذرية.

- أما عن علاقة النخبة بوسائل الإعلام الجديد فيتضح من الدراسات التي تم عرضها أن جمهور النخب كجمهور نوعي يرتبط بالفعل بوسائل الإعلام الجديد بتطبيقاتها المختلفة سواء تمثل ذلك في استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي أو المواقع الإلكترونية المختلفة أو الصحف الإلكترونية وغيرها من تطبيقات الإنترنت المختلفة، مع تعدد مجالات استخدامهم لهذا الإعلام الجديد، مع تصدر المضامين الجادة والتي منها المضامين السياسية لأهم مجالات استخدام هذه الصفوة للإعلام الجديد، وهو ما يمكن في إطاره الاعتداد بحكمها فيما يتعلق بموضوع الدراسة حول رؤيتها واتجاهاتها نحو شبكات التواصل الاجتماعي كآلية فعلية لإحداث حالة الحراك السياسي في المجتمع المصري.

- مشكلة الدراسة:

تمثل المشكلة البحثية لهذه الدراسة في محاولة التعرف على اتجاه عينة من النخبة المصرية نحو شبكات التواصل الاجتماعي كأحدى آليات إحداث الحراك السياسي داخل المجتمع، مع التطرق إلى التعرف على طبيعة الاستخدام السياسي من جانب هذه النخبة لشبكات التواصل الاجتماعي من حيث حجمه ودوافعه، فضلاً عن التعرف على أهم الوسائل الاتصالية المؤثرة على إحداث حالة الحراك السياسي داخل المجتمع من وجهة نظر هذه النخبة، مع مقارنة الدور المأمول من هذه النخبة في إطار عملية الحراك السياسي بدورها الفعلي على أرض الواقع.

- أهمية الدراسة:

١- قلة الدراسات التي تناولت النخبة - على اختلاف أنواعها - في علاقتها بالإعلام الجديد وتحديداً شبكات التواصل الاجتماعي.

٢- تبحث الدراسة في أسباب عملية الحراك السياسي التي يعيشها المجتمع المصري، وهل تعد شبكات التواصل الاجتماعي إحدى آليات هذا الحراك أم لا، وهي قضية بحثية تنسم بالحالية والارتباط المباشر بالواقع المعاش، فضلاً عن أهميتها نظراً لكونها ترتبط بشكل مباشر بالأحداث التي يحيا المجتمع في إطارها.

٣- تستفيد الدراسة في إطار مشكلتها البحثية من آراء النخبة من الأدباء والإعلاميين والأكاديميين والسياسيين، والذين من المفترض انساهم بالتميز العقلي والريادة الفكرية والمشاركة في صياغة وتشكيل الرأي العام المصري تجاه القضايا السياسية والاجتماعية المختلفة وهو ما يعطى أهمية خاصة لهذا الجمهور النوعي الذي تتعامل معه هذه الدراسة.

٤- يمكن الخروج من هذه الدراسة بمؤشرات عامة عن دور الصفوة في عملية التغيير الذي يشهده المجتمع المصري وبالتالي مقارنة هذا الدور بالدور المأمول منها وذلك في إطار تقييمي لهذا الدور.

- أهداف الدراسة:

١- التعرف على حجم الاستخدام السياسي لمواقع التواصل الاجتماعي من جانب أفراد النخبة المصرية موضع الدراسة.

٢- التعرف على اتجاه النخبة نحو اعتبار شبكات التواصل الاجتماعي إحدى أدوات الحراك السياسي في المجتمع.

٣- التعرف على أهم الوسائل الاتصالية المؤثرة في إحداث حالة الحراك السياسي داخل المجتمع من وجهة نظر هذه النخبة.

٤- التعرف على تقييم هذه النخبة لدورها الفعلي في عملية تغيير المجتمع وذلك من خلال مقارنة دورها المأمول بدورها الفعلي في إطار عملية الحراك السياسي بالمجتمع.

- تساؤلات وفروض الدراسة:

أولاً تساؤلات الدراسة:

تنطلق الدراسة من عدد من التساؤلات:

- ١- ما أهم مجالات استخدام النخبة لشبكات التواصل الاجتماعي؟
- ٢- ما حجم استخدام النخبة السياسي لشبكات التواصل الاجتماعي؟
- ٣- ما دوافع استخدام النخبة السياسي لشبكات التواصل الاجتماعي؟
- ٤- ما اتجاه النخبة نحو شبكات التواصل الاجتماعي كإحدى آليات الحراك السياسي داخل المجتمع؟
- ٥- ما تقييم النخبة لدور شبكات التواصل الاجتماعي كآلية من آليات الحراك السياسي داخل المجتمع؟
- ٦- ما أهم الوسائل الاتصالية الأخرى المؤثرة على إحداث الحراك السياسي داخل المجتمع من وجهة نظر النخبة؟
- ٧- ما الدور المأمول من النخبة داخل أي مجتمع في إطار حالة الحراك السياسي الذي يمر به المجتمع من وجهة نظر عينة الدراسة؟
- ٨- وهل تحقق هذا الدور بالفعل في إطار حالة الحراك السياسي الذي يعيشه المجتمع المصري؟ (مقارنة بين الدور المأمول والفعلي للنخبة في إطار حالة الحراك السياسي الذي يمر به المجتمع المصري)؟
- ٩- ما درجة احتكاك النخبة من عينة الدراسة بالثقافات الأخرى؟

- ثانياً فروض الدراسة:

١- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المتغيرات الديموجرافية (الجنس، العمر، نوع النخبة) وبين كل من:

أ- حجم استخدام النخبة السياسي لشبكات التواصل الاجتماعي.

ب- دوافع هذا الاستخدام.

ج- الاتجاه نحو شبكات التواصل الاجتماعي كآلية لإحداث الحراك السياسي في المجتمع.

٢- توجد علاقة ارتباط بين حجم استخدام النخبة السياسي لشبكات التواصل الاجتماعي وكل من:

أ- دوافع هذا الاستخدام.

ب- الاتجاه نحو شبكات التواصل الاجتماعي كآلية لإحداث الحراك السياسي في المجتمع.

ج- درجة تقييم شبكات التواصل الاجتماعي كآلية لإحداث الحراك السياسي في المجتمع.

٣- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين درجة الاحتكاك الثقافي للنخبة بالثقافات الأخرى وبين كل من:

أ- حجم استخدامهم السياسي لشبكات التواصل الاجتماعي.

ب- دوافع هذا الاستخدام.

ج- الاتجاه نحو شبكات التواصل الاجتماعي كآلية لإحداث الحراك السياسي في المجتمع.

- الإجراءات المنهجية للدراسة:

١- نوع البحث ومنهجه:

أ- نوع البحث: يعد هذا البحث من البحوث الوصفية وهي تلك التي تستهدف تحليل خصائص مجموعة معينة أو موقف معين أو دراسة حقائق ظاهرة ما أو مجموعة من الناس أو الأحداث للحصول على بيانات

كافية عنها، بالإضافة إلى تصنيف هذه البيانات وتحليلها لاستخلاص مجموعة من النتائج تتيح لنا إصدار بيانات بشأن الظاهرة موضع الدراسة^(٢٢).

ب - منهج البحث: تعتمد هذه الدراسة على منهج المسح Survey Methodology وهو تصميم بحثي يهدف إلى جمع البيانات من العديد من الأفراد خلال فترة زمنية محددة^(٢٣).

٢- مجتمع الدراسة وعينة البحث:

أ - مجتمع الدراسة: يتمثل في النخبة المصرية والتي تشمل على سبيل المثال لا الحصر: الصفوة الأدبية (الأدباء، والكتاب، و النقاد، والمفكرين، والفلاسفة، والمؤرخين..)، والصفوة الإعلامية، والصفوة الأكاديمية، والصفوة السياسية، والصفوة الدينية، والصفوة الاقتصادية، والصفوة العسكرية، والصفوة الحاكمة.

إلا أنه سوف يتم اختيار أربع فئات فقط للتعبير عن هذه النخبة المصرية في إطار هذه الدراسة وهم: الصفوة الأدبية (أو الفكرية) وهم من الأدباء حيث تشتمل فئة الأدباء على كبار المبدعين في مجالات (القصة القصيرة - الرواية - الشعر - المسرح - المقال)، وقد تم الاستعانة بقائمة أعضاء اتحاد الكتاب المصري للمساعدة على الوصول لأفراد هذه الفئة، والصفوة الإعلامية والتي تشمل كبار مسؤولي الإعلام المرئي والمسموع والمكتوب من مستشارين إعلاميين، ورؤساء القنوات والمحطات الإذاعية، ورؤساء التحرير، ونوابهم، ورؤساء الأقسام والصفحات، فضلاً عن رؤساء الإدارات المركزية، والمديرين العموميين بالوسائل الإعلامية المتاحة للباحثة، والصفوة الأكاديمية والتي تشتمل على الأكاديميين بدرجة أستاذ، فضلاً عن القيادات الجامعية من عمداء الكليات ووكلائها ورؤساء الأقسام بالكليات النظرية والتي تمثلت في كليات (الإعلام - سياسة واقتصاد - فنون تطبيقية - آداب - دار علوم) بجامعة القاهرة، و(كلية الآداب بجامعة عين شمس وحلوان)، وأخيراً الصفوة السياسية والتي تشتمل على المحللين السياسيين والكتاب السياسيين والقائمين على الأحزاب السياسية الفاعلة في الحياة السياسية والنشطاء السياسيين.

وقد تم اختيار محافظتى القاهرة والجيزة لإجراء الدراسة الميدانية بهما وذلك لتركز عينة الدراسة خاصة من الأدباء والإعلاميين تحديداً بهما على نحو أكبر من باقى المحافظات الأخرى.

ب- حجم العينة:

تم استخدام عينة عمدية Purposive sample من النخبة المصرية من الأدباء والإعلاميين والأكاديميين والسياسيين بمحافظة القاهرة والجيزة ممن يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي، وذلك لعينة مقدارها ٢٠٠ مفردة موزعة بالتساوى على فئات الأربع المذكورة سلفاً.

ج - معيار تحديد أفراد النخبة في عينة الدراسة:

تعددت المداخل التي استند إليها باحثو الصفوة في تحديد مفرداتها والتي شملت: مدخل الشهرة - المشاركة في اتخاذ القرار - المنصب القيادي، وقد اعتمدت الباحثة على مدخل المنصب القيادي (يطبق على من يتولون مناصب قيادية مرموقة من الفئات الأربع للنخبة) وكذلك مدخل الشهرة (يطبق على أفراد النخبة الذين لا يتولون أية مناصب قيادية ولكن معروفين على المستوى العام للجمهور).

٣- أسلوب جمع البيانات:

تم الاعتماد على صحيفة استقصاء طبقت بالمقابلة مع أفراد عينة الدراسة من الصفوة في المجالات التي تم تحديدها.

٤- الصدق والثبات في الدراسة الميدانية: تم تحقيقه من خلال اتباع الآتى:

- تصميم الاستمارة الميدانية في ضوء فروض وأهداف الدراسة ومراجعة الدراسات السابقة.

- تم عرض الدراسة على عدد من المحكمين والخبراء في المجال الإعلامي*.
- تم إجراء اختبار قبلي Pre Test للاستمارة على عينة شملت ٢٠ مفردة من المجتمع الأصلي للدراسة للتعرف على مدى مناسبة ووضوح الاستمارة لعينة الدراسة.
- تم قياس ثبات الاستمارة بإعادة تطبيق الدراسة على عينة بلغ قوامها ٢٠ مفردة شكلت ١٠% من مجموع مفردات العينة، ثم عرضها مرة أخرى عليهم بعد مدة بلغت حوالي أسبوعين، وبإجراء معامل الارتباط بين نتائج الاختبار الأول والثاني تبين وجود نسبة ارتباط بلغت ٠,٨٧% وهي نسبة جيدة تشير إلى ثبات المقياس.

٥- التعريفات الإجرائية:

- شبكات التواصل الاجتماعي:

و"هي مجموعة من الشبكات العالمية المتصلة بملايين الأجهزة حول العالم، لتشكل مجموعة من الشبكات الضخمة، والتي تنقل المعلومات الهائلة بسرعة فائقة، بين دول العالم المختلفة، وتتضمن معلومات دائمة التطور" (٢٤).

ويقصد بها إجرائياً داخل هذا البحث: شبكتي "الفيس بوك" و"تويتر"

- الاتجاه:

هناك من عرفه على أنه "ميل نفسي يعبر عنه بتقييم لموضوع معين بدرجة أو بأخرى من التفضيل أو عدم التفضيل، ويشير التقييم إلى التقييمات المعرفية والوجدانية والسلوكية سواء كانت صريحة أم ضمنية" (٢٥).

ويقصد بالاتجاه في هذه الدراسة الأحكام التي يكونها أفراد الصفوة تجاه شبكات التواصل الاجتماعي كأدوات لنحراك السياسي في المجتمع، وهذه الأحكام بالتأكيد مرتبطة بما يكتبه أفراد الصفوة من أفكار ومعتقدات جراء استخدامهم الفعلي لهذه الشبكات الاجتماعية وتجربتهم وخبرتهم في التعامل معها.

- النخبة:

عرف جاروشيه عالم الاجتماع الفرنسي المشهور النخبة على أنها: "مجموعة الأشخاص والجماعات الذين يشاركون بالقوة التي يمتلكونها أو التأثير الذي يمارسونه، في صياغة تاريخ جماعة ما، سواء كان ذلك من خلال اتخاذ القرارات، أو بالأفكار التي يبدونها أو التي يتخذونها شعاراً لهم" (٢٦)، وبالتالي فإنه يندرج تحتها النخبة الأدبية (الأدباء، والكتاب، و النقاد، والمفكرين، والفلاسفة، والمؤرخين..)، والنخبة الإعلامية، والأكاديمية، والسياسية، والدينية، والاقتصادية، والعسكرية، والحاكمة.

وسوف يتم حصر مفهوم النخبة إجرائياً في إطار هذا البحث في الفئات التالية: النخبة الأدبية والنخبة الإعلامية والنخبة الأكاديمية والنخبة السياسية، وذلك على نحو ما هو مبين ومفصل في مجتمع الدراسة السابق تناوله.

- الإطار النظري للدراسة:

تتطلب هذه الدراسة في بنائها النظري من النظريتين التاليتين:

١- نظرية المجال العام:

يمكن القول بأن الجدل الذي يحدث حول قضية ما وينشغل به الرأي العام هو الفضاء العام public sphere الذي ذكره الفيلسوف الألماني هابرماس ووضعه كمصطلح عام ١٩٦٢ في كتابه الشهير "التحولات البنوية في المجال العام"، ويقصد بالفضاء العام أو المجال العام الذي أشار إليه هابرماس

المساحة التي تقع بين "العام" الذي تمثله المؤسسات الاجتماعية وبين "الخاص" الذي يمثله الفرد أو الأسرة.. وفي هذه المساحة ينشأ الخطاب العام discourse public وبالتالي يتشكل الرأي العام^(٢٧). ويعرف المجال العام بأنه مساحة للحياة الاجتماعية التي تضم عدداً من الأفراد تجمعهم خصائص واهتمامات مشتركة، ويتيح هذا المجال العام لكل الأفراد فرصة القدرة على المشاركة والوصول إليه طالما شعروا أنهم جزء منه^(٢٨)، وبالتالي يمكن استنتاج أن المجال العام عبارة عن تجمع سواء كان حقيقياً أو خيالياً (افتراضياً كما هو الحال على شبكات التواصل الاجتماعي) لا تحده بالضرورة مساحات محددة، بل يمتد ليشمل جميع الشبكات الاتصالية التي يمكن أن تتدفق المعلومات والآراء من خلالها مكونة في النهاية ما يعرف بالرأي العام. وتفترض النظرية وجود أربع سمات رئيسية تميز الاتصال عبر ما أطلق عليه هابرماس المجال العام وهي^(٢٩):

- القدرة على الوصول إلى دائرة الاتصال.
- الحرية التي يتمتع بها الأفراد داخل هذه الدائرة.
- بيئة المناقشة.
- طرح خطاب مبرر بأدلة إقناعية محددة.

وقد بدأت الأدبيات الإعلامية تعود إلى نظرية المجال العام public sphere في محاولة لإيجاد غطاء نظري تستظل به وسائل الإعلام الجديد بما فيها الإعلام الاجتماعي، فنظرية المجال العام لهابرماس تساعد على معرفة الأثر الكبير الذي أحدثته التقنية الاتصالية للإنترنت على المجتمعات^(٣٠). ويلاحظ أن الفضاء الاجتماعي الجديد الذي أوجدته تقنية المعلومات والاتصالات أعطى معنى جديداً لمفهوم المجال العام الذي كان يتحدث عنه هابرماس في الستينيات، وهناك شرطان يجب توفرهما لكل مواطن حتى يمكن أن تتحقق مشاركته في المجال العام عند تناول القضايا والموضوعات المجتمعية، وهما الحرية والمساواة.. ويقصد بذلك حرية الرأي، وما يتبع ذلك من فكرة المساواة بين الجميع حتى يتيح الفرصة لتناول كافة الموضوعات والآراء دون التفكير بتفضيلات لأفراد أو مؤسسات داخل المجتمع.. وهذه هي البيئة الديمقراطية التي توفرها المجتمعات الغربية بشكل عام.. وهي البيئة التي ساعدت على نمو ما يعرف بالرأي العام في تلك المجتمعات^(٣١).

فقد دعمت شبكة الإنترنت فكرة ساحات النقاش المفتوح وبدون أية قيود، ويسرت فكرة المشاركة بين مجموعات الأفراد من خلال مساحات تتيح لهم تبادل الرأي والمعلومات حول القضايا الخلافية المختلفة وهو ما يتناسب مع منطلقات نظرية المجال العام. وفي هذا الصدد حدد أحد الباحثين مجموعة من الشروط التي يمكن أن تضبط الخطاب المقدم عبر الساحات العامة على شبكة الإنترنت وتجعله أكثر إقناعاً وهي^(٣٢) :

- تبادل ونقد الحجج والدعوى الصادقة والعقلانية، فالمناقشة الجادة تقتضي المشاركة في نقد وتحليل القضايا من خلال حجج وبراهين واضحة.
- لا بد أن يفحص المشاركون بشكل ناقد قيمهم الثقافية واهتماماتهم ومصالحهم الضيقة بالإضافة إلى السياق الاجتماعي الأكثر اتساعاً.
- لا بد أن يحاول المشاركون في ساحات النقاش حول المجال العام فهم الحجج التي تقوم عليها وجهات النظر الأخرى والدخول في مناقشات جادة لتفنيدها وهو ما يعنى الاهتمام برأي الآخر.
- من حق كل مشترك أن يقدم أي طرح يريده نحو القضية المطروحة دون تبعية لخطابات أخرى خارجية سواء رسمية أو غير رسمية.

كما تؤكد نظرية المجال العام على أن وسائل الإعلام الإلكترونية تخلق حالة من الجدل بين الجمهور تتيح تأثيراً كبيراً في القضايا العامة وتؤثر في الوقت نفسه على النخبة - على اختلاف أنواعها - من جهة وكذلك على النخبة الحاكمة والجمهور من جهة أخرى^(٣٣).

وبالتالي يمكن القول بأن هذه النظرية تقوم في بنيتها الجديدة على محاولة فهم الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام الجديدة في إتاحة النقاش العام حول القضايا العامة وبالتالي بلورة رأى عام حقيقي، وهو ما يجعلها تمثل إطاراً نظرياً متكاملًا يمكنه أن يوضح حدود الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام الجديدة ممثلة في شبكات التواصل الاجتماعي والمدونات والمنتديات في إدارة وتوجيه النقاش السياسي والاجتماعي في المجتمع.

٢- مدخل الاستخدامات والاشباعات:

ينطلق هذا المدخل من فرضية الجمهور النشط والذي يسعى إلى إشباع حاجات معينة لديه منبثقة عن مجموعة من العوامل الاجتماعية والنفسية التي تدفعه بدورها إلى اتخاذ سلوك معين من شأنه أن يشبع هذه الحاجات ويلبّيها.

وطبقاً لهذا المدخل، فإن مصطلح "استخدام وسائل الإعلام" اتخذ عدة أبعاد منها: البحث النشط عن المضمون الأكثر إشباعاً، واعتماد هذا الإشباع على شدة الحاجة أو الحاجات التي لدى المتلقي، وفي النهاية يتحقق هذا الإشباع من خلال البدائل المختلفة لوسائل الإعلام ولمضامينها المختلفة^(٣٤). ولعل الإسهام النظري لهذا النموذج يتمثل في تأكيده على فكرة أن الاستخدام الانتقائي لوسائل الاتصال لا يحدث بشكل عشوائي ولكن نتيجة لتداخل الكثير من العوامل والمتغيرات، فضلاً عن تركيزه على فكرة "مكافأة الجمهور"^(٣٥)، والمتمثل في الإشباع النهائي الذي يحصل عليه هذا الجمهور كنتيجة لهذا الاستخدام.

وبناءً على فروض هذا النموذج - ووفقاً لـ Katz و زملاؤه - فإن الحاجات لدى الأفراد تنشأ عن مجموعة من العوامل الاجتماعية والنفسية والتي تؤدي بدورها إلى مجموعة من التوقعات من وسائل الإعلام وغيرها من المصادر الأخرى، مما يدفع الفرد إلى اتخاذ سلوك معين يتمثل في التعرض لوسائل الإعلام وممارسة أنشطة أخرى، والنتيجة أنه يحدث لديه إشباع لبعض هذه الحاجات ونتائج أخرى غير مقصودة، وهو ما يؤدي في النهاية إلى نشوء حاجات وتوقعات ودوافع جديدة، وهو ما يعنى أن وسائل الإعلام نفسها قد تساعد على نشوء حاجات وتوقعات فردية أيضاً.

وينظر مدخل الاستخدامات والاشباعات للدوافع الفردية في علاقتها بالتعرض لوسائل الإعلام بعين الاعتبار ويقسمها باحثوا الإعلام للعديد من الدوافع أهمها تقسيمها إلى^(٣٦):

- أ - دوافع نفعية **Instrumental Motives**: حيث يقوم الفرد بالتعرض للمضمون الذي يحقق له مراقبة البيئة، التعلم، ويتمثل هذا المضمون في: نشرات الأخبار والبرامج السياسية والتعليمية والثقافية.
- ب - دوافع طقوسية **Ritualized Motives**: حيث يتم التعرض لوسائل الإعلام ولمضامينها بدون قصد وذلك بهدف تمضية الوقت، الاسترخاء، الهروب من المشكلات، والألفة مع الوسيلة، والتواصل الاجتماعي. ويتم تحقيق هذه الدوافع من خلال التعرض للبرامج الخيالية.

ومع ظهور وانتشار الإعلام الجديد ظهرت العديد من الأصوات التي ترى أن مدخل الاستخدامات والاشباعات يعد من المداخل النظرية الملائمة لفهم طبيعة استخدامات الإعلام الجديد^(٣٧)، وهو ما يجعل من هذا المدخل مدخلاً مناسباً في إطار هذه الدراسة الحالية حيث تم توظيفه في إطار التعرف على حجم ودوافع استخدام عينة من النخبة المصرية السياسي لشبكات التواصل الاجتماعي مع التعرف على اتجاهها نحو اعتبار هذه الشبكات أحد أهم الآليات المسؤولة عن الحراك السياسي داخل المجتمع.

- نتائج الدراسة:**أولاً: توصيف عينة الدراسة****١- توصيف عينة الدراسة من حيث: الجنس، والفئات العمرية، ونوع النخبة:****جدول (١) توصيف عينة الدراسة**

نوع النخبة	ك	%
١- أدبية (فكرية)	٥٠	٢٥,٠
٢- إعلامية	٥٢	٢٦,٠
٣- أكاديمية	٥٠	٢٥,٠
٤- ميسية	٤٨	٢٤,٠
التنوع	ك	%
١- ذكر.	١٥٣	٧٦,٥
٢- أنثى.	٤٧	٢٣,٥
فئات السن	ك	%
- أقل من ٤٠ سنة.	٢٧	١٣,٥
- من ٤٠ لأقل من ٥٠ سنة.	٧٥	٣٧,٥
- من ٥٠ لأقل من ٦٠ سنة.	٧٠	٣٥,٠
- من ٦٠ سنة فأكثر.	٢٨	١٤,٠
المجموع.	٢٠٠	%١٠٠

٢- توصيف عينة الدراسة من حيث درجة احتكاكها بالثقافات الأخرى:

وتم قياسها من خلال عدة أسئلة باستمارة البحث شملت:

أ. السفر إلى الخارج:**جدول (٢) سفر عينة الدراسة إلى الخارج.**

السفر إلى الخارج	ك	%
١- نعم.	١٧٨	٨٩,٠
٢- لا.	٢٢	١١,٠
المجموع	٢٠٠	%١٠٠

يشير جدول (٢) إلى أن نسبة (٨٩,٠%) من عينة الدراسة سافروا إلى خارج مصر، وذلك في مقابل (١١,٠%) لم يسافروا خارج مصر.

ب- الغرض من السفر:**جدول (٣) الغرض من السفر**

الغرض من السفر	ك	%
١- العمل.	١٣٧	٧٧,٠
٢- حضور مؤتمرات وندوات.	٩٦	٥٤,٠
٣- السياحة.	٧٢	٤٠,٤
٤- الحج والعمرة.	٥٦	٣١,٥
٥- للحصول على درجة علمية.	١٩	١٠,٧
٦- زيارة الأقارب.	١٧	٩,٦
٧- الدراسة.	١٠	٥,٦
ن	١٧٨	

يختار المبحوث أكثر من بديل.

يشير الجدول (٣) إلى أن "السفر من أجل العمل" تصدر قائمة أسباب سفر عينة الدراسة إلى الخارج بنسبة (٧٧,٠%)، يليه "السفر إلى الخارج لحضور مؤتمرات وندوات" (٥٤,٠%)، ثم "السفر من أجل السياحة" (٤٠,٤%)، ثم "السفر للحج والعمرة" (٣١,٥%)، ثم "السفر للحصول على درجة علمية" (١٠,٧%)، ثم "السفر من أجل زيارة الأقارب" (٩,٦%)، وأخيراً "السفر من أجل الدراسة" بنسبة (٥,٦%).

ج- إجادة لغات أجنبية

جدول (٤) إجادة اللغات الأجنبية

إجادة لغات أجنبية	ك	%
١- نعم.	١٨٠	٩٠,٠
٢- لا.	٢٠	١٠,٠
المجموع	٢٠٠	١٠٠%

يشير جدول (٤) إلى أن نسبة (٩٠,٠%) من أفراد العينة يجيدون لغات أجنبية، وذلك في مقابل (١٠,٠%) لا يجيدون أية لغة أجنبية على الإطلاق.
د - أوجه استخدام اللغة الأجنبية:

جدول (٥) أوجه استخدام عينة الدراسة للغة الأجنبية.

أوجه استخدام اللغة الأجنبية	ك	%
١- مشاهدة قنوات تليفزيونية أجنبية.	١٢٨	٧١,١
٢- التعامل مع الجانب.	١٠٥	٥٨,٣
٣- قراءة كتب أجنبية.	٨٩	٤٩,٤
٤- الإطلاع على صحف أجنبية.	٧٧	٤٢,٨
٥- الترجمة.	٦٥	٣٦,١
٦- الاستماع لمحطات إذاعية أجنبية.	٣٩	٢١,٧
٧- لا أقوم بأى من الأنشطة السابقة.	٢٠	١١,١
٨- التدريس.	٨	٤,٤
ن	١٨٠	

يختار المبحوث أكثر من بديل.

يشير جدول (٥) إلى أن نسبة (٧١,١%) من أفراد عينة الدراسة ممن يجيدون لغات أجنبية يستخدمونها في مشاهدة قنوات تليفزيونية متخصصة، بينما يستخدمها (٥٨,٣%) في التعامل المباشر مع الأجانب، ويستخدمها (٤٩,٤%) من أفراد عينة الدراسة في قراءة كتب أجنبية، بينما يستخدمها (٤٢,٨%) في الإطلاع على صحف أجنبية، ويستخدمها (٣٦,١%) في الترجمة، ويستخدمها (٢١,٧%) في الاستماع إلى محطات إذاعية أجنبية، ويستخدمها نسبة (١١,١%) من أفراد عينة الدراسة في التدريس، بينما ذكر (٤,٤%) من أفراد عينة الدراسة أنهم لا يقومون بأى من الأنشطة السابقة.
هـ- المقياس التجميعي لدرجة الاحتكاك الثقافي لأفراد عينة الدراسة:

جدول (٦) المقياس التجميعي لدرجة احتكاك أفراد العينة بالثقافات الأخرى.

المقياس التجميعي لدرجة الاحتكاك الثقافي	ك	%
١- منخفض.	٤٠	٢٠,٠
٢- متوسط.	١١٢	٥٦,٠
٣- مرتفع.	٤٨	٢٤,٠
المجموع	٢٠٠	١٠٠%

بناءً على المقياس الذي تم تجميعه من إجابات المبحوثين على الأسئلة المتعلقة بدرجة الاحتكاك الثقافي باستمارة البحث، تم تحديد درجات احتكاك أفراد عينة الدراسة بالثقافات الأخرى، وذلك كما هو مبين بالجدول (٦)، حيث تشير بيانات هذا الجدول إلى أن نسبة (٢٠,٠%) من أفراد العينة درجة احتكاكهم بالثقافات الأخرى "منخفضة"، في مقابل نسبة (٥٦,٠%) "متوسطين" من حيث درجة احتكاكهم الثقافي، أما النسبة الباقية (٢٤,٠%) ف لديهم درجة احتكاك "مرتفعة" بالثقافات الأخرى. وهو ما يعني أن النسبة الأكبر من أفراد عينة الدراسة يعدوا من ذوي الاحتكاك "المتوسط" بالثقافات الأخرى، وهو ما يختلف عن النتيجة المتوقعة من أن النخبة هي أكثر احتكاكاً بالثقافات الأخرى بحكم مستواها التعليمي والثقافي المرتفع.

ثانياً: النتائج العامة للدراسة:

١- مجالات استخدام النخبة لشبكات التواصل الاجتماعي

جدول (٧) أهم مجالات استخدام النخبة لشبكات التواصل الاجتماعي

المجالات	ك	%
١- الاستخدامات السياسية.	٢٠٠	١٠٠,٠
٢- الاستخدام العلمي.	١٦٥	٨٢,٥
٣- الاستخدام الثقافي.	١١٧	٥٨,٥
٤- الاستخدام الديني.	١٠٠	٥٠,٠
٥- الاستخدام الترفيهي.	٨٩	٤٤,٥
٦- مشاهدة الفيديوهات المختلفة.	٧٠	٣٥,٠
٧- بث الفيديوهات المختلفة.	٦٠	٣٠,٠
المجموع	٢٠٠	%١٠٠

تشير بيانات الجدول (٧) إلى تصدر الاستخدامات السياسية قائمة أهم استخدامات النخبة المصرية لشبكات التواصل الاجتماعي وذلك بنسبة (١٠٠%) من أفراد العينة، تلاها استخداماتها في المجال العلمي وتبادل الأبحاث العلمية (٨٢,٥%)، ثم استخدامها في المجالات الثقافية المختلفة (٥٨,٥%)، ثم الاستخدام الديني (٥٠,٠%)، ثم الاستخدام الترفيهي (٤٤,٥%)، ثم مشاهدة الفيديوهات المختلفة (٣٥,٠%)، وأخيراً بث الفيديوهات المختلفة (٣٠,٠%)، وبشكل عام تشير نتائج هذا الجدول إلى تنوع استخدامات أفراد العينة من الصفوة المصرية لشبكات التواصل الاجتماعي مع تصدر استخدام المضامين الجادة من قبل أفراد الصفوة لشبكات التواصل الاجتماعي وتصدر المضامين السياسية قائمة أهم المضامين المستخدمة.

٢- حجم استخدام النخبة السياسي لشبكات التواصل الاجتماعي:
وتم قياسها من خلال الأسئلة التالية:

١/٢ عدد ساعات تعرض أفراد النخبة السياسي لشبكات التواصل الاجتماعي:

جدول (٨) ساعات تعرض النخبة لشبكات التواصل الاجتماعي

عدد الساعات	ك	%
١- أقل من ساعة	٥٢	٢٦,٠
٢- من ساعة إلى أقل من ساعتين.	٩٠	٤٥,٠
٣- من ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات.	٣٠	١٥,٠
٤- أكثر من ثلاث ساعات.	١٥	٧,٥
المجموع	١٣	٦,٥
	٢٠٠	%١٠٠

يشير الجدول رقم (٨) إلى أن أعلى عدد ساعات يتعرض لها المبحوثون لشبكات التواصل الاجتماعي لاستقاء المعلومات السياسية بلغت "من ساعة إلى أقل من ساعتين" يومياً وذلك بنسبة (٤٥,٠%)، يلي ذلك من يستخدمونها لمدة "أقل من ساعة" يومياً وذلك بنسبة (٢٦,٠%)، ثم من يشاهدونها لمدة "من ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات" يومياً وذلك بنسبة (١٥,٠%)، وأخيراً من يشاهدونها لمدة "أكثر من

ثلاث ساعات" يومياً وذلك بنسبة (٦,٥%). وتشير هذه النتيجة إلى ضيق الوقت بشكل عام لدى هذه الصفوة المنشغلة دائماً بإنتاج الفكر بما قد لا يسمح لها بمتابعة شبكات التواصل الاجتماعي سوى لفترات قصيرة على مدار اليوم وذلك لاستنقاء معلوماتها السياسية منها، وفي الوقت نفسه فقد يكون الأمر راجعاً إلى تعدد مصادر الصفوة الاتصالية المستخدمة في استنقاء المعلومات السياسية والتي قد يكون منها الصحف والتقنوات التليفزيونية والمحطات الإذاعية سواء المحلية منها أو الأجنبية.

٢/٢ عدد أيام الأسبوع التي يستخدم فيها أفراد عينة الدراسة شبكات التواصل الاجتماعي سياسياً:

جدول (٩) أيام الأسبوع التي يقضيها أفراد العينة أمام شبكات التواصل الاجتماعي للتعرض السياسي.

عدد أيام الأسبوع	ك	%
١- طوال أيام الأسبوع.	٥٩	٢٩,٥
٢- من ثلاثة إلى ستة أيام في الأسبوع.	٧٥	٣٧,٥
٣- أقل من ثلاثة أيام.	٦٦	٣٣,٠
المجموع	٢٠٠	١٠٠%

يشير جدول (٩) إلى أن أعلى نسبة للتعرض السياسي لشبكات التواصل الاجتماعي تمثلت في "من ثلاثة إلى ستة أيام في الأسبوع وذلك بنسبة (٣٧,٥%)، يليها "أقل من ثلاثة أيام" (٣٣,٠%)، ثم "طوال أيام الأسبوع" (٢٩,٥%).

٣/٢ المقياس التجميعي لحجم تعرض النخبة السياسي لشبكات التواصل الاجتماعي:

جدول (١٠) حجم تعرض أفراد العينة السياسي لشبكات التواصل الاجتماعي.

حجم التعرض	ك	%
١- منخفض.	٢٣	١٦,٥
٢- متوسط.	٥٠	٢٥,٠
٣- مرتفع.	١١٧	٥٨,٥
المجموع	٢٠٠	١٠٠%

بناءً على المقياس الذي تم تجميعه من إجابات المبحوثين على الأسئلة المتعلقة بحجم التعرض السياسي لشبكات التواصل الاجتماعي باستمرار الاستقصاء، تشير بيانات جدول (١٠) إلى أن حجم تعرض نسبة (٥٨,٥%) من أفراد العينة السياسي لشبكات التواصل الاجتماعي جاء مرتفعاً، في حين أن حجم تعرض (٢٥,٠%) من أفراد العينة لهذه الشبكات جاء "متوسطاً"، بينما يصل حجم تعرض النسبة الباقية من أفراد العينة (١٦,٥%) إلى معدل "منخفض".

وتشير هذه النتيجة بشكل عام إلى زيادة حجم تعرض أفراد النخبة السياسي لشبكات التواصل الاجتماعي، وهي نتيجة منطقية تعكس مدى اهتمام النخبة بالأحداث السياسية التي تمر بها البلاد.

٣- دوافع استخدام النخبة السياسي لشبكات التواصل الاجتماعي:

جدول (١١) دوافع استخدام النخبة السياسي لشبكات التواصل الاجتماعي.

الوزن المئوي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	نادراً		أحياناً		غالباً		درجة الانتظام دوافع الاستخدام
			%	ك	%	ك	%	ك	
٩٧,٠٥	٠,٥٩٠	٢,٧١	٧,٠	١٧	١٥,٥	٣٠	٧٧,٥	١٦٠	١- التعرف على مستجدات الأوضاع السياسية في مصر والعالم. ٢- اكتساب معلومات وخبرات سياسية تهمني
٧٦,٢٠	٠,٧٨٧	٢,١٠	٢٦,٢	٤٩	٣٧,٤	٧٢	٣٦,٤	١٤٤	٣- حاجتي إلى فهم الواقع على نحو أفضل. ٤- التعرف على آراء الآخرين على المواقف السياسية المختلفة.
٦٥,٩٩	٠,٨٤٢	١,٩٢	٣٩,٦	٧٤	٢٨,٩	٥٣	٣١,٦	٨٦	٥- الحاجة إلى التفاعل الاجتماعي من خلال مناقشة ما أشاهده مع الآخرين.
٦٠,٦٤	٠,٧٦٠	١,٩١	٣٣,٧	٦٦	٤١,٧	٧٨	٢٤,٦	٤٤	٦- حاجتي إلى اكتساب الشعور بالانتماء. ٧- التسلية وتمضية الوقت
٤٠,٠٦	٠,٥٩٢	١,٤١	٦٤,٢	١٢٢	٣٠,٥	٥٧	٥,٣	٢٠	٨- مجرد الاعتياد على هذه الوسيلة ٩- قراءة التعليقات
٣٨,٨٨	٠,٧٣٧	١,٤١	٧٤,٣	١٣٣	١٠,٧	٢٣	١٥,٠	١٨	١٠- السخرة على المواقف السياسية المختلفة.
٣٣,٢١	٠,٦١٠	١,٣٣	٧٤,٩	١٤٤	١٧,٦	٣٤	٧,٥	١٤	
٣٠,٣٥	٠,٥٠٩	١,٢٤	٧٩,٧	١٤٩	١٦,٦	٣١	٣,٧	٦	
٢٠,١٨	٠,٥١٧	١,٢٤	٨٠,٧	١٥١	١٥,٤	٢٨	٤,٣	٨	
٢٠٠									ن

يختار المبحوث أكثر من بديل.

يشير جدول (١١) إلى تصدر دافع "التعرف على مستجدات الأوضاع السياسية في مصر والعالم" وذلك بوزن مئوي (٩٧,٠٥)، تلاه دافع "اكتساب معلومات وخبرات سياسية تهمني" (٧٦,٢٠)، ثم دافع "حاجتي إلى فهم الواقع على نحو أفضل" (٦٥,٩٩)، ثم دافع "التعرف على آراء الآخرين على المواقف السياسية المختلفة" (٦٠,٦٤)، ثم "الحاجة إلى التفاعل الاجتماعي من خلال مناقشة ما أشاهده مع الآخرين" (٤٠,٠٦)، ثم دافع "حاجتي إلى اكتساب الشعور بالانتماء" (٣٨,٨٨)، ثم "التسلية وتمضية الوقت" (٣٣,٢١)، ثم "مجرد الاعتياد على هذه الوسيلة" (٣٠,٣٥)، وأخيراً دافع "قراءة التعليقات الساخرة على المواقف السياسية المختلفة" بوزن مئوي (٢٠,١٨).

وبشكل عام تشير بيانات هذا الجدول إلى تصدر الدوافع النفعية للاستخدام السياسي لشبكات التواصل الاجتماعي على مثيلاتها الطقوسية وهو ما يمكن تبريره في إطار أن المضامين السياسية هي مضامين جادة في المقام الأول وبالتالي ارتباطها بالدوافع النفعية على نحو أكبر من الدوافع الطقوسية.

٤- اتجاه النخبة نحو شبكات التواصل الاجتماعي كإحدى آليات الحراك السياسي داخل المجتمع.

جدول (١٢) اتجاه النخبة نحو شبكات التواصل الاجتماعي كإحدى آليات الحراك السياسي داخل المجتمع.

الدرجة الترافقية	مواقف جدا		مواقف		محايد		معارض		معارض جدا		المتوسط الحسابي	الحرفات معياري	الوزن النسبي	العبارة
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%				
١٩	١١	٤٥,٠	٥٧	٤٨,٠	١٧	١٧,٠	٢	١,٠	-	-	٤,٢٧	٠,١٦٤	٨٩,٧٠	١- أرى أن هناك بالفعل حراكا سياسيا بالمجتمع ساعدت شبكات التواصل الاجتماعي على بلورته.
٧٧	٣٦,٠	١٩	١١,٠	١٢	١٢,٠	٩	٣,٥	٦	١,٥	٤,١٤	٠,٨٨٧	٨٤,٧٩	٢- تتميز شبكات التواصل الاجتماعي بقدرة هائلة على الحشد والتنظيم للمسيرات والتظاهرات لمختلفة.	
٧٠	٣٦,٠	٢٧	٣٢,٥	٥٧	٢٧,٠	٤٩	٢٢,٥	٦	٣,٥	٣,٢٤	١,٠١٣	٦٨,٤٠	٣- يجب على المسؤولين فحص المناقشات الدائرة على مواقع التواصل الاجتماعي باعتبارها مؤشر للرأي العام.	
٢٦	١٤,٥	١٠,١	٥٠,٥	٢٠	١٠,٠	١	٠,٥	١	٠,٥	٤,٢٦	٠,٢٢٦	٨٩,٢٠	٤- تتسم شبكات التواصل الاجتماعي بالجدية في عرض الموضوعات السياسية.	
٧٥	٣٨,٩	٤٠	١٩,٨	٤٦	٢٥,٠	٦٨	٣٤,٠	١١	٢,٥	٢,٥٨	١,١٢٨	٥٢,٥٠	٥- تعتبر شبكات التواصل الاجتماعي أداة فعالة في الحشد للتظاهرات المختلفة.	
٨	٤,٠	٨١	٤١,٥	١٩	٩,٠	٥	٢,٧	٢	١,٠	٤,٣٠	٠,٨١٤	٨٧,٠٠	٦- شبكات التواصل الاجتماعي وسيلة ترفيحية في المقام الأول ولا ترتقى لكونها وسيلة اتصال سياسي.	
١٦	٤٧,٠	١٠	٥,٠	٤٦	٢٢,٠	٧٢	٣٨,٠	٦٨	٣٤,٠	٣,٠١	٠,٩٢٤	٤٤,٥٠	٧- لمرأ ما يكون ضعف ونقص مستوى الحوارات السياسية على شبكات التواصل الاجتماعي وراء ضعف دورها كمحرك للأحداث.	

تشير بيانات الجدول (١٢) إلى الاتجاه الإيجابي لأفراد عينة الدراسة من النخبة المصرية بفئاتها المختلفة نحو اعتبار شبكات التواصل الاجتماعي إحدى آليات الحراك السياسي داخل المجتمع المصري وذلك كما هو مبين من بيانات هذا الجدول، حيث احتلت عبارة "أرى أن هناك بالفعل حراكا سياسيا بالمجتمع ساعدت شبكات التواصل الاجتماعي على بلورته" المرتبة الأولى بوزن مئوي (٨٩,٧٠)، تلتها عبارة "تتميز شبكات التواصل الاجتماعي بقدرة هائلة على الحشد والتنظيم للمسيرات والتظاهرات المختلفة" (٨٤,٧٩)، ثم "يجب على المسؤولين فحص المناقشات الدائرة على مواقع التواصل الاجتماعي باعتبارها مؤشر للرأي العام" (٦٨,٤٠)، ثم "تتسم شبكات التواصل الاجتماعي بالجدية في عرض الموضوعات السياسية" (٨٩,٢٠)، ثم "تعتبر شبكات التواصل الاجتماعي أداة فعالة في الحشد للتظاهرات المختلفة" (٥٢,٥٠)، ثم "شبكات التواصل الاجتماعي وسيلة ترفيحية في المقام الأول ولا ترتقى لكونها وسيلة اتصال سياسي" (٨٧,٠٠)، وأخيراً جاءت عبارة "أحياناً ما يكون ضعف وتدنى مستوى الحوارات السياسية على شبكات التواصل الاجتماعي وراء ضعف دورها كمحرك للأحداث" (٤٤,٥٠).

٥- تقييم النخبة لدور شبكات التواصل الاجتماعي كألية من آليات الحراك السياسي داخل المجتمع.

جدول (١٣) تقييم النخبة لدور شبكات التواصل الاجتماعي كألية من آليات الحراك السياسي داخل المجتمع.

تقييم الصحف المتخصصة	ك	%
١- جيدة.	١١٧	٥٨,٥
٢- مقبولة.	٧٥	٣٧,٥
٣- ضعيفة.	٨	٤,٠
المجموع	٢٠٠	١٠٠

تشير بيانات الجدول رقم (١٣) إلى أن تقييم النخبة المصرية لشبكات التواصل الاجتماعي كأحدى آليات الحراك السياسي جاء على نحو "جيد" وذلك بنسبة (٥٨,٥%)، تلاها من يرونها على أنها "مقبولة" بنسبة (٣٧,٥%)، وأخيراً من يرون أنها "ضعيفة" وذلك بنسبة (٤,٠%)، وبذلك تشير بيانات هذا الجدول إلى التقييم المرتفع من قبل أفراد النخبة المصرية لشبكات التواصل الاجتماعي باعتبارها إحدى آليات الحراك السياسي داخل المجتمع.

٦- أهم الوسائل الاتصالية المؤثرة على إحداث الحراك السياسي داخل المجتمع من وجهة نظر النخبة:

جدول (١٤) أهم الوسائل الاتصالية المؤثرة على إحداث الحراك السياسي داخل المجتمع من وجهة نظر النخبة.

الوسائل الاتصالية	ك	%
١- شبكات التواصل الاجتماعي	١٩١	٩٥,٥
٢- القنوات التلفزيونية الخاصة.	١١٥	٥٧,٥
٣- الصحف الإلكترونية.	١١٢	٦٥,٠
٤- الصحف الخاصة.	٩٣	٤٦,٥
٥- رأى الجماعة المرجعية	٩٠	٤٥,٠
٦- الصفوة داخل المجتمع (على اختلاف نوعها)	٨٩	٤٤,٥
ن	٢٠٠	

يختار المبحوث أكثر من بديل

تشير بيانات الجدول (١٤) إلى تصدر "شبكات التواصل الاجتماعي" قائمة أهم الوسائل الاتصالية المؤثرة على إحداث حالة الحراك السياسي داخل المجتمع من وجهة نظر أفراد العينة من النخبة وذلك بنسبة (٩٥,٥%)، تلتها "القنوات الفضائية" بنسبة (٥٧,٥%)، ثم "الصحف الإلكترونية" (٦٥,٠%)، ثم الصحف الخاصة (٤٦,٥%)، ثم "رأى الجماعة المرجعية" (٤٥,٠%)، ثم "الصفوة داخل المجتمع" (٤٤,٥%)، وتعكس هذه النتيجة إذا ما تم ربطها بنتيجة الجدول السابق رؤية أفراد النخبة من عينة الدراسة لشبكات التواصل الاجتماعي باعتبارها الألية الأهم في إطار إحداث حالة الحراك السياسي في المجتمع.

٦- الدور المأمول من النخبة داخل أي مجتمع في إطار حالة الحراك السياسي التي يمر به المجتمع من وجهة نظر أفراد العينة من النخبة المصرية:

٧-

جدول (١٥) الدور المأمول من النخبة داخل أي مجتمع في إطار حالة الحراك السياسي التي يمر به المجتمع من وجهة نظر أفراد العينة من النخبة المصرية.

دور النخبة داخل المجتمع	ك	%
١- توجيه المجتمع إلى مواطن القوة والضعف به.	١٢٩	٦٤,٥
٢- التعرف على أسباب الخلل داخل المجتمع ومحاولة تقديم الحلول الناجزة لها.	١١٤	٥٧,٠
٣- أن تكون النخبة حلقة الوصل بين المجتمع والسلطة الحاكمة.	١٠٠	٥٠,٠
٤- التعبير عن هموم الوطن في الأعمال المنتجة سواء أبحاث أو أعمال أدبية.	٩٠	٤٥,٠%
٥- التخلص من النزعة إلى جلد الذات والانتباه إلى ضرورة بناء المجتمع.	٨٠	٤٠,٠
ن	٢٠٠	

يختار المبحوث أكثر من بديل

تشير بيانات الجدول (١٥) إلى أن الدور المأمول من النخبة داخل أي مجتمع في إطار حالة الحراك السياسي التي يمر بها المجتمع من وجهة نظر أفراد العينة من النخبة جاء بالترتيب التالي: "توجيه المجتمع إلى مواطن القوة والضعف" في المرتبة الأولى بنسبة (٦٤,٥%)، ثم "التعرف على أسباب الخلل داخل المجتمع ومحاولة تقديم الحلول الناجزة لها" (٥٧,٠%)، ثم "أن تكون النخبة حلقة الوصل بين المجتمع والسلطة الحاكمة" بنسبة (٥٠,٠%)، ثم "التعبير عن هموم الوطن في الأعمال المنتجة سواء أبحاث أو أعمال أدبية" بنسبة (٤٥,٠%)، وأخيراً "التخلص من النزعة إلى جلد الذات والانتباه إلى ضرورة بناء المجتمع" بنسبة (٤٠,٠%).

٨- رؤية أفراد النخبة لمدى تحقق دورها الفعلي في إطار حالة الحراك السياسي الذي يعيشه المجتمع المصري: (مقارنة بين الدور المأمول والفعلي للصفوة في إطار حالة الحراك السياسي الذي يمر به المجتمع المصري):

جدول (١٦) رؤية أفراد النخبة لمدى تحقق هذا الدور بالفعل في إطار حالة الحراك السياسي الذي يعيشه المجتمع المصري

مدى تحقق دور الصفوة	ك	%
١- تحقق على نحو كبير.	٥٦	٢٨,٠
٢- تحقق على نحو متوسط.	١١٧	٥٨,٥
٣- لم يتحقق بالشكل المطلوب.	٢٧	١٣,٥
المجموع	٢٠٠	١٠٠%

تشير بيانات الجدول (١٦) إلى أن رؤية أفراد النخبة المصرية لمدى تحقق دورها الأساسي المنوط بها بالفعل في إطار حالة الحراك السياسي والاجتماعي الذي يعيشه المجتمع المصري قد اتجهت إلى التحقق على نحو "متوسط" وذلك بنسبة (٥٨,٥%) من أفراد عينة الدراسة، في حين يرى نسبة (٢٨,٠%) من أفراد العينة أنها تحققت على نحو "كبير"، وتري النسبة الباقية (١٣,٥%) أنها لم تتحقق بالشكل المطلوب، وهو ما يعكس عدم الرضا الكامل من قبل أفراد عينة الدراسة عن دورها المأمول في ظل حالة الحراك السياسي الذي يعيشه المجتمع المصري، وقد يكون هذا مرجعه الدور الطبيعي للشباب الذي سبق وقاد ثورة ٢٥ يناير وذلك في الوقت الذي من المفترض فيه أن تفجر النخبة هذه الثورة وتقومها.

ثالثاً نتائج اختبار فروض الدراسة:**الفرض الرئيسي الأول**

- ١- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المتغيرات الديموجرافية لأفراد النخبة من عينة الدراسة (الجنس، العمر، نوع النخبة) وبين كل من:
- أ- حجم التعرض السياسي لشبكات التواصل الاجتماعي.
- ب- دوافع هذا التعرض.
- ج- الاتجاه نحو شبكات التواصل الاجتماعي كآلية لإحداث الحراك السياسي في المجتمع.
- ١/١ توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين نوع المبحوث وحجم التعرض السياسي لشبكات التواصل الاجتماعي.

جدول (١٧) الفروق الإحصائية بين النوع وحجم التعرض السياسي لشبكات التواصل الاجتماعي

حجم التعرض	النوع	حجم العينة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة (ت)	درجة الحرية	مستوى المعنوية
١- حجم التعرض السياسي لشبكات التواصل.	ذكر	١٥٣	٤,٦٥	١,٤٣	٠,٦٦٠-	١٨٥	٠,٥٠٠
	أنثى	٤٧	٤,٦٢	١,٦١			

باستخدام اختبار (t) يتضح من بيانات الجدول (١٧) أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث من أفراد عينة الدراسة من النخبة المصرية في حجم تعرضهم السياسي لشبكات التواصل الاجتماعي (الفايس بوك وتويتر).

٢/١ توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين النوع ودوافع التعرض السياسي لشبكات التواصل الاجتماعي.**جدول (١٨) الفروق الإحصائية بين النوع ودوافع التعرض السياسي لشبكات التواصل الاجتماعي.**

دوافع التعرض	النوع	حجم العينة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة (ت)	درجة الحرية	مستوى المعنوية
دوافع التعرض لشبكات التواصل الاجتماعي	ذكر	١٥٣	١١,٠٠	٢,٦٩	٠,٤١٥-	١٨٥	٠,٦٧٩
	أنثى	٤٧	١١,١٨	٢,٤٩			
دوافع التعرض الطقوسية لشبكات التواصل الاجتماعي	ذكر	١٥٣	٦,٢١	١,٨٧	٢,٢٩٥-	٥٨,٦٨	٠,٠٦٠
	أنثى	٤٧	٧,٠٣	٢,٤٠			

تشير بيانات الجدول (١٨) إلى عدم وجود فروق دالة إحصائية بين نوع المبحوثين في دوافع تعرضهم السياسي لشبكات التواصل الاجتماعي سواء النفعية منها أو الطقوسية.

* تم قبول نتائج كل الاختبارات الإحصائية المستخدمة عند درجة ثقة ٩٥% فأكثر، أي عند مستوى معنوية ٠,٠٥ فأقل.

٣/١- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين نوع المبحوث والاتجاه نحو شبكات التواصل الاجتماعي كآلية لإحداث الحراك السياسي.

جدول (١٩) الفروق الإحصائية بين النوع والاتجاه السياسي نحو شبكات التواصل الاجتماعي كإحدى آليات الحراك السياسي داخل المجتمع.

الاتجاه	النوع	حجم العينة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة (ت)	درجة الحرية	مستوى المعنوية
الاتجاه نحو شبكات التواصل	ذكر	١٥٣	٣٠,٨٢	٣,٩٥	٠,٦٤٦-	١٩٨	٠,٤٩٧
	أنثى	٤٧	٣٠,٧٨	٤,٣٥			

يتضح من بيانات الجدول (١٩) عدم وجود فروق دالة إحصائية بين نوع المبحوثين في اتجاههم نحو شبكات التواصل الاجتماعي كإحدى آليات الحراك السياسي داخل المجتمع.

٤/١ توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين فئات عمر المبحوث وحجم تعرضهم السياسي لشبكات التواصل الاجتماعي.

جدول (٢٠) الفروق الإحصائية بين فئات عمر المبحوثين وحجم تعرضهم السياسي لشبكات التواصل الاجتماعي.

حجم التعرض	فئات العمر	حجم العينة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجات الحرية	قيمة (F)	مستوى المعنوية
حجم التعرض السياسي لشبكات التواصل	أقل من ٤٠	٢٧	٥,٠٦	١,٤٩	١٨٣	١,٨٢٢	٠,٠٠٥
	من ٤٠ لأقل من ٥٠	٧٥	٤,٨٢	١,٥٦			
	من ٥٠ لأقل من ٦٠	٧٠	٤,٦٧	١,٣٩			
	من ٦٠ فأكثر	٢٨	٤,٣٧	١,٤٦			

تشير بيانات الجدول (٢٠) إلى وجود فروق دالة إحصائية بين فئات عمر المبحوثين من النخبة المصرية في حجم تعرضها السياسي لشبكات التواصل الاجتماعي، حيث بلغت قيمة معامل ANOVA (١,٨٢٢)، وذلك عند مستوى معنوية (٠,٠٠٥)، وقد جاءت الفروق لصالح الفئة الأصغر سناً (الأقل من ٤٠ سنة) لشبكات التواصل الاجتماعي المتوسطة الحسابي الأعلى (٥,٠٦)، وهو ما يعنى أنها جاءت الفئة الأكثر استخداماً وهو ما يمكن تبريره في إطار وجود ارتباط بين فئة الشباب واستخدام الإنترنت بشكل عام.

٥/١ توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين فئات عمر المبحوثين ودوافع تعرضهم السياسي لشبكات التواصل الاجتماعي.

جدول (٢١) الفروق الإحصائية بين فئات عمر المبحوثين ودوافع تعرضهم السياسي لشبكات التواصل الاجتماعي.

دوافع التعرض	فئات العمر	حجم العينة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجات الحرية	قيمة (F)	مستوى المعنوية
دوافع التعرض النفعية لشبكات التواصل الاجتماعي	أقل من ٤٠	٢٧	١١,١٧	٢,٧٧	١٨٣	٢,٠٥٦	٠,١٢٢
	٤٠ من أقل	٧٥	٩,٦٤	١,٩٧			
	٥٠ من أقل من ٦٠	٧٠	١٠,٦٥	٢,٨٥			
	٦٠ فأكثر	٢٨	٩,٥٠	٢,٦٩			
دوافع التعرض الطوقسية لشبكات التواصل الاجتماعي	أقل من ٤٠	٢٧	٧,٠٦	١,٨٠	١٨٣	١,٨٢٦	٠,١٢٣
	٤٠ من أقل	٧٥	٦,٥٨	١,٨٤			
	٥٠ من أقل من ٦٠	٧٠	٦,٢٩	١,٧٢			
	٦٠ فأكثر	٢٨	٦,٠٤	١,٥٤			

تشير بيانات الجدول (٢١) إلى عدم وجود فروق دالة إحصائية بين فئات عمر المبحوثين من النخبة المصرية وذلك في دوافع تعرضها السياسي لشبكات التواصل الاجتماعي سواء كانت دوافع التعرض الطوقسية أو النفعية.

٦/١ - توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين فئات عمر المبحوثين والاتجاه نحو شبكات التواصل الاجتماعي كآلية لإحداث الحراك السياسي.

جدول (٢٢) الفروق الإحصائية بين فئات عمر المبحوثين والاتجاه نحو شبكات التواصل الاجتماعي كآلية لإحداث الحراك السياسي

الاتجاه	فئات العمر	حجم العينة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجات الحرية	قيمة (F)	مستوى المعنوية
الاتجاه نحو شبكات التواصل الاجتماعي	أقل من ٤٠	٢٧	٣٩,٩٥	٤,٤٩	١٩٦,٣	٠,٥٢١	٠,٠٠٥
	٤٠ من أقل	٧٥	٣٠,٥٦	٢,٩٥			
	٥٠ من أقل من ٦٠	٧٠	٣١,٥٣	٢,٦٤			
	٦٠ فأكثر	٢٨	٣٠,٥٧	٤,٤٤			

تشير بيانات الجدول (٢٢) إلى وجود فروق دالة إحصائية بين فئات عمر المبحوثين من النخبة المصرية وذلك في اتجاهها نحو شبكات التواصل الاجتماعي من حيث اعتبارها إحدى آليات الحراك السياسي داخل المجتمع، حيث بلغت قيمة معامل ANOVA (٠,٥٢١)، وذلك عند مستوى معنوية (٠,٠٠٥)، وقد جاءت هذه الفروق لصالح الفئة العمرية الأصغر سناً والممتدة أعمارهم من أقل من ٤٠ سنة، حيث بلغ المتوسط الحسابي لها (٣٩,٩٥)، وهو ما يعني أنها الفئة الأكثر رؤية لشبكات التواصل الاجتماعي باعتبارها إحدى آليات الحراك السياسي داخل المجتمع، وتتفق هذه النتيجة مع تلك المشار إليها

في الجدول رقم (٢٠)، من حيث ارتباط هذه الفئة بشبكات التواصل الاجتماعي على نحو أكبر من باقي الفئات العمرية الأخرى لأفراد العينة من النخبة المصرية.

٧/١ توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين نوع النخبة وحجم تعرضها السياسي لشبكات التواصل الاجتماعي.

جدول (٢٣) الفروق الإحصائية بين فئات عمر المبحوثين وحجم التعرض السياسي لشبكات التواصل الاجتماعي

حجم التعرض	نوع النخبة	حجم العينة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجات الحرية	قيمة (F)	مستوى المعنوية
حجم التعرض السياسي لشبكات التواصل الاجتماعي	الأدبية	٥٠	١٠,١٦	٢,٧٩	١٨٣	٢,٠٢٦	٠,٠٠٢
	إعلامية	٥٢	٩,٦٦	١,٠٨			
	أكاديمية	٥٠	١٠,٦٨	٢,٨٩			
	سياسية	٤٨	١١,٥٢	٢,٦٩			

تشير بيانات الجدول (٢٣) إلى وجود فروق دالة إحصائية بين نوع النخبة وحجم تعرضها السياسي لشبكات التواصل الاجتماعي، حيث بلغت قيمة ANOVA (٢,٠٢٦)، وذلك عند مستوى معنوية (٠,٠٠٢)، وقد جاءت هذه الفروق لصالح فئة النخبة السياسية صاحبة المتوسط الحسابي الأعلى (١١,٥٢)، وهو ما يعنى ان أفراد عينة الصفوة السياسية جاؤوا الأكثر من حيث حجم استخدامهم السياسي لشبكات التواصل الاجتماعي وقد يكون هذا مرجعه ارتباط الاستخدام السياسي لهذه الشبكات بطبيعة عملهم بشكل مباشر، وربما رغبة منهم في الأطلاع المستمر على مستجدات الأمور السياسية فضلاً عن التعرف على الآراء والمناقشات الدائرة على هذه المواقع باعتبارها مؤشراً للآراء المطروحة حول المواقف السياسية المختلفة.

٨/١ توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين نوع النخبة ودوافع تعرضهم السياسي لشبكات التواصل الاجتماعي.

جدول (٢٤) الفروق الإحصائية بين نوع النخبة ودوافع تعرضهم السياسي لشبكات التواصل الاجتماعي

دوافع التعرض	نوع النخبة	حجم العينة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجات الحرية	قيمة (F)	مستوى المعنوية
دوافع التعرض السياسي لشبكات التواصل الاجتماعي	الأدبية	٥٠	١٤,١٧	٢,٧٨	١٨٣	٢,٠٦٦	٠,١٢٢
	إعلامية	٥٢	٩,٦٨	١,٦٨			
	أكاديمية	٥٠	١٢,٦١	٢,٦٢			
	سياسية	٤٨	٩,٥٢	٢,٦٤			
دوافع التعرض الطقوسية للتلفزيون	الأدبية	٥٠	٧,٢٤	١,٨١	١٨٣	١,٨٦٦	٠,١٤٢
	إعلامية	٥٢	٦,٢٥٢	١,٢٠			
	أكاديمية	٥٠	٦,٢٠	١,٧٢			
	سياسية	٤٨	٦,٠٦	١,٥٠			

تشير بيانات الجدول (٢٤) إلى عدم وجود فروق دالة إحصائية بين نوع النخبة من حيث كونها نخبة أدبية - سياسية - أكاديمية - سياسية وذلك في دوافع تعرضهم السياسي لشبكات التواصل الاجتماعي سواء كانت هذه الدوافع نفعية أم طقوسية.

٩/١- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين نوع النخبة والاتجاه نحو شبكات التواصل الاجتماعي كآلية لإحداث الحراك السياسي.

جدول (٢٥) الفروق الإحصائية بين نوع النخبة والاتجاه نحو شبكات التواصل الاجتماعي كآلية لإحداث الحراك السياسي

الاتجاه	نوع النخبة	حجم العينة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجات الحرية	قيمة (F)	مستوى المعنوية
الاتجاه نحو شبكات التواصل	الأدبية	٥٠	١٠,٥٧	٢,٥٨	١٨٣	٢,٠٢٦	٠,٠٠٢
	إعلامية	٥٢	١٢,٦٥	١,٩٨			
	أكاديمية	٥٠	١٠,٥١	٢,٥٢			
	سياسية	٤٨	٩,٥٢	٢,٥٤			

تشير بيانات الجدول رقم (٢٥) إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين نوع النخبة من أفراد عينة الدراسة وذلك من حيث من حيث اتجاهها نحو شبكات التواصل الاجتماعي كإحدى آليات الحراك السياسي داخل المجتمع المصري، وذلك عند مستوى معنوية (٠,٠٠٢)، وقد جاءت هذه الفروق لصالح فئة النخبة الإعلامية صاحبة المتوسط الحسابي الأعلى (١٢,٦٥)، وهو ما يعنى أنها كانت الفئة الأكثر من حيث اتجاهاتها نحو شبكات التواصل الاجتماعي كإحدى آليات الحراك السياسي داخل المجتمع، وهو ما يمكن تفسيره في ضوء إدراكها لطبيعة شبكات التواصل الاجتماعي من حيث طبيعتها الاتصالية وقدرتها على التأثير المحتمل على قطاع عريض من الجمهور مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية.

- الفرض الرئيسي الثاني:

٢- توجد علاقة ارتباط بين حجم استخدام النخبة السياسي لشبكات التواصل الاجتماعي وكل من:

أ- دوافع هذا الاستخدام.

ب- الاتجاه نحو شبكات التواصل الاجتماعي كآلية لإحداث الحراك السياسي.

ج- درجة تقييم شبكات التواصل الاجتماعي كآلية لإحداث الحراك السياسي في المجتمع.

١/٢- توجد علاقة ارتباط بين حجم استخدام النخبة السياسي لشبكات التواصل الاجتماعي ودوافع هذا الاستخدام.

جدول (٢٦) علاقة حجم التعرض السياسي لشبكات التواصل الاجتماعي بدوافع التعرض لها.

الدوافع الضمنية		الدوافع النفعية		دوافع التعرض
مستوى المعنوية (p)	قيمة معامل ارتباط بيرسون (r)	مستوى المعنوية (p)	قيمة معامل ارتباط بيرسون (r)	
٠,١٧٩	٠,٠٨٩	٠,٠٠٠	٠,٣٧٢	حجم التعرض لشبكات التواصل الاجتماعي
١٨٧				ن

باستخدام معامل بيرسون، يتضح من بيانات الجدول (٢٦) وجود ارتباط طردى بين حجم تعرض أفراد عينة الدراسة السياسي لشبكات التواصل الاجتماعي ودوافعهم النفعية لمتابعة هذه الشبكات، وهذا

* اعتبرت العلاقة ضعيفة إذا كانت قيمة معامل ارتباط بيرسون أقل من ٠,٣٠، ومتوسطة ما بين ٠,٣٠ - ٠,٧٠، وقوية إذا زادت عن ٠,٧٠.

الملاحق :

ملحق رقم (١) الاستبانة

ضع علامة (✓) داخل مستطيل الإجابة التي اخترتها:

١- فضلا حدد جنسك؟

أنثى	ذكر

٢- فضلا حدد عمرك؟

٢٤ فما فوق	23-21 سنة	20-18 سنة	١٥ - 17 سنة

٣- العام الدراسي الجامعي:

الرابع	الثالث	الثاني	الأول

٤- فضلا حدد الحالة الاجتماعية؟

مطلق	اعزب	متزوج

٥- فضلا حدد الوسيلة التي تدخل بها لمواقع التواصل؟

مقاهي الإنترنت	لاب توب	الجوال

٦- هل تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي على الانترنت؟

لا	نعم

٧- ماهي أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي تستخدمها؟

اخرى تذكر	تويتر	فيس بوك

٨- فضلا حدد عدد الساعات التي تقضها في متابعة مواقع التواصل الاجتماعي يوميا؟

١ - 2 ساعة	3-4 ساعات	5- فاكثر

٩- فضلا حدد الموضوعات التي تناقشها غالباً مع الآخرين في مواقع التواصل الاجتماعي؟

الارتباط متوسط، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون (٠,٣٧٢) وهى قيمة ارتباط موجبة متوسطة، وهذا يعنى أنه عند زيادة الدوافع النفعية لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي لدى أفراد العينة فإنه يزيد معها حجم تعرضهم السياسى لهذه الشبكات، والعكس صحيح، ويمكن تفسير ذلك فى ضوء أن الدوافع النفعية تتفق مع طبيعة المضمون السياسى الذى يتعرض له أفراد النخبة على مواقع التواصل الاجتماعي والمضامين السياسية من المضامين الجادة، وبالتالي فزيادة الدوافع النفعية للتعرض لهذا المضمون تقود إلى حجم عالى من التعرض السياسى لهذه الشبكات الاجتماعية.

كما تشير نتائج نفس الجدول إلى عدم وجود ارتباط بين حجم تعرض الصفوة السياسى لشبكات التواصل الاجتماعي ودوافعهم الطقوسية لهذا التعرض.

٢/٢- توجد علاقة ارتباط بين حجم التعرض السياسى لشبكات التواصل الاجتماعي واتجاه الصفوة نحوها كآلية لإحداث الحراك السياسى داخل المجتمع.

جدول (٢٧) علاقة حجم التعرض السياسى لشبكات التواصل الاجتماعي باتجاه الصفوة نحوها كآلية لإحداث الحراك السياسى.

حجم التعرض السياسى لشبكات التواصل الاجتماعي		حجم التعرض	الاتجاه
p	r		
٠,٠٠٥	٠,٧٦٣		الاتجاه نحو شبكات التواصل الاجتماعي
١٨٧			ن

تشير بيانات الجدول (٢٧) إلى وجود ارتباط طردى بين حجم تعرض أفراد النخبة السياسى لشبكات التواصل الاجتماعي وبين اتجاههم نحو شبكات التواصل الاجتماعي كإحدى آليات الحراك السياسى داخل المجتمع، وهذا الارتباط قوى، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون (٠,٧٦٣) وهى قيمة موجبة قوية، وهو ما يعنى أنه كلما زادت الاتجاهات الايجابية لدى أفراد العينة نحو شبكات التواصل الاجتماعي واعتبارها بالفعل إحدى آليات الحراك السياسى داخل المجتمع كلما زاد التعرض لهذه المواقع.

٣/٢- توجد علاقة ارتباط بين حجم استخدام النخبة السياسى لشبكات التواصل الاجتماعي ودرجة تقييم شبكات التواصل الاجتماعي كآلية لإحداث الحراك السياسى فى المجتمع.

جدول (٢٨) العلاقة بين حجم استخدام النخبة السياسى لشبكات التواصل الاجتماعي ودرجة تقييم شبكات التواصل الاجتماعي كآلية لإحداث الحراك السياسى فى المجتمع.

حجم التعرض السياسى لشبكات التواصل الاجتماعي		حجم التعرض	درجة التقييم
p	r		
٠,٠٢٦	٠,٨٦٥		درجة تقييم شبكات التواصل الاجتماعي
١٨٧			ن

تشير بيانات الجدول (٢٨) إلى وجود ارتباط طردى بين حجم تعرض أفراد النخبة السياسى لشبكات التواصل الاجتماعي وبين درجة تقييمهم لشبكات التواصل الاجتماعي كإحدى آليات الحراك السياسى داخل المجتمع، وهذا الارتباط قوى، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون (٠,٨٦٥) وهى قيمة موجبة قوية، وهو ما يعنى أنه كلما زادت درجة تقييم أفراد العينة الدراسة لشبكات التواصل الاجتماعي كلما زاد التعرض السياسى لهذه المواقع، وترتبط هذه النتيجة بسابقتها من حيث وجود ارتباط طردى بين الاتجاه نحو شبكات التواصل الاجتماعي وزيادة حجم التعرض السياسى لها.

- الفرض الرئيسي الثالث:

٣- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين درجة الاحتكاك الثقافي للنخبة بالثقافات الأخرى وبين كل من:
أ- حجم الاستخدام السياسي لشبكات التواصل الاجتماعي.
ب- دوافع هذا الاستخدام.

ج- الاتجاه نحو شبكات التواصل الاجتماعي كآلية لإحداث الحراك السياسي.

١/٣ توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين درجة الاحتكاك الثقافي للنخبة بالثقافات الأخرى وحجم استخدامها

استخدامها السياسي لشبكات التواصل الاجتماعي.
جدول (٢٩) الفروق الإحصائية بين درجة الاحتكاك الثقافي للنخبة بالثقافات الأخرى وحجم استخدامها السياسي لشبكات التواصل الاجتماعي.

حجم التعرض	درجة الاحتكاك الثقافي	حجم العينة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجات الحرية	قيمة (F)	مستوى المعنوية
حجم التعرض لشبكات التواصل الاجتماعي	منخفض	٤٠	٤,٧٢	١,٥٩	١٤٨,٢	٠,٦٢٠	٠,٠٠٣
	متوسط	١١٢	٤,٧٩	١,٥٥			
	مرتفع	٤٨	٦,٧٥	١,٥٩			

تشير بيانات الجدول (٢٩) إلى وجود فروق دالة إحصائية بين درجات الاحتكاك الثقافي لأفراد العينة بالثقافات الأخرى وذلك في حجم تعرضها السياسي لشبكات التواصل الاجتماعي، حيث بلغت قيمة معامل ANOVA (٠,٦٢٠) وذلك عند مستوى معنوية (٠,٠٠٣)، وقد جاءت الفروق لصالح فئة "ذوى درجة الاحتكاك الثقافي المرتفعة بالثقافات الأخرى" صاحبة المتوسط الحسابي الأعلى (٦,٧٥)، وبالتالي يمكن القول بأن أفراد عينة الدراسة من النخبة المصرية ممن لديهم درجة احتكاك ثقافي أكبر بالثقافات الأخرى جاءوا أكثر استخداماً لشبكات التواصل الاجتماعي في الأمور السياسية.

٢/٣ توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين درجة الاحتكاك الثقافي للنخبة بالثقافات الأخرى ودوافع الاستخدام السياسي لشبكات التواصل الاجتماعي.

جدول (٣٠) الفروق الإحصائية بين درجة الاحتكاك الثقافي للنخبة بالثقافات الأخرى ودوافع الاستخدام السياسي لشبكات التواصل الاجتماعي.

دوافع التعرض	درجة الاحتكاك الثقافي	حجم العينة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجات الحرية	قيمة (F)	مستوى المعنوية
الدوافع النفعية	منخفض	٤٠	٩,٨١	٢,٤٨	١٨٤,٢	٠,٧١٥	٠,٤٩٠
	متوسط	١١٢	١٠,٢٣	٢,٥٣			
	مرتفع	٤٨	٩,٧٢	٢,٧٠			
الدوافع الطقوسية	منخفض	٤٠	٦,٤٩	١,٦٨	١٨٤,٢	١,٢٧٥	٠,٢٨٢
	متوسط	١١٢	٦,٤٧	١,٨٢			
	مرتفع	٤٨	٥,٨٨	١,٤٢			

تشير بيانات الجدول (٢٠) إلى عدم وجود فروق دالة إحصائية بين درجات الاحتكاك الثقافي لأفراد العينة من النخبة المصرية بالثقافات الأخرى وبين دوافع تعرضهم السياسي لشبكات التواصل الاجتماعي سواء النفعية منها أو الطقوسية على حد سواء.

٣/٣- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين درجة الاحتكاك الثقافي للنخبة بالثقافات الأخرى واتجاهها نحو شبكات التواصل الاجتماعي كآلية لإحداث الحراك السياسي.

جدول (٣١) الفروق الإحصائية بين درجة الاحتكاك الثقافي للنخبة بالثقافات الأخرى واتجاهها نحو شبكات التواصل الاجتماعي كآلية لإحداث الحراك السياسي.

الاتجاه	درجة الاحتكاك الثقافي	حجم العينة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجات الحرية	(F) قيمة	مستوى المعنوية
الاتجاه نحو شبكات التواصل الاجتماعي	منخفض	٤٠	٢١,٦٦	٣,٢٩	١٩٧,٢	٢,٦٥٢	٠,٠٠٢
	متوسط	١١٢	٢٠,٦٩	٤,٢٤			
	مرتفع	٤٨	٣١,٨٩	٢,١			

تشير بيانات الجدول (٣١) إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين درجات الاحتكاك الثقافي لأفراد عينة الدراسة من النخبة بالثقافات الأخرى وذلك في اتجاهاتها نحو شبكات التواصل الاجتماعي كإحدى آليات إحداث الحراك السياسي داخل المجتمع، حيث بلغت قيمة ANOVA (٢,٦٥٢) وذلك عند مستوى معنوية (٠,٠٠٢)، وقد جاءت هذه الفروق لصالح فئة "ذوي الاحتكاك الثقافي المرتفع بالثقافات الأخرى" صاحبة المتوسط الحسابي الأعلى (٣١,٨٩)، وهو ما يمكن القول معه بأن فئة "ذوي الاحتكاك الثقافي المرتفع" بالثقافات الأخرى من أفراد عينة الدراسة من الصفوة المصرية كان لديهم اتجاهات أقوى نحو اعتبار شبكات التواصل الاجتماعي إحدى آليات إحداث الحراك السياسي داخل المجتمع المصري، وفي الوقت نفسه فيمكن ربط هذه النتيجة بالنتيجة الموجودة بجدول رقم (٢٩) حيث يمكن القول إجمالاً بأن الفئة الأكثر احتكاكاً بالثقافات الأخرى من عينة الدراسة يزداد لديها حجم التعرض السياسي لشبكات التواصل الاجتماعي، وفي الوقت نفسه يزداد لديها الاتجاه باعتبار شبكات التواصل الاجتماعي إحدى آليات الحراك السياسي داخل المجتمع.

- خلاصة نتائج الدراسة:

تتمثلت المشكلة البحثية لهذه الدراسة في محاولة التعرف على اتجاه الصفوة المصرية نحو شبكات التواصل الاجتماعي كإحدى آليات إحداث الحراك السياسي داخل المجتمع المصري، مع التطرق إلى التعرف على طبيعة الاستخدام السياسي من جانب هذه النخبة لشبكات التواصل الاجتماعي من حيث حجمة ودوافعه، فضلاً عن التعرف على أهم الوسائل الاتصالية المؤثرة على إحداث حالة الحراك السياسي داخل المجتمع من وجهة نظر هذه النخبة، مع مقارنة الدور المأمول من هذه النخبة في إطار عملية الحراك السياسي بدورها الفعلي على أرض الواقع.

وقد تم تطبيق هذه الدراسة على ٢٠٠ مفردة من النخبة المصرية التي تم تقسيمها إلى أربع فئات رئيسية تمثلت في النخبة الأدبية والنخبة الأكاديمية والنخبة الإعلامية والنخبة السياسية، ومن خلال صحيفة استقصاء تم تطبيقها بالمقابلة مع أفراد عينة الدراسة توصلت الدراسة لعدد من النتائج أهمها:

- تصدرت الاستخدامات السياسية قائمة أهم استخدامات النخبة المصرية لشبكات التواصل الاجتماعي وذلك بنسبة (١٠٠%) من أفراد العينة، تلاها استخدامها في "المجال العلمي وتبادل الأبحاث العلمية"، ثم استخدامها في المجالات الثقافية المختلفة، ثم الاستخدام الديني، ثم الاستخدام الترفيهي، ثم مشاهدة

الفيديوهات المختلفة، وأخيراً بث الفيديوهات المختلفة، وبشكل عام تشير نتائج هذا الجدول إلى تصدر استخدام المضامين الجادة قائمة أهم المضامين المستخدمة من قبل أفراد الصفوة لشبكات التواصل الاجتماعي مع تصدر المضامين السياسية لهذه القائمة.

- النسبة الأكبر من أفراد عينة الدراسة جاء حجم تعرضها السياسي مرتفعاً لشبكات التواصل الاجتماعي، تلاها من هم حجم تعرضهم متوسطاً، وأخيراً من هم حجم تعرضهم ضيف لها، وبالتالي يمكن القول بزيادة حجم تعرض النخبة من أفراد عينة الدراسة السياسي لشبكات التواصل الاجتماعي.

- تصدر دافع "التعرف على مستجدات الأوضاع السياسية في مصر والعالم" قائمة أهم دوافع التعرض السياسي لشبكات التواصل الاجتماعي من قبل أفراد عينة الدراسة، تلاه دافع "اكتساب معلومات وخبرات سياسية تهمني"، ثم دافع "حاجتي إلى فهم الواقع على نحو أفضل"، ثم دافع "التعرف على آراء الآخرين على المواقف السياسية المختلفة"، ثم "الحاجة إلى التفاعل الاجتماعي من خلال مناقشة ما أشاهده مع الآخرين"، ثم دافع "حاجتي إلى اكتساب الشعور بالانتماء"، ثم "التسلية وتمضية الوقت"، ثم "مجرد الاعتياد على هذه الوسيلة"، وأخيراً دافع "قراءة التعليقات الساخرة على المواقف السياسية المختلفة".

وبشكل عام تشير هذه النتيجة إلى تصدر الدوافع النفعية لاستخدام النخبة لشبكات التواصل الاجتماعي على مثيلاتها الطقوسية وذلك في إطار الاستخدام السياسي لهذه المواقع.

- اتجاه النخبة الإيجابي نحو اعتبار شبكات التواصل الاجتماعي إحدى آليات الحراك السياسي داخل المجتمع المصري، وقد اتضح ذلك من تصدر العبارات المؤيدة لاعتبار شبكات التواصل الاجتماعي إحدى أهم آليات حدوث الحراك السياسي داخل المجتمع.

- أما عن أهم الوسائل الاتصالية المؤثرة على إحداث الحراك السياسي داخل المجتمع من وجهة نظر النخبة تصدرت "شبكات التواصل الاجتماعي" قائمة أهم الوسائل الاتصالية المؤثرة على إحداث حالة الحراك السياسي داخل المجتمع من وجهة نظر أفراد العينة من النخبة، تلتها "القنوات الفضائية"، ثم "الصحف الإلكترونية"، ثم "الصحف الخاصة"، ثم "رأي الجماعة المرجعية"، ثم "الصفوة داخل المجتمع".

أما عن رؤية أفراد النخبة لدورها الذي يفترض أن يؤديه في المجتمع فجاء بالترتيب التالي: "توجيه المجتمع إلى مواطن القوة والضعف به"، ثم "التعرف على أسباب الخلل داخل المجتمع ومحاولة تقديم الحلول الناجزة لها"، ثم "أن تكون النخبة حلقة الوصل بين المجتمع والسلطة الحاكمة"، ثم "التعبير عن هموم الوطن في الأعمال المنتجة سواء أبحاث أو أعمال أدبية"، وأخيراً "التخلص من النزعة إلى جلد الذات والانتباه إلى ضرورة بناء المجتمع".

وعن رؤية أفراد النخبة المصرية من عينة الدراسة لمدى تحقق دورها الأساسي المنوط بها بالفعل في إطار حالة الحراك السياسي والاجتماعي الذي يعيشه المجتمع المصري فقد رأت النسبة الأكبر (٥٨,٥%) أن هذا الدور تحقق على نحو "متوسط"، وهو ما يعكس عدم الرضا الكامل لأفراد العينة من النخبة المصرية تجاه دورها المأمول منها تجاه المجتمع، وأنها لم يكن لها الدور الطبيعي في إحداث عملية الحراك السياسي والمجتمعي.

وعن نتائج اختبار فروض الدراسة فقد جاءت على النحو التالي:

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث من أفراد عينة الدراسة من النخبة المصرية في كل من حجم تعرضهم السياسي لشبكات التواصل الاجتماعي (الفيس بوك وتويتر) واتجاههم نحو شبكات التواصل الاجتماعي كإحدى آليات الحراك السياسي داخل المجتمع، وكذلك دوافع تعرضهم السياسي لشبكات التواصل الاجتماعي النفعية، في حين وجدت فروق ذات دلالة إحصائية بين نوع

- المبحوثين في دوافع تعرضهم الطقوسية للمواد السياسية على شبكات التواصل الاجتماعي، وقد جاءت هذه الفروق لصالح فئة الإناث.
- وجود فروق دالة إحصائياً بين فئات عمر المبحوثين من النخبة المصرية في حجم تعرضها السياسي لشبكات التواصل الاجتماعي، وقد جاءت الفروق لصالح الفئة الأصغر سناً (الأقل من ٤٠ سنة).
 - عدم وجود فروق دالة إحصائياً بين فئات عمر المبحوثين من النخبة المصرية وذلك في كل من دوافع تعرضها السياسية لشبكات التواصل الاجتماعي سواء النفعية منها أو الطقوسية،
 - وجود فروق دالة إحصائياً بين فئات عمر المبحوثين من النخبة المصرية وذلك في اتجاهها نحو شبكات التواصل الاجتماعي من حيث اعتبارها إحدى آليات الحراك السياسي داخل المجتمع، وقد جاءت هذه الفروق لصالح الفئة العمرية الأصغر سناً والممتدة أعمارهم من أقل من ٤٠ سنة.
 - وجود فروق دالة إحصائياً بين نوع النخبة وحجم تعرضها السياسي لشبكات التواصل الاجتماعي، وقد جاءت هذه الفروق لصالح فئة النخبة السياسية.
 - عدم وجود فروق دالة إحصائياً بين نوع النخبة من حيث كونها نخبة أدبية - سياسية - أكاديمية - سياسية وذلك في دوافع تعرضهم السياسي لشبكات التواصل الاجتماعي سواء كانت هذه الدوافع نفعية أم طقوسية.
 - وجود فروق دالة إحصائياً بين نوع النخبة من أفراد عينة الدراسة وذلك من حيث اتجاهها نحو شبكات التواصل الاجتماعي كإحدى آليات الحراك السياسي داخل المجتمع المصري، وقد جاءت هذه الفروق لصالح فئة النخبة الإعلامية.
 - وجود علاقة ارتباط طردية متوسطة بين حجم تعرض أفراد عينة الدراسة السياسي لشبكات التواصل الاجتماعي ودوافعهم النفعية لمتابعة هذه الشبكات، وهو ما يعنى أنه عند زيادة الدوافع النفعية لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي لدى أفراد العينة فإنه يزيد معها حجم التعرض لهذه الشبكات السياسي، والعكس صحيح.
 - عدم وجود ارتباط بين حجم تعرض الصفوة السياسي لشبكات التواصل الاجتماعي ودوافعهم الطقوسية لهذا التعرض.
 - وجود ارتباط طردى قوى بين حجم تعرض أفراد النخبة السياسي لشبكات التواصل الاجتماعي وبين اتجاههم نحو شبكات التواصل الاجتماعي كإحدى آليات الحراك السياسي داخل المجتمع، وهو ما يعنى أنه كلما زادت الاتجاهات الإيجابية لدى أفراد العينة نحو شبكات التواصل الاجتماعي واعتبارها بالفعل إحدى آليات الحراك السياسي داخل المجتمع كلما زاد التعرض لهذه المواقع.
 - وجود ارتباط طردى قوى بين حجم تعرض أفراد النخبة السياسي لشبكات التواصل الاجتماعي وبين درجة تقييمهم لشبكات التواصل الاجتماعي كإحدى آليات الحراك السياسي داخل المجتمع، وهو ما يعنى أنه كلما زادت درجة تقييم أفراد عينة الدراسة لشبكات التواصل الاجتماعي كلما زاد التعرض لهذه المواقع.
 - وجود فروق دالة إحصائياً بين درجات الاحتكاك الثقافى لأفراد العينة بالثقافات الأخرى وذلك في حجم تعرضهم السياسي لشبكات التواصل الاجتماعي، وقد جاءت الفروق لصالح فئة "ذوى درجة الاحتكاك الثقافى المرتفع بالثقافات الأخرى".
 - عدم وجود فروق دالة إحصائياً بين درجات الاحتكاك الثقافى لأفراد العينة من النخبة المصرية بالثقافات الأخرى وبين دوافع تعرضهم السياسي لشبكات التواصل الاجتماعي سواء النفعية منها أو الطقوسية على حد سواء.
 - وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين درجات الاحتكاك الثقافى لأفراد عينة الدراسة من النخبة بالثقافات الأخرى وذلك في اتجاهاتها نحو شبكات التواصل الاجتماعي كإحدى آليات أحداث الحراك السياسي داخل المجتمع، وقد جاءت هذه الفروق لصالح فئة "ذوى الاحتكاك الثقافى المرتفع بالثقافات الأخرى"، وبالتالي يمكن القول إجمالاً بأن الفئة الأكثر احتكاكاً بالثقافات الأخرى من عينة الدراسة يزداد لديها حجم التعرض السياسي لشبكات التواصل الاجتماعي وفي الوقت نفسه يزداد لديها الاتجاه نحو اعتبار شبكات التواصل الاجتماعي إحدى أهم آليات الحراك السياسي داخل المجتمع.

مراجع الدراسة :

- 1- Fuchs, (2012) Social media, riots, and revolutions, Capital & Christian, Class October , vol 1. no 36, pp 383-391.
- ٢- رشاد/ وليد (٢٠٠٠)، المتغيرات الفاعلة في المجال العام الافتراضي، تحليل سيبنولوجي، المؤتمر السنوي الحادي والعشرون للبحوث السياسية بتنامي الصراع ومستقبل التوافق الاجتماعي، مركز البحوث السياسية، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، جامعة القاهرة الفترة من ١١-١٢ ديسمبر ٢٠٠٠، ص ٢٠.
- ٣- سعادة، مولود (٢٠١٠)، النخبة والمجتمع، تجدد الرهانات، الباحث الاجتماعي عدد ١٠، سبتمبر، ص ص ٩٥-١١٠.
- Sheaffer, Tamir 4- (2013), Social Media and the Arab Elad Segev & Gadi Wolfsfeld, Spring Politics Comes First, The International Journal of Press/Politics, April , vol. 18 no. 2, pp 115-137.
- ٥- العلوانة، حاتم (٢٠١٢)، دور التواصل الاجتماعي في حفز المواطنين الأردنيين للمشاركة في الحراك الجماهيري، دراسة ميدانية على النقابيين في إربد، ورقة مقدمة في المنتدى السنوي السادس للجمعية السعودية للإعلام والاتصال "الإعلام الجديد .. التحديات النظرية والتطبيق"، جامعة الملك سعود - الرياض، في الفترة من: ١٥ - ١٦ إبريل ٢٠١٢، ص ص ١٧-٤٩.
- ٦- رضوان بلخيري (٢٠١٢)، منتديات الدردشة الالكترونية ودورها في إحداث التغيير في المجتمع الجزائري، دراسة في دوافع الاستخدام و الإشباعات المتحققة لمنندى فايسبوك (Facebook)، رسالة ماجستير غير منشورة (الجزائر: جامعة تبسة، قسم العلوم الإنسانية).
- ٧- عابد، زهير (٢٠١٢)، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام الفلسطيني نحو التغيير الاجتماعي والسياسي دراسة وصفية تحليلية، مجلة جامعة النجاح للأبحاث والعلوم الإنسانية، مجلد ٢٦ (٦)، ص ص ٨٢-٩٨.
- ٨- ممدوح، عبد الله (٢٠١٢)، دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة الشرق الأوسط).
- ٩- زودة، مبارك (٢٠١٢)، دور الإعلام الاجتماعي في صناعة الرأي العام، الثورة التونسية أنموذجاً، رسالة ماجستير غير منشورة (الجزائر، جامعة الحاج لخضر - باتنة).
- ١٠- الدليمي، عبد الرزاق (٢٠١١)، الفيسبوك والتغيير في تونس ومصر، المؤتمر العلمي بجامعة اليرموك بعنوان: دور وسائل الإعلام في التحولات المجتمعية في الوطن العربي، كلية الإعلام، جامعة اليرموك، إربد، ص ص ٥٠ - ٦٥.
- ١١- خورشيد، مراد (٢٠١١)، دور الإعلام في تنشيط الحراك السياسي العربي - شبكات التواصل الاجتماعي نموذجا، في المؤتمر العلمي لجامعة البترا بعنوان: وسائل الإعلام أدوات تعبير وتغيير، كلية الإعلام جامعة البترا، عمان، ص ص ١ - ٢٥.
- 12- Peisker ,M. (2011),The Communication of Participation - an exploratory study of the effects of social media on social change, Bachelor Thesis in Marketing & Management Communication, Available at: <http://www.culturaldiplomacy.org/culturaldiplomacynews/content/articles/participantpapers/2011-symposium/The-Communication-of-Participation-anexploratory-study-of-the-effects-of-social-media-on-social-change-Milena-Peisker.pdf>. On (3/3/2014).
- 13- Ingenito II ,D.(2010). "Democracy in the 21st century: social media and politicsglobal viliage or cyber-balkans, Available: <http://digitallibrary.usc.edu/assetserver/controller/item/etd-Ingenito-3318.pdf>. On (5/1/2014).
- 14 -Conroy, M , Feezell,J, and Guerrero,M (2009), Facebook is... fostering political engagement", Available at: http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=145145.

- On(2/2/2014)
- 15- Nilsson, Bo, Eric Carlsson (2013), Swedish politicians and new media: Democracy, identity and populism in a digital discourse, *New Media & Society*, May 30, pp 117 – 135.
- ١٦- برغل، محمد (٢٠١٢)، اتجاهات أساتذة علوم الإعلام والاتصال في الجزائر نحو تقنية النشر الإلكتروني، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة الجزائر: كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم الإعلام وعلوم الاتصال).
- Filtering 2008 US presidential election news on YouTube ,Ivan (2012) 17- B. Dylko, by elites and nonelites: An examination of the democratizing potential of the internet, *New Media & Society* August , vol. 14 no. 5, pp 77 – 93.
- ١٨- شقير، بارعة (٢٠٠٩)، استخدام اساتذة جامعة دمشق للإنترنت والإشباع المتحققة منها، مجلة جامعة دمشق، المجلد ٢٥، العدد الأول والثاني، ص ص ٤٥٥ - ٤٩٨.
- ١٩- توفيق، شريهان (٢٠٠٩)، العوامل المؤثرة على التماس المعلومات السياسية من شبكة الإنترنت، دراسة ميدانية على عينة من الصفوة المصرية، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة أسيوط: كلية الآداب، قسم الإعلام).
- ٢٠- أبو جبة، إيمان (٢٠٠٧) اتجاهات النخبة الفلسطينية نحو متابعة الصحافة الإلكترونية، دراسة ميدانية على عينة من الأكاديميين بجامعة غزة، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الإسلامية بغزة، كلية الآداب، قسم الصحافة والإعلام).
- ٢١- الطرابيشي، مرفت (٢٠٠١)، العلاقة بين التعرض للصحف الإلكترونية ووعي الصفوة النسائية المصرية بالقضايا البيئية، مجلة البحوث والدراسات العربية، القاهرة: معهد البحوث والدراسات العربية، العدد ٣٦، ديسمبر، ص ص ٣٤١ - ٤٠٢.
- ٢٢- حسين، سمير (١٩٩٥)، بحوث الإعلام، دراسات في مناهج البحث العلمي (القاهرة: عالم الكتب) ص ٧١.
- ٢٣- طابع، سامي (٢٠٠١)، بحوث الإعلام (القاهرة: دار النهضة العربية) ص ١٦٧.
- , Political consumerism: Civic engagement and the Homero (2014)24 - Gil de Zúñiga, social media connection, *New Media & Society*, May, vol. 16 no. 3 488-506.
- 25 - Eagley,A and Chaiken,S (1993),The psychology of attitudes, Orlando , Florida: Jovanovich College Publishers, p15. & Harcourt Brace
- ٢٦- الأسود، شعبان الظاهر (١٩٩١)، علم الاجتماع السياسي، ط ١ (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية) ص ٩٢.

- , No Contest? Assessing the Agonistic Critiques of Jürgen John (2004) 27- S. Brad, Habermas's Theory of the Public Sphere, Philosophy Social Criticism, May , vol. 30 no. p 331-354.
- (2012), A Theory of the Public Sphere, sociological Theory, December Ari 28 - Adut, , vol. 30, no. p 244.
- , Mana Taonga and the public sphere (2014), A dialogue Philipp 29 - Schorch between Indigenous practice and Western theory, International Journal of Cultural Studies, march, vol. 17 no. 2, pp 191-193.
- , Televising the Public Sphere Forty Years of Current Henrik (2003) 30 - Ornebring, Affairs Debate Programmes on Swedish Television, European Journal of Communication, December, vol. 18 no. 4, pp501-527.
- Ari, Op.cit, pp 250 – 260. 31- Adut,
- , Women's magazines and the public sphere, European Brita (2011) 32- Ytre-Arne, Journal of Communication, September , vol. 26, no. 3, pp 247-261
- , The European Public Sphere Does Not Exist (At Least Olivier (2007) 33 - Baisnée, It's Worth Wondering...), European Journal of Communication, December , vol. 22 no. 4, pp 493-503.
- (2012), Lifestyles, gratifications sought, and Louis Leung, Qiaolei 34 - Jiang, narrative appeal: American and Korean TV drama viewing among Internet users in urban China, International Communication Gazette March , vol. 74 no. 2, pp 159-180.
- (2011), Understanding e-book users: Uses and gratification Dong35 - Hee Shin, expectancy model, New Media & Society, March, vol. 13 no. 2 . p 265.
- 36- Krishnatray, Pradeep (2009), Uses & Gratifications Theory in Media Field, New Media & Society, March, vol. 10 no. 2, pp 119 – 131.
- (2014) , Social network service use Louis Leung , Jingwen Liang, Yang 37 - Cheng, on mobile devices: An examination of gratifications, civic attitudes and civic engagement in China, New Media & Society, January 30, pp 117 – 135.

- ملحق الدراسة:

ملحق (١):

- قام الأساتذة التالية أسماؤهم بتحكيم استمارة البحث، مرتبة أسماؤهم حسب الترتيب الأبجدي كالتالي:
- أ.د. انشراح الشال: أستاذ الإعلام – جامعة القاهرة.
 - أ.د. بركات عبد العزيز: أستاذ بكلية الإعلام – جامعة القاهرة.
 - د. عادل فهمي: أستاذ الإعلام المساعد بكلية الإعلام – جامعة القاهرة.
 - د. عبد الله زلطة: أستاذ مساعد الإعلام كلية الآداب – جامعة بنها.
 - أ.د. محمد معوض: عميد معهد الجزيرة العالی للإعلام وعلوم الاتصال.
 - أ.د. محمود يوسف: أستاذ بكلية الإعلام جامعة القاهرة – ووكيل الكلية لشئون البيئة.