

أثر وسائل التواصل الاجتماعي في مشاركة الأفراد في الأحداث السياسية

The Impact of Social Media on Individuals' Participation in Political Events

عامر سمير الصاوي

Amer Samir El-sawy

دكتوراه الإعلام، قسم الصحافة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مصر
sawisamir@hotmail.com

عبد الحميد شوقي علي

Abd Elhamid Shawki Ali

دكتوراه الاجتماع، قسم الاجتماع، كلية الآداب، جامعة الزقازيق، مصر
hamidohamido2@hotmail.com

الملخص:

شهدت مصر منذ بداية عام 2011 كغيرها من العديد من الدول العربية، موجة من الاحتجاجات والاعتصامات والمسيرات المطالبة بإحداث تغييرات إصلاحية، في المجالات السياسية والاقتصادية والاجتماعية، وقد أتاحت وسائل التواصل الاجتماعي المجال لمنظمي فعاليات هذا الحراك الجماهيري، للمشاركة والتفاعل مع الأحداث، على مستوى التحفيز وتحريك الرأي العام. وقد هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور وسائل التواصل الاجتماعي، في حفز المواطنين للمشاركة في فعاليات الحراك الجماهيري، باستخدام منهج المسح الإعلامي بشقيه الوصفي والتحليلي، على عينة بلغت (296) مفردة، من النقابيين في مدينة الزقازيق. وكان من أبرز النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة أن (56,6%) من النقابيين يشاركون دائماً وأحياناً ونادراً في الحراك الجماهيري الذي يطالب بإجراء الإصلاح والتغيير في مصر، من خلال وسائل التواصل الاجتماعي. أوضحت النتائج عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين السمات الديموغرافية للنقابيين وبين المشاركة في الحراك الجماهيري عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

الكلمات المفتاحية: وسائل التواصل الاجتماعي، الأحداث السياسية، علم الاجتماع.

Abstract:

Since the beginning of 2011, Egypt, like many other Arab countries, has witnessed a wave of protests, sit-ins, and marches demanding reform changes in the political, economic, and social fields. Social media has allowed the organizers of the events of this mass movement to participate and interact with the events, at the level of motivation and mobilization of general opinion. This study aimed to identify the role of social media in motivating citizens to participate in mass movement activities, using the media survey method, both descriptive and analytical, on a sample of (296) individuals from trade unionists in the city of Zagazig. One of the most prominent findings of this study was that (56.6%) of trade unionists participate (always, sometimes, and rarely) in the mass movement demanding reform and change in Egypt, through social media. The results showed that there is no statistically significant relationship between the demographic characteristics of trade unionists and participation in the mass movement via social media.

Keywords: Social media, political events, sociology.

خلفية الدراسة:

تشير الدراسات الحديثة إلى أن استعمالات الإنترنت في الدول التي تصنف بأنها غير ديموقراطية، ساعدت في كسر الطوق على عدد من الجماعات السياسية، مما دفع قسماً من هذه الدول إلى الاعتقاد بأن التكنولوجيا الحديثة لوسائل الاتصال ومنها الإنترنت، أصبحت عدو النظم السياسية التي تنتهك حقوق الأفراد، وذلك لأن الإعلام الجديد، أضحى يؤثر في الحياة السياسية في المجتمعات، ويساعد في بناء أفراد يمتلكون مستويات عالية من الديموقراطية والمشاركة السياسية (عبد الرزاق والساموك، 2011، ص57)، إلى جانب دورها على

الصعيد الاجتماعي، ومساهماتها في تطوير الوضع الاجتماعي، وتجاوز النماذج الجاهزة والقوالب الجامعة بشكل تدريجي في العلاقات الاجتماعية، دون أن يؤدي ذلك إلى اهتزاز البنية الاجتماعية وإحداث شروخ فيها (زكريا، 2009، ص 935).

وقد ساهمت التطورات المتلاحقة في شبكة الإنترنت في إيجاد شكل جديد من الإعلام، تعددت تصنيفاته ومسمياته لدى المهتمين والمختصين الإعلاميين، الذي أطلقوا عليه الإعلام الجديد، والإعلام البديل، الذي يشمل الشبكات الاجتماعية الافتراضية، والمدونات، والمنديات الإلكترونية والمجموعات البريدية، وغيرها من الأشكال والأنواع المتعددة.

ووفقاً لذلك، فقد أنهت ثورة الاتصال الجديدة عدداً من المفاهيم كهزيمة الاتصال، وحارس البوابة، وأحادية مصدر الرسالة، كما استحدثت عدداً من المفاهيم الاتصالية الجديدة مثل: الوسائط الرقمية، والمجتمعات الافتراضية، والتشبيك الاجتماعي، وغيرها من المفاهيم والمصطلحات الأخرى، والتي تدل في مجملها على مدى الوفرة والتنوع في وسائل الاتصال الجديدة.

لقد أحدثت مواقع التواصل الاجتماعي تطوراً كبيراً ليس فقط في تاريخ الإعلام، وإنما في حياة الأفراد على المستوى الشخصي والاجتماعي والسياسي، وجاءت لتشكّل عالماً افتراضياً يفتح المجال على مصراعيه للأفراد والتجمعات والتنظيمات بمختلف أنواعها، لإبداء آرائهم ومواقفهم في القضايا والموضوعات التي تهمهم بحرية غير مسبوقه (حسن، 2009، ص 478 - 479)، واستطاعت هذه المواقع أن تمد المواطنين بقنوات جديدة للمشاركة في الأنشطة السياسية، الأمر الذي يجعل من السياسة شأناً عاماً يمارسه معظم أفراد الشعب دون أن يكون مقتصرراً على فئات دون أخرى، وذلك لأن هذه المواقع تشجع الأفراد غير الناشطين أو الفاعلين سياسياً على المشاركة في الفعاليات السياسية، بحيث يمكن القول أنها يمكن أن تكون صوتاً سياسياً للمواطن العادي وغير العادي.

وتكمن إيجابيات الإعلام الجديد في سرعة الاتصال، والقيمة المعلوماتية، وضمان وصولها، وتحقيق التفاعل معها، وليس كونه إعلاماً مرسلأً من جانب واحد، مما خلق مساواة داخل المجتمع في الاتصال (عبد القوي، 2009، ص 1552).

وقد ساهم الإعلام الجديد في الآونة الأخيرة في جذب الأنظار بعد تفجيره العديد من القضايا التي أثارت الرأي العام، فتداول الأخبار والصور ذات التوجه السياسي عبر وسائل الإعلام الجديدة، أرغم بعض الحكومات على اتخاذ قرارات، أو التراجع عن قرارات، بسبب الاحتجاج الجماهيري الواسع.

ومن جانب آخر، فقد دخلت الأقطار العربية مرحلة جديدة بكل ما تعنيه الكلمة من معنى، مع ارتفاع الأصوات المطالبة بالتغيير في مناطق عدة من أرجاء الوطن العربي، واستخدام الشباب المطالبين بالتغيير لوسائل حديثة للتواصل والتنسيق فيما بينهم، وفي مقدمتها شبكات التواصل الاجتماعي كالفيس بوك وتويتر وغيرها.

وارتبطت موجة الاحتجاجات والثورات التي اجتاحت المنطقة العربية مطالبة بالتغيير، من قبل شريحة الشباب، بصعود نجم شبكات التواصل الاجتماعي، وغيرها من شبكات التواصل الافتراضية، والتي وجد فيها الشباب العربي منفذاً للتعبير عن آمالهم وطموحاتهم ورغباتهم في التغيير، حتى غدت بمثابة محرك فاعل ومؤثر في الثورات والمظاهرات والأحداث التي شهدتها المنطقة العربية (الحويان، 2012, www.shabab.addustour).

ويشير (القرني، 2011، ص87) إلى أن هذه المواقع لعبت دوراً في المظاهرات الاحتجاجية التي وقعت في المنطقة العربية، بحيث أصبح البعض منها كموقع (الفيس بوك) مركزاً للمعارضة، يتم من خلاله التواصل بين منتسبي الأحزاب السياسية والناشطين سياسياً، للتنسيق فيما بينهم سياسياً، والتحريض ضد الحكومة. وفي إطار ذلك أثارت مواقع التواصل الاجتماعي تساؤلات كثيرة عن الدور الذي لعبته هذه المواقع في ثورات (الربيع العربي) التي شهدتها عدد من الدول العربية، وأصبحت تشكل هاجساً لإثارة مزيد من الاحتجاجات والثورات في دول أخرى، نظراً لاستخدامها في الدعوة إلى الاحتجاجات والاعتصامات ونقل معلومات المظاهرات.

وتأسيساً على ما سبق، تأتي هذه الدراسة لتحاول رصد دور مواقع التواصل الاجتماعي، في حفز المواطنين للمشاركة في الحراك الجماهيري، بالتطبيق على عينة من النقابيين من أعضاء النقابات في مدينة الزقازيق.

الإطار النظري للدراسة:

تستند الدراسة على الأطر النظرية التالية:

(1) الإعلام الجديد وآفاق التواصل الاجتماعي:

تعود جذور المشهد الاتصالي الذي نشهده اليوم ونعيش عدداً من تجلياته إلى سلسلة من التطورات التقنية المتلاحقة، بدأت في وقت مبكر من حقبة السبعينيات من القرن الماضي، وخاصة منها تلك التي تمت على صعيد شبكة الإنترنت، ففي عام (1972) دخلت هذه الشبكة عالم البث المتاح للجميع، وبدأ العمل على تطوير تقنية تسمح باستخدامها على نطاق تجاري، ومعها بدأ الطابع الاتصالي للإعلام كحقل معرفي واجتماعي جديد، وتطور حتى أصبح اليوم أحد أهم مجالات العلوم الإنسانية (علي، 2010، ص 40).

ويطلق مصطلح الإعلام الجديد على تكنولوجيات الاتصال الجديدة وثورة المعلومات التي ظهرت في الجزء الأخير من القرن العشرين، كما أصبح لشيوع وسائط الإعلام الجديد واستهلاكها من جانب الجمهور، علاقة غير قابلة للشك في ميلاد عصر اتصالي جديد أطلق عليه البعض عدداً من المسميات مثل: العالم الافتراضي، الاتصال الرقمي ... وغيرها من التعبيرات، والتي تعبر عن ظاهرة إنسانية تقنية واحدة، فالإعلام الجديد ساهم في إعادة تشكيل الأنماط التواصلية التقليدية القديمة القائمة على احتكار النخب السياسية والثقافية لوسائط الإعلام وباقي وسائل التعبير في الفضاء العام (الشامي، 2007، ص 129-130).

ومنذ أواخر عام (2005) دخلت شبكة الإنترنت مرحلة جديدة، أمكن فيها لكل متصفحها أن يكونوا بمثابة مرسلين للمادة الإعلامية ومستقبلين لها في آن واحد. وبفضل هذا كله أصبحت هناك مواقع تتيح لزوار الشبكة ومتصفحها تكوين حسابات، يمكنهم من خلالها تحميل ملفات الصوت والصورة والنصوص، وأن يتحكموا في عملية مشاهدة هذا المحتوى، من خلال إتاحتها على نطاق ضيق، أو جعله عاماً للجميع (فؤاد، 2012، www.ahewor).

فالإنترنت لم يسهل فقط عملية الوصول إلى المعلومات والأخبار والبيانات؛ بل أتاح الفرصة للمستخدم لإنتاج المضامين والرسائل والبيانات من خلال أشكال تعبيرية مختلفة، كمنتديات الحوار والصفحات الشخصية، وغرف الدردشة، والمدونات، والحسابات الخاصة في مواقع التواصل الاجتماعي، وغير ذلك من أشكال إنتاج المضامين الأخرى، وطرق التعبير والمشاركات المختلفة.

فالإعلام الجديد يوفر وسائل وقنوات جديدة للاتصال والتواصل، ويتيح منابر جديدة للنقاش والحوار، مما فتح المجال أمام أفراد المجتمع لممارسة مختلف أنواع الاتصالات بواسطة شبكة الإنترنت، للخروج من وضعية عدم التواصل وعدم الحوار، إلى التواصل والحوار، ومن الإعلام والاتصال الذي يتم في اتجاه واحد، إلى الإعلام الأفقي والاتصال في جميع الاتجاهات (كمال، 2009، ص ص 43-44).

ويلجأ الأفراد للتواصل مع الأهل والأقارب والأصدقاء من خلال ما يسمى بمواقع الشبكات الاجتماعية، التي تُعد وسيلة جديدة لتبادل الآراء والأفكار، وحشد المناصرة والتأييد لقضية من القضايا، وتكوين الوعي حول القضايا المختلفة، أو تدعيم القائم منها سلفاً، من خلال المواد المنتجة باستخدام الوسائط المتعددة (Sean P.Hagerty, 2008, P93)، وذلك عوضاً عن المنتديات الإلكترونية التي يقوم على إدارتها أشخاص يقومون بالدور التقليدي لـ "حارس البوابة"، والمجموعات البريدية محدودة الفاعلية، أو المواقع المجانية المتخمة بالإعلانات، التي تعرضها المواقع الموفرة لهذه الخدمة، حيث وجدت المدونات طريقها إلى شبكة الإنترنت، ومواقع الفيديو، ومجموعات التواصل الاجتماعي. فمستخدمي الشبكات الاجتماعية ينتمون إلى مشارب مختلفة، ولهم اهتمامات واحتياجات مختلفة، وبعضهم يرى أن هذه الاهتمامات والاحتياجات لا تجد من وسائل الإعلام والاتصال الاهتمام اللائق لتلبيتها بصورة كافية، فضلاً عن عدم تغطية هذه الوسائل لجميع الأنشطة التي يقومون بها، مما دفع هؤلاء الأفراد لتقديم محتوى يخصهم وحدهم، وبما يمكنهم من نقله لغيرهم، (البسيوني، 2009، ص 10-12) معبرين من خلاله عن اهتماماتهم وآرائهم ومواقفهم المتفاوتة، وعلى نحو يفي بكافة احتياجاتهم الاتصالية ويشبع رغباتهم بوجه عام.

(2) نظرية المجال العام:

صاغ الفيلسوف الألماني (جورجن هابرماس) نظرية المجال العام عام (1962)، وهي تشرح وتصف نشأة تكوّن الرأي العام وحالة الرأي، والمجال العام يتوسط في الواقع بين مجال السلطة العامة والحكومة، والمجال الخاص الذي قد يُركز على الأسرة وشؤون الأفراد الخاصة، وهذا المجال العام – كما نشأ في المجتمعات البرجوازية الأوروبية – كانت تمارس فيه المناقشات حول السياسات الحكومية، وفي رحابه تتبلور اتجاهات الرأي العام (زكريا، ص 943).

وعرّف "هابرماس" المناخ أو المجال العام بأنه مجتمع افتراضي أو خيالي ليس من الضروري التواجد في مكان معروف أو مميز (في أي فضاء)، فهو مكون من مجموعة من الأفراد لهم سمات مشتركة مجتمعين مع بعضهم

كجمهور، ويقومون بوضع وتحديد احتياجات المجتمع مع الدولة، فهو يبرز الآراء والاتجاهات من خلال السلوكيات والحوار، والتي تسعى للتأكيد على الشؤون العامة للدولة وهو شكل مثالي. وأشار هابرماس إلى أن نجاح المجال العام يعتمد على (Johnson, 2002, p.428):

- 1- مدى الوصول والانتشار.
- 2- درجة الحكم الذاتي (المواطنون يجب أن يكونوا أحراراً، يتخلصون من السيطرة والهيمنة والإجبار).
- 3- رفض الإستراتيجية (كل فرد يشارك على قدم ومساواة).
- 4- الفهم والثقة والوضوح في المضمون الإعلامي.
- 5- وجود سياق اجتماعي ملائم.
- 6- الثقة والوضوح والصدق في المضمون الإعلامي.

وقد ساهمت الثورة الاتصالية الكبرى والتكنولوجيا الجديدة لوسائل الإعلام الإلكترونية وعلى رأسها الإنترنت في ظهور فضاء عام اجتماعي جديد يخضع لمثالية "هابرماس".

ويعتمد على أن يكون الرأي العام حراً في حركة المعلومات وتبادل الأفكار بين المواطنين، فالإنترنت تقدم إمكانيات جديدة مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية، فهي تجعل من السهل نشر المعلومات بشكل كبير بين الأفراد.

وتؤكد نظرية المجال العام على أن وسائل الإعلام الإلكترونية تخلق حالة من الجدل بين الجمهور تمنح تأثيراً في القضايا العامة وتؤثر على الجهة الحاكمة.

والمجال العام يُمكن رؤيته كمجال حياتنا الاجتماعية، والذي من خلاله يُمكن تشكيل الرأي العام، ويؤكد "هابرماس" على إمكانية خلق حوار خارج سيطرة الحكومة والاقتصاد من خلال نظريته، فضلاً عن التأثير السياسي للإنترنت بين الأفراد، وللإنترنت دور في تحقيق الديمقراطية، فهي في المجال العام يُنظر إليها كمحيط سياسي (عبد القوي، ص 1558).

ومن أهم السمات التي حددها هابرماس للمجال العام ما يلي (عزي، 2009، ص8):

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

فالمجال العام – بشكل عام – هو تلك المساحات التي فيها يقوم الأعضاء بتناول ما يفضلونه، ويصلون لقرار في "كيف سيعيشون معاً ويعملون معاً بشكل جماعي خلال المستقبل"، كما أن هناك ثلاثة مظاهر تميّز المجال العام أولها أن المشاركة فيه مفتوحة، وثانيها أنه يساوي بين مواقع وأدوار الأطراف المشاركة فيه بصرف النظر عن أوضاعهم الاجتماعية والاقتصادية، وثالثها أن أية قضية فيه تكون قابلة للنقاش (عبدالمقصود، 2009، ص14).

وتستفيد الدراسة الحالية من نظرية المجال العام في التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي كمجال للحوار حول الاحتجاجات الشعبية، في إتاحة الفرصة للجمهور للتعبير عن آرائهم بحرية مطلقة، وتبادل المعلومات والأفكار في هذه القضية، ومعرفة دوره في حفزهم للمشاركة في الحراك الجماهيري المطالب بالإصلاح، كما يمكن الاستفادة من هذه النظرية في تفسير النتائج، وذلك نظراً للدور الذي يمكن أن تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في خلق مجال عام بين مجموعات الأصدقاء، تمكنهم من إبداء آرائهم بحرية في موضوعات الحراك الجماهيري سياسياً واقتصادياً واجتماعياً.

(3) نموذج الحضور الاجتماعي:

وتتبع الدراسة – أيضاً – نموذج الحضور الاجتماعي الذي يقيس الأثر الاجتماعي لنموذج الاتصال عبر الكمبيوتر. ويتكون هذا النموذج من ثلاثة عناصر كما يلي (حسن، 2009، ص 509-513):

1- المدخلات:

- ويحددها النموذج في ثمانية عوامل رئيسية تتمثل في:
- الدوافع (مبررات وأسباب تدفع الفرد للتواصل مع الآخرين عبر الكمبيوتر).
 - المعرفة (معلومات الفرد بشأن نظام الاستخدام ومعلوماته عن مجالات التفاعل عبر الكمبيوتر).
 - المهارات الشخصية (يقظة الفرد وثقته بنفسه).
 - السمات الشخصية (الشخصية المنبسطة أكثر استعداداً للتواصل مع غيرها ودرجة الانسجام مع الآخرين).
 - السمات المجتمعية (التنامي الكبير داخل المجتمع لاستخدام الكمبيوتر).
 - عوامل السياق (الإطار الثقافي والزمني والوظيفي والبيئي والتي تلعب دوراً في تشكيل إطار استخدام الأفراد للكمبيوتر في عملية التواصل والتفاعل).
 - متغيرات الوسيلة (وتشمل التفاعلية وإتاحة النص والصوت والصورة والحركة واللون، ويضاف لها العوامل الشخصية التي يقوم بها الفرد أثناء التواصل، مثل دخوله باسمه الحقيقي، أو اسم مستعار).
 - متغيرات الرسالة (جاذبية وفائدة الرسالة وطابعها النفسي والاجتماعي).

2- العمليات التفاعلية:

وتشمل دخول الأفراد في عمليات تواصل اجتماعية تفاعلية سواء من فرد لفرد، أو من مجموعة لمجموعة أو من فرد لمجموعة وتشمل: الرسائل النصية، والرسائل الفورية، والبريد الإلكتروني، والمنتديات، والدرشة التي تبرز من خلال الفيس بوك، وماي سبايس، وتويتر وغيرها من مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى.

3- المخرجات:

وتشمل عملية التواصل والتي ينتج عنها الحوار والتفاعل والمشاركة والمبادرة من القيادة والتوجيه والتطوير والنقد، انطلاقاً من أن التواجد الاجتماعي يولد لدى الأشخاص إحساساً بوجود أفراد آخرين مشاركين معهم، أو على الأقل لديهم الرغبة في التفاعل الاجتماعي، أو قد تحدث نتائج سلبية ممثلة في التقوقع والانسحاب والهروب، وبالتالي السلبية، والعزلة النفسية، والاجتماعية.

وتستفيد الدراسة الحالية من هذا النموذج في معرفة دوافع ومبررات تعرض النقابيين لمواقع التواصل الاجتماعي، ثم الطرق والعمليات التي تستخدم أثناء تواصلهم، ثم رصد نتائج عملية التفاعل والتواصل لمعرفة دور هذه المواقع في تحفيزهم للمشاركة في الحراك الجماهيري المطالب بالإصلاح.

الدراسات السابقة:

- دراسة عجيزة (2012) وعنوانها "معالجة الصحافة المصرية ومواقع الاحتجاجات على شبكة الإنترنت لأزمة الاحتجاجات الشعبية في مصر".

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على كيفية معالجة الصحف ومواقع الاحتجاجات، لظاهرة الاحتجاجات الشعبية في مصر، باستخدام منهج المسح التحليلي، من خلال تحليل مضمون عدد من مواقع الصحف المصرية، ومواقع الاحتجاجات على شبكة الإنترنت. وخلصت الدراسة إلى عدم وجود فروق دالة إحصائياً بين الصحف ومواقع الاحتجاجات في أسلوب عرض قضايا الاحتجاجات، وعدم وجود فروق في طبيعة معالجة هذه القضايا، وأن إطلاق الحريات تصدّر قضايا الاحتجاجات السياسية، تلاه قانون الطوارئ، ثم تزوير الانتخابات وتغيير الدستور، وأن الخبر الصحفي جاء في مقدمة الفنون الصحفية التي عالجت هذه القضايا، تلاه العمود الصحفي فالحديث ثم التحقيق الصحفي.

- دراسة رضوان (2011) وعنوانها "اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام التقليدية والحديثة كمصدر للمعلومات أثناء ثورة 25 يناير 2011".

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على كثافة استخدام الجمهور لوسائل الإعلام التقليدية والحديثة، أثناء أحداث ثورة 25 يناير 2011، والعوامل المؤثرة في اعتماد الجمهور على هذه الوسائل، ومدى تحقق التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية بالاعتماد على هذه الوسائل، باستخدام منهج المسح على عينة قوامها (300) مفردة من مستخدمي المواقع الإلكترونية الإخبارية. وأظهرت الدراسة أن القنوات الإخبارية كالجريدة والعربية جاءت في مقدمة الوسائل التي تعرض لها أفراد العينة أثناء الثورة، تلتها الصحف الخاصة بالمصري واليوم السابع، ثم القنوات الإخبارية الناطقة بالعربية مثل بي بي سي العربية والحررة، تلتها المواقع الإلكترونية الإخبارية، ثم الصحف القومية المصرية في المرتبة الأخيرة. وأكدت الدراسة أن العديد من التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية، قد تحققت نتيجة اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام أثناء الثورة.

- دراسة نجادات (2011) وعنوانها "الاحتجاجات في الصحف الأردنية اليومية والتحويلات المنشودة في المجتمع الأردني".

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مدى اهتمام الصحافة الأردنية اليومية بطبيعة المطالب التي يرفعها المحتجون الأردنيون، باستخدام منهجي المسح وتحليل المحتوى على عينة من الصحف الأردنية اليومية ومن النقابيين الأردنيين. وكشفت الدراسة أن مطالب المحتجين تمثلت في محاربة الفساد والمفسدين، وإجراء تعديلات على القوانين الناظمة للحياة الدستورية والديمقراطية، ورحيل الحكومة وحل مجلس النواب. وأوضحت أن الأخبار والتقارير الإخبارية كانت في مقدمة الأنماط الصحفية التي عالجت موضوعات الاحتجاجات بما نسبته (86ر8%)، وأن معظم الاحتجاجات جاءت على شكل مسيرات بما نسبته (57ر7%) وأن المنظمين لهذه المسيرات كانوا من قطاعات مختلفة.

- دراسة محروم (2011) وعنوانها "صحف اليوم والغد في الأردن: كيف يقيّمون تغطية قناة الجزيرة العربية لأحداث الربيع العربي في عام (2011)".

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على آراء ووجهات نظر الصحفيين المحترفين، وطلبة الصحافة في الأردن، حول مدى موضوعية قناة الجزيرة القطرية، أثناء تغطيتها الإخبارية لثورات الربيع العربي. وأظهرت الدراسة أن (67%) من الصحفيين يعتقدون أن القناة كانت منحازة بشكل كامل للشعوب العربية الثائرة، وأن (33%) منهم يعتقدون أنها كانت غير موضوعية، في حين أن (29%) من طلبة الصحافة في جامعتي اليرموك والبتراء يعتقدون أنها كانت غير موضوعية، لأنها انحازت للشعوب العربية.

- دراسة صلوي (2011) وعنوانها "تغطية الصحافة الإلكترونية للاضطرابات السياسية في الوطن العربي".

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على تغطية الصحافة الإلكترونية السعودية، للأحداث المرتبطة بالاضطرابات السياسية، باستخدام منهج تحليل المضمون، لعينة من عشرة صحف إلكترونية سعودية. وأظهرت الدراسة أن معظم الصحف الإلكترونية السعودية أخذت موقفاً محايداً في تغطيتها للأحداث، فكانت تنقل الأخبار دون تعليق أو تحليل يوضح موقفها، كما أن الصحف ركزت على الخبر في تغطيتها لهذه الأحداث، واعتمدت على النقل عن وكالات الأنباء ووسائل الإعلام الأخرى، وأن هذه الصحف لم توظف الخصائص الاتصالية للصحافة الإلكترونية في تغطيتها لهذه الأحداث والمتمثلة بإضافة روابط ووسائط متعددة.

- دراسة الداغر (2011) وعنوانها "المعالجة الصحفية للثورات العربية في الصحافة الأميركية".

هدفت هذه الدراسة إلى تحليل طبيعة وسمات واتجاهات التغطية الصحفية للثورات العربية في الصحافة الأميركية، ودور القائم بالاتصال في تشكيل الرسالة الإعلامية، بالاعتماد على منهجي المسح الإعلامي والمقارن. وتوصلت الدراسة إلى أن الصحافة الأميركية اهتمت بأحداث المنطقة العربية وبالمظاهرات والثورات التي اجتاحت المنطقة، وأن التحول الديمقراطي جاء في قائمة اهتمامات الصحف الأميركية، وكانت مؤيدة للثورات العربية وتغيير الأنظمة ومحكمة رموزها، فركزت على عملية التغيير وثقافة الديمقراطية والتعددية، ورفض التعصب والتطرف الديني.

- دراسة خورشيد (2011) وعنوانها "دور الإعلام في تنشيط الحراك السياسي العربي – شبكات التواصل الاجتماعي نموذجاً".

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على كيفية توظيف الحراك السياسي العربي، لإمكانات مواقع التواصل الاجتماعي في تأجيج الثورات العربية وإدامة زخمها وتعبئة شبابها. وخلصت الدراسة إلى أن هذه المواقع أصبحت محطات حشد للمشاركة في الحراك السياسي، وكسرت حاجز الخوف وحوّلت العمل السياسي السري إلى نشاط علني، وقامت بدور التعبئة الإيديولوجية للثورات، وحققت حضورها في نشر أفكار الثورات وتبني مطالب الثوار والترويج لهذه المطالب. وأوضحت الدراسة أن هذه المواقع أدت دوراً كبيراً في التنسيق بين الثوار وتم توظيفها في مسألة التشبيك بين المجموعات السياسية وتنظيم الاعتصامات، وساهمت في تغيير الصورة النمطية للشباب العربي، إذ حولته من شباب كان يوصف بالسطحية، إلى شباب فاعل يتوق للحرية والكرامة والتغيير.

- دراسة حافظ (2011) وعنوانها "تواصل الشباب الجامعي من خلال الشبكات الاجتماعية".

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على الدوافع الحقيقية للتواصل بين الشباب الجامعي من خلال الشبكات الاجتماعية. وأكدت الدراسة أن تواصل الشباب الجامعي من خلال الشبكات الاجتماعية يعد ظاهرة اجتماعية أكثر منها ضرورة أحدثتها التكنولوجيا الحديثة. وأظهرت أن إدمان الفئة الشبابية على الاستخدام المفرط للشبكات الاجتماعية، أدى إلى فقدان المهارات المطلوبة لإقامة علاقات اجتماعية في البيئة المجتمعية الواقعية، وتراجع الاتصال الشخصي المواجهي في مقابل التواصل عبر الشبكات الاجتماعية، الأمر الذي يؤدي إلى جنوح الشباب نحو الاغتراب الاجتماعي.

- دراسة أبو عرجة (2011) وعنوانها "معالجة الصحف الأردنية اليومية لأحداث الربيع العربي".

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على الدور الذي تؤديه المقالات الصحفية، إزاء الأحداث التي رافقت تطورات الربيع العربي، والآثار التي تركتها على الأردن وغيره من الدول العربية، باستخدام المنهج الوصفي، بتحليل مضمون عينة من المقالات الصحفية في صحف الرأي، والدستور، والعرب اليوم، والغد. وأوضحت الدراسة أن الكتاب الصحفيين اهتموا بالحديث عن الفساد بكافة أنواعه وأشكاله، وطالبوا الحكومة بالحوار مع المعارضة وإشراكها في مسيرة الإصلاح، لا سيما الحركة الإسلامية التي تشكل قاعدة أساسية في المعارضة، وتملك برنامجاً واضحاً للإصلاح. وأشارت إلى اهتمام الكتاب بالحديث عن الربيع العربي والإشادة بالنجاحات التي حققتها في كل من مصر وتونس، وأوضحت أن المقالات أجمعت على إدانة قتل المتظاهرين في البلدان العربية، ووجهت الانتقاد للنقابات المهنية الأردنية، معتبرين أنها تمارس دكتاتورية حزبية مبتعدة عن جوهر عملها النقابي.

- دراسة الدليمي (2011) وعنوانها "الفيس بوك والتغير في تونس ومصر".

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أسباب الأحداث في تونس ومصر، ودور الفيس بوك فيها، باستخدام المنهج الوصفي التحليلي. وتوصلت الدراسة إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي ساهمت في إنجاح ثورتَي تونس ومصر، لأنها سهلت من عملية التواصل بين الناس واختصرت المسافات بينهم، وأن هذه الوسائل عملت على إثارة وعي الجمهور وتوجيهه نحو سلوكيات معينة، بزيادة المعلومات المرسلة للتأثير على القطاعات المستهدفة من الجمهور، وبيئت أن تنظيم الاحتجاجات عبر (الفيس بوك) وغيره من مواقع التواصل الاجتماعي لأحداث التغيير الاجتماعي من خلال نشاطات قليلة الكلفة، أدى إلى تعريض المشاركين في هذه الاحتجاجات إلى خطر التهديد بالعنف، وإلى الاستخدام الفعلي للعنف أيضاً.

- دراسة عبد القوي (2009)، وعنوانها "دور الإعلام البديل في تفعيل المشاركة السياسية لدى الشباب".

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دوافع استخدام الشباب للشبكات الاجتماعية الافتراضية، ودور هذه الشبكات في تنمية الوعي السياسي لدى الشباب، وتشكيل اتجاهاتهم نحو المشاركة السياسية، باستخدام منهجي المسح والمقارن، على عينة من الشباب قوامها (380) مفردة، وعلى موقع Face book. وأوضحت الدراسة أن نسبة الذين يستخدمون شبكة الفيسبوك لأغراض سياسية بلغت (75%)، ولم تكن هناك أية فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث. وأظهرت أن تعددية الآراء ومناقشة القضايا السياسية كانت

بدرجة كبيرة من الحرية على الـ Facebook، وأن إتاحة الفرصة للتعليق وإبداء الرأي في القضايا المثارة، ساعد في جذب انتباه الشباب، نحو المضامين السياسية المثارة على (الفييس بوك) دون تمييز بين الذكور والإناث.

تعليق الباحث على الدراسات السابقة:

- (1) أجريت بعض الدراسات حول تغطية الصحف المصرية والعربية لموضوع الاحتجاجات والتحولت الجديدة في المجتمع المصري، والبعض الآخر اهتم بتغطية الصحف الأجنبية والعربية، والصحف الإلكترونية العربية للثورات التي شهدتها بعض الدول العربية.
- (2) أجريت عدة دراسات ميدانية حول اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام التقليدية والحديثة كمصدر للمعلومات حول الثورات العربية، وأخرى اهتمت بدور الإعلام الجديد وخاصة شبكات التواصل الاجتماعي في تنشيط الحراك السياسي العربي.
- (3) أجريت الدراسات الميدانية على جمهور الشباب بوجه خاص، والجمهور بشكل عام، ولم تهتم بقطاعات أخرى نوعية من الجمهور.
- (4) أثبتت نتائج الدراسات السابقة أن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت محطات حشد للمشاركة في الحراك السياسي، وأنها أدت دوراً كبيراً في الثورات العربية من خلال التنسيق بين الثوار.

التعريفات الإجرائية:

- **مواقع التواصل الاجتماعي:** وهي إحدى وسائل الاتصال الجديدة، من خلال شبكة الإنترنت، التي تسمح للمستخدم أو المستخدم من التواصل مع الآخرين، وتقدم خدمات متنوعة في العديد من المجالات.
- **الحراك الجماهيري:** ويقصد به جميع الفعاليات التي نظمها المواطنون منذ أوائل عام (2011)، والتي تشتمل على المسيرات والاحتجاجات والاعتصامات المطالبة بالإصلاحات السياسية والاقتصادية والاجتماعية.
- **النقابيون:** ويقصد بهم أعضاء النقابات المهنية في مدينة الزقازيق، والذي يتكون من سبع نقابات مهنية هي: الأطباء، أطباء الأسنان، الصيادلة، المهندسون، المهندسون الزراعيون، المحامون، الأطباء البيطريون.

أهمية الدراسة:

جاءت مواقع التواصل الاجتماعي لتشكل طفرة تحريرية ونوعية، أثارت جدلاً واسعاً بين المهتمين وصنّاع القرار، حول هذا النوع من أدوات الاتصال الجماهيري، وقدرتها على التأثير في المجتمعات العربية، كما أن هذه المواقع أصبحت تمثل مجالاً عاماً يتيح حيزاً أعلى من التفاعلية، مما يجعلها وسيلة ملائمة لدراسة التعبيرات السياسية والاجتماعية، لذلك فإن أهمية هذه الدراسة تكمن في ندرة الأبحاث والدراسات التي تناولت الدور الذي لعبته مواقع التواصل الاجتماعي، في حفز المواطنين للمشاركة في فعاليات الحراك الجماهيري، وتزداد أهمية هذه الدراسة لكونها تعكس آراء شريحة اجتماعية ممثلة بالنقابيين، الذين يأتون في مقدمة الشرائح والاتجاهات والتيارات، التي تتصدى للقضايا الوطنية، لا سيما قضية الإصلاح السياسي والاقتصادي والاجتماعي. كما أن هذه الدراسة من شأنها أن توفر رؤية علمية موضوعية، للوقوف على دور هذه المواقع، وذلك من خلال توفيرها للنتائج العلمية المتعلقة بهذا الجانب.

مشكلة الدراسة:

اندلعت منذ أواخر عام (2010) موجة من الاحتجاجات والمظاهرات والاعتصامات والثورات، التي عمت عدداً من أقطار الوطن العربي، مطالبة بالتغيير السياسي والاقتصادي، باستخدام وسائل تكنولوجية حديثة، في مقدمتها شبكات التواصل الاجتماعي، التي وجد فيها الشباب العربي، منفذاً للتعبير عن آمالهم ورغباتهم وطموحاتهم في التغيير.

وقد شهدت مصر منذ بداية عام (2011) حراكاً سياسياً جماهيرياً واسعاً، شاركت فيه كل الفئات والطبقات والشرائح المجتمعية والسياسية، ويدعو إلى إجراء إصلاحات سياسية واقتصادية، نظراً لتردي الأوضاع الاقتصادية في البلاد، وانتشار الفساد المالي والإداري وغلاء الأسعار، وارتفاع معدلات الفقر والبطالة، وذلك باستخدام وسائل الإعلام الجديد لا سيما شبكات التواصل الاجتماعي، التي استقطبت الرأي العام، وألزمت الحكومات على اتخاذ قرارات وإجراءات دون رغبتها.

واستناداً إلى ما سبق، فإن مشكلة هذه الدراسة تتحدد في التعرف على طبيعة الدور الذي لعبته مواقع التواصل الاجتماعي، في حفز المواطنين، للمشاركة في فعاليات الحراك الجماهيري، الذي يطالب بإجراء إصلاحات سياسية واقتصادية واجتماعية.

أسئلة الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى الإجابة عن الأسئلة التالية:

- 1- ما أسباب استخدام أعضاء النقابات (النقابيين) مواقع التواصل الاجتماعي؟
- 2- ما مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها النقابيون؟
- 3- ما أشكال تواصل النقابيين مع الآخرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟
- 4- ما مدى مشاركة النقابيين في الحراك الجماهيري، عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟
- 5- ما الأساليب التي يستخدمها النقابيون في المشاركة بموضوعات الحراك الجماهيري عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟
- 6- ما الدور الذي لعبته مواقع التواصل الاجتماعي بالنسبة للنقابيين، فيما يتعلق بالحراك الجماهيري؟
- 7- هل توجد علاقة بين السمات الديموغرافية للمبحوثين والمشاركة في الحراك الجماهيري؟

أهداف الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى التعرف على طبيعة الدور الذي تقوم به مواقع التواصل الاجتماعي، في حفز المواطنين للمشاركة في الحراك الجماهيري، المطالب بالإصلاح السياسي والاقتصادي والاجتماعي، كهدف رئيس لهذه الدراسة، وذلك من خلال النقابيين في مدينة الزقازيق، كما تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف الفرعية التالية:

- 1- التعرف على مدى مشاركة النقابيين في مدينة الزقازيق واستخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي من عدمها.
- 2- التعرف على دوافع استخدام النقابيين لهذه المواقع.
- 3- التعرف على أبرز مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها النقابيون في مدينة الزقازيق.
- 4- التعرف على الفترات التي يفضلها النقابيون في استخدام هذه المواقع.

- 5- التعرف على مدى مشاركة النقابيين فيما يتعلق بالحراك الجماهيري، الذي يطالب بالإصلاح، من خلال مواقع التواصل الاجتماعي.
- 6- التعرف على موضوعات الحراك الجماهيري، التي يشارك بها النقابيون، من خلال مواقع التواصل الاجتماعي.
- 7- التعرف على دوافع مشاركة النقابيين في موضوعات الحراك الجماهيري عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- 8- التعرف على الدور الذي تقوم به مواقع التواصل الاجتماعي، فيما يتعلق بالحراك الجماهيري.

نوع الدراسة ومنهجها:

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، التي تقوم على رصد ومتابعة دقيقة لظاهرة أو حدث بطريقة كمية أو نوعية في فترة زمنية (عليان وغنيم، 2000، ص43)، ودراسة جمهور المتلقين، وتصنيف الدوافع والحاجات، والأنماط السلوكية، ومستويات الاهتمام والتفضيل (عبد الحميد، 2004، ص59)، ومن ثم تحليلها وتفسيرها وصولاً إلى حقائق دقيقة، كما تنتمي هذه الدراسة إلى المنهج المسحي، الذي يعد من أهم المناهج التي تعنى بدراسة جمهور وسائل الإعلام في إطاره الوصفي والتحليلي، من خلال جمع المعلومات والبيانات وتفسيرها، للدلالة على ما يحدث فعلاً، من أجل التوصل إلى استنتاجات وتعميمات (المغربي، 2007، ص97).

مجتمع الدراسة وعينتها:

تكوّن مجتمع الدراسة من النقابيين في مدينة الزقازيق، على اعتبار أن هذه الشريحة الاجتماعية، تولى الشؤون السياسية والاقتصادية المحلية اهتماماً ملحوظاً، وتتفاعل مع القضايا والهموم الوطنية والقومية، وذلك لأن أعضائها على مستوى عالٍ من التعليم والوعي والثقافة، وغالباً ما تجري انتخاباتهم النقابية وفق قوائم وتكتلات معينة. أما عينة الدراسة فقد تم اختيار مفرداتها من أعضاء النقابات في مدينة الزقازيق وهي سبع نقابات (الأطباء، أطباء الأسنان، الصيادلة، المهندسون، المهندسون الزراعيون، المحامون، الأطباء البيطريون) بحيث تم اختيار (300) مفردة من النقابيين، موزعة بالتساوي بين النقابات السبع، استناداً إلى عدد أعضاء كل نقابة،

وذلك وفق أسلوب العينة الطبقية، بإتباع أسلوب التوزيع الأمثل، كأحد مستويات العينة الطبقية، التي تمتاز بدقة تمثيلها للمجتمع الأصلي، لأنها تضمن ظهور وحدات من أي جزء من المجتمع، وتساعد على تقليل التباين الكلي للعينة، كما تمكن من الحصول على درجة عالية من الدقة (العبد وعزمي، 1999، ص 152-153)، وقد تم استبعاد أربع استبانات لعدم صلاحيتها للتحليل، فاستقرت العينة على (296) مفردة.

أداة الدراسة:

اعتمد الباحث على الاستبانة كأداة رئيسة لجمع المعلومات من أفراد العينة، الذين يمثلون النقابيين في مدينة الزقازيق، على اعتبار أن هذه الأداة توفر قدراً جيداً من الموضوعية العلمية بعيداً عن التحيز، وقد تكونت من جزأين، خصص الأول منهما للمتغيرات الديموغرافية، فيما تضمن الجزء الثاني (18) سؤالاً وفقرة، تم صياغتها لتحقيق الأهداف التي تسعى هذه الدراسة للوصول إليها.

صدق الأداة وثباتها:

حرص الباحث للتأكد من صدق الأداة وذلك من خلال عرضها على عدد من أساتذة الصحافة والإعلام والاجتماع، الذين أبدوا عدداً من الآراء والملاحظات، التي أخذ الباحث بها لتصبح الاستبانة بعد ذلك صالحة للتطبيق الميداني على النقابيين في مدينة الزقازيق، كما تم التحقق من ثبات الاستبانة وذلك من خلال توزيعها مسبقاً على عينة مكونة من عشرين نقابياً من أفراد العينة، وبفارق أسبوعين بين التوزيع الأول والثاني، وكانت إجاباتهم متطابقة في الحالتين، الأمر الذي يعزز من ثبات الاستبانة، كما اعتمد الباحث على التناسق الداخلي بين عناصر وفقرات الاستبانة، والتي بينت وجود درجة عالية من الثبات، بلغت قيمة معامل ألفا كرونباخ (0,86) وهي نسبة ثبات عالية.

التحليل الإحصائي:

استخدمت هذه الدراسة البرنامج الإحصائي SPSS، لتفريغ البيانات ومعالجتها إحصائياً لاستخراج النتائج، وذلك من خلال المعالجات الإحصائية التي تضمنت التكرارات البسيطة والنسب المئوية، والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري، وكرونباخ ألفا، لقياس الاتساق الداخلي، واختبار كا2 لمعرفة العلاقة بين السمات الديموغرافية للمبحوثين والمشاركة في الحراك الجماهيري.

نتائج الدراسة:

وفيما يلي أهم النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة:

- 1- أظهرت النتائج أن (74,7%) من النقابيين يشاركون في مواقع التواصل الاجتماعي وأن ما نسبته (25,3%) لا يستخدمونها، وأن (25%) من هؤلاء برروا عدم استخدامهم لها لأنها تحوي دعاوى تحريض تسعى لنشر الفتن بين أبناء الوطن الواحد.
- 2- بينت النتائج أن دوافع استخدام النقابيين لمواقع التواصل الاجتماعي كانت متقاربة، وجاء في مقدمتها الدافع المتعلق بأنها تتيح الفرصة للتعبير عن الآراء بحرية بما نسبته (24,3%)، تلاه الدافع المتعلق بالاتصال مع الأصدقاء والمجتمع والتعرف على أصدقاء جدد بنسبة (20,1%).
- 3- اقتصر استخدامات النقابيين في مدين الزقازيق على ثلاثة مواقع للتواصل الاجتماعي، الفيسبوك بنسبة (50,6%)، وتويتر بنسبة (27,1%) و يوتيوب بنسبة (22,3%).
- 4- أوضحت النتائج أن النقابيين الذين يمضون أقل من 3 ساعات يومياً في استخدام مواقع التواصل بلغت نسبتهم (47,5%)، وما نسبته (38,9%) يستخدمونها ما بين (3-5) ساعات يومياً.
- 5- أشارت النتائج إلى أن (70,6%) من النقابيين يقدمون أنفسهم للآخرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي بصورة واضحة، وأن ما نسبته (56,1%) يعرضون صورهم في المواقع.
- 6- أظهرت النتائج أن (19,9%) من النقابيين يشاركون في الحراك الجماهيري عبر مواقع التواصل الاجتماعي بصفة دائمة، وأن (19,5%) منهم يشاركون أحياناً، فيما (43,4%) لا يشاركون، وأن المشاركة الدائمة للرجال أكثر من النساء، حيث بلغت للذكور ما نسبته (84,1%) وللنساء (15,9%) فيما بلغت للذكور الذين يشاركون أحياناً ما نسبته (76,7%)، وللنساء ما نسبته (26,3%).
- 7- جاءت المطالبة بإصلاحات دستورية في مقدمة موضوعات الحراك التي يشارك بها النقابيون من خلال هذه المواقع، وبما نسبته (14,4%)، تلتها المطالبة بإصلاحات سياسية واقتصادية واجتماعية بنسبة (14,1%)، ثم إجراء انتخابات نيابية وبلدية نزيهة بنسبة (11,2%).
- 8- تركزت مشاركة النقابيين عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تقديم آراء حول المسيرات والاجتماعات بما نسبته (22,5%)، والتعليق على فعاليات الحراك الجماهيري بنسبة (20,4%)، ثم عرض تساؤلات عن هذه المسيرات والاحتجاجات بنسبة (20,2%).

- 9- احتل الدافع الذي يفيد بأن مواقع التواصل تقدم معلومات عن الحراك الجماهيري لا تقدمها وسائل الإعلام الأخرى قائمة دوافع المشاركة في مواقع التواصل وبما نسبته (3,19%)، تلاه أن الحصول على معلومات وآراء عن الحراك الجماهيري من خلال هذه المواقع أسهل من وسائل الإعلام الأخرى، ولأن هذه المواقع تحقق إمكانية التفاعل مع ما تنشره من موضوعات الحراك من خلال النشر والتعليق بما نسبته (3,14%) لكل منهما.
- 10- أكدت النتائج أن مواقع التواصل الاجتماعي قامت بدور متوسط في حفزها للنقابين للمشاركة في الحراك الجماهيري، وذلك لأن مؤشرات هذا الدور حصلت على متوسط حسابي عام بلغ (2,32%).
- 11- أوضحت نتائج الدراسة عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين السمات الديموغرافية للنقابين (العمر، الدخل الشهري، الجنس، جهة العمل، الانتماء الحزبي)، وبين المشاركة في الحراك الجماهيري، عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

توصيات الدراسة:

- تفعيل مشاركة المواطنين في مواقع الإعلام الاجتماعي، ذلك لأن المواطن أصبح صانع الحدث والإعلامي في هذه المواقع، التي تحظى باهتمام وثقة متزايدة من الجمهور العادي وصناع القرار.
- إجراء دراسات علمية للمضامين المتاحة على الشبكات الاجتماعية من واقع استخدامات الأفراد في مراحل عمرية ومهنية متعددة، بما يسمح بالتعرف على كيفية استخدام هذه المواقع وآليات التواصل فيها.
- تعد النقابات من أكثر المؤسسات المجتمعية اهتماماً وتفاعلاً مع القضايا والشؤون العامة، ولكونها من القطاعات التي تواكب التطورات التكنولوجية والعلمية وغيرها، الأمر الذي يدعو القائمين عليها إلى تشجيع المنتسبين إليها، لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي، نظراً لأهمية الدور الذي باتت تلعبه هذه المواقع في العديد من المجالات الحياتية.

المصادر والمراجع

أولاً: المصادر العربية

1. أبو عرجة، تيسير (2011)، معالجة الصحف الأردنية اليومية لأحداث الربيع العربي، المؤتمر العلمي "وسائل الإعلام أدوات تعبير وتغيير"، كلية الإعلام، جامعة البتراء، عمان.
2. البسيوني، محمد علي، (2009) دولة Face Book، دار الشروق، القاهرة.
3. حافظ، عبده (2011)، تواصل الشباب الجامعي من خلال الشبكات الاجتماعية، المؤتمر العلمي - وسائل الإعلام أدوات تعبير وتغيير، كلية الإعلام، جامعة البتراء، عمان.
4. حسن، أشرف جلال (2009)، أثر شبكات العلاقات الاجتماعية التفاعلية بالإنترنت ورسائل الفضائيات على العلاقات الاجتماعية والاتصالية للأسرة المصرية والقطرية، المؤتمر العلمي الأول "الأسرة والإعلام وتحديات العصر"، الجزء الثاني، فبراير، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
5. الحويان، ابراهيم (2012)، مواقع التواصل الاجتماعي الإلكتروني:

<http://www.shabab.addustour.com/alticle.aspx?articalvo=107al>. Retrieved on 20-1-2012.

6. الداغر، مجدي (2011)، المعالجة الصحفية للثورات العربية في الصحافة الأميركية، المؤتمر العلمي، دور وسائل الإعلام في التحولات المجتمعية في الوطن العربي، كلية الإعلام، جامعة اليرموك، مدينة الزقازيق.
7. الدليمي، عبد الرزاق (2011)، الفيسبوك والتغير في تونس ومصر، المؤتمر العلمي، دور وسائل الإعلام في التحولات المجتمعية في الوطن العربي، كلية الإعلام، جامعة اليرموك، مدينة الزقازيق.
8. دور الفيس بوك في الثورات العربية:

<http://www.Felesteen.ps/indexphp?page=detsils&nid=18782>, Retrieved on 5-1-2012.

9. رضوان، أحمد (2011)، اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام التقليدية والحديثة كمصدر للمعلومات أثناء ثورة 25 يناير 2011، المؤتمر العلمي - دور وسائل الإعلام في التحولات المجتمعية، كلية الإعلام، جامعة اليرموك، مدينة الزقازيق.
10. زكريا، نرمين (2009)، الآثار النفسية والاجتماعية لاستخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية، المؤتمر العلمي الأول، الأسرة والإعلام وتحديات العصر، الجزء الثاني، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

11. الشامي، عبدالرحمن محمد (2007)، آفاق التفاعلية في ظل الإعلام الجديد، المجلة العربية للإعلام والاتصال، جامعة الملك سعود، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، الرياض.
12. صحيفة العرب اليوم، 2012/1/19.
13. صلوي، عبدالحافظ، (2011)، تغطية الصحافة الإلكترونية للاضطرابات السياسية في الوطن العربي، المؤتمر العلمي، دور وسائل الإعلام في التحولات المجتمعية، كلية الإعلام، جامعة اليرموك، مدينة الزقازيق.
14. عبد الحميد، محمد، (2004)، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط2، عالم الكتب، القاهرة.
15. عجيزة، مروة (2012)، معالجة الصحافة المصرية ومواقع الاحتجاجات على شبكة الإنترنت لأزمة الاحتجاجات الشعبية في مصر
- Http://www.itdacademy.co.uk, Retrieved on: 9-1-2012.
16. عبد الرزاق، انتصار، والساموك صنفد (2011)، الإعلام الجديد، جامعة بغداد، الدار الجامعية للطباعة والنشر والترجمة.
17. عبدالمقصود، هشام (2009) خصائص المجال العام لتقديم التعبيرات السياسية والاجتماعية عن قضايا وأحداث الشؤون العامة في وسائل الإعلام الجديدة، مؤتمر الأسرة والإعلام وتحديات العصر، الجزء الثاني، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
18. العبد، عاطف عدلي وعزمي، زكي أحمد (1999)، الأسلوب الإحصائي واستخداماته في بحوث الرأي العام والإعلام، ط3، دار الفكر العربي، القاهرة.
19. عبد القوي، محمود حمدي، (2009) دور الإعلام البديل في تفعيل المشاركة السياسية لدى الشباب، المؤتمر العلمي الدولي الخامس عشر، الإعلام والإصلاح: الواقع والتحديات، الجزء الثالث، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
20. عزي، عيبر ابراهيم (2009)، وسائل الإعلام التقليدية والجديدة والمجال العام: دراسة تطبيقية على قضايا الحريات، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
21. عليان، ربحي مصطفى وغنيم، محمد عثمان (2000)، مناهج وأساليب البحث العلمي، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان.

22. علي، نبيل، (2010)، محورية الثقافة في مجتمع المعرفة: رؤية عربية مستقبلية، كتاب العرب رقم 81، الجزء الأول، الكويت، وزارة الإعلام.
23. القرني، علي، (2011)، الإعلام الجديد، مكتبة الملك فهد للنشر، الرياض.
24. فؤاد، وسام (2012) الإنترنت ما بعد التفاعلية واتجاهات تطوير الإعلام الإلكتروني:
<http://www.ahewor.org/diliat/show.art.asp?aicl=115099>, Retrived on 9-1-2012.
25. كمال، هناء (2009)، الآثار النفسية والاجتماعية لتعرض الجمهور المصري لشبكة الإنترنت، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
26. مراد، كامل خورشيد (2011)، دور الإعلام في تنشيط الحراك السياسي العربي – شبكات التواصل الاجتماعي نموذجاً، المؤتمر العلمي – وسائل الإعلام أدوات تعبير وتغيير، كلية الإعلام جامعة البتراء، عمان.
27. المغربي، كامل محمد (2007)، أساليب البحث العلمي، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان.
28. نجادات، علي، (2011)، الاحتجاجات في الصحف الأردنية اليومية والتحولات المنشودة في المجتمع الأردني، المؤتمر العلمي – دور وسائل الإعلام في التحولات المجتمعية، كلية الإعلام، جامعة اليرموك، مدينة الرقازيق.

ثانياً: المصادر الأجنبية

29. James Johnson, (2007) Public sphere, postmodernism and polemic, the American Political Science, Vol.88, No.2.
30. Mahroum, Mohammad, (2011), Keen observers: How Journalists of Today and Tomorrow See Al-Jazeera Coverage of the Arab Spring of 2011, Dublin City University, Dublin.
31. Sean P. Hagerty (2008), an examination of uses and gratifications of YOUTUBE, Unpublished Master thesis, Department of Communication, Villanova University, P.93.