

## الفصل الثاني

الاستخدامات السياسية لشبكات التواصل الاجتماعي  
في ضوء نظرية المجال العام  
دراسة ميدانية

---

• هذا البحث نوقشت المسودة الأولى له في مؤتمر أكاديمية «الدويتش فيليه» (DW – Akademie- Deutsche Welle) حول دور الإعلام في مرحلة التحول في العالم العربي- بون - ألمانيا، ١٥-١٧ مايو ٢٠١٢.

obekikan.com

## مقدمة:

تقوم شبكات التواصل الاجتماعي بدور مهم في الاتصال السياسي؛ حيث تتيح هذه الأدوات التواصلية مصادر متعددة للمعلومات، وتوفر ساحات للنقاش العام حول القضايا السياسية، على أسس من الحرية والمساواة، مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية. وتزايد أهميتها بالانتشار الواسع لاستخداماتها وخصائصها التفاعلية وقدرتها على تمكين المستخدمين من أدوات جديدة للمشاركة المجتمعية والسياسية. هذه الأهمية المتزايدة لشبكات التواصل الاجتماعي وتأثيراتها في مخرجات العملية السياسية أصبحت مجالاً خصباً للباحثين في مجال الاتصال السياسي.

وقد اهتمت أدبيات الاتصال السياسي بدور شبكات التواصل الاجتماعي خاصة Facebook, YouTube, Twitter في ثورات الربيع العربي، وبخاصة التونسية والمصرية. وغالباً ما يتم الاستشهاد بالحالة المصرية للتدليل على الدور السياسي الذي تلعبه هذه الشبكات في ديمقراطية المجال العام وزيادة المشاركة السياسية. ويدرك المتابع لتطور استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في مصر على المستويين العام والسياسي، الأهمية التي تحظى بها في المشهد السياسي المصري.

لقد كانت ثورة ٢٥ يناير ٢٠١١ نقطة فارقة في بنية النظامين السياسي والإعلامي في مصر. ولعبت وسائل الاتصال الحديثة، وأهمها شبكات التواصل الاجتماعي Social Network Sites دوراً مهماً في التوعية والنقاش والحشد، والمراقبة للعملية السياسية، في أثناء ٢٥ يناير وبعدها، وأصبحت الموضوعات والقضايا المتداولة في شبكات التواصل الاجتماعي مكوناً أساسياً في النقاش العام Public Discourse، إما من خلال تداولها بين أعضاء الساحات الافتراضية، أو من خلال نقلها وتداولها عبر وسائل الإعلام التقليدية.

وتشير الإحصائيات أيضاً إلى النمو المتواصل في استخدام موقع التواصل الاجتماعي «فيس بوك»، حتى أن عدد مستخدميه بلغ ٢٧ مليون شخص في نوفمبر

٢٠١٥، وهو ما يمثل ٧٧٪ من إجمالي مستخدمي شبكة الإنترنت في مصر، وما نسبته ٣١٪ من إجمالي عدد السكان. وأكدت دراسة لمركز Pew أن ارتفاع معدلات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في مصر في فترة ثورة يناير يمثل حالة استثنائية مقارنة بمعدلات التغيير التي حدثت على المستوى العالمي في ذلك الوقت؛ حيث أشارت الدراسة إلى زيادة في معدلات الاستخدام بين المصريين من ١٨٪ في عام ٢٠١٠ إلى ٢٨٪ في عام ٢٠١١. وأرجعت الدراسة ذلك إلى الاستخدامات المتنامية لوسائل التواصل الاجتماعي في المجال السياسي .

وقد بدأ الاهتمام باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي لأغراض سياسية في مصر منذ عام ٢٠٠٨ مع أحداث إضرابات عمال مدينة المحلة. وهذا يعني أن الاستخدام السياسي لهذه الشبكات وازداد زمنيًا تنامي الاستخدام السياسي لها في الولايات المتحدة الأمريكية في عام ٢٠٠٨؛ حيث بدأ الاستخدام السياسي لشبكات التواصل الاجتماعي في الولايات المتحدة الأمريكية عام ٢٠٠٦، وأصبحت أداة فعالة في المجال العام خلال الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠٠٨؛ حيث بدأ المرشح «باراك أوباما» التواصل مع الجمهور عبر صفحته على «فيس بوك» كأداة مهمة للتواصل السياسي. أما في السياق المصري، فقد تم استخدام شبكات التواصل الاجتماعي كأداة لخلق مجال عام معارض، ضد نظام سياسي سلطوي لم يتح فرصاً للمواطنين للتعبير الحر عن آرائهم وأفكارهم، مما دفعهم للعزوف عن المشاركة السياسية.

وتتهم الدراسة الحالية برصد وتحليل الاستخدامات السياسية لوسائل التواصل الاجتماعي وتأثيراتها، وذلك في إطار نظرية المجال العام Public Sphere، التي طرحها Juergen Habermas، كأحد المداخل التي تستخدم لدراسة تأثيرات شبكة الإنترنت وتطبيقاتها في المجال السياسي.

## أهمية الدراسة:

### تعد هذه الدراسة مهمة لما يلي:

١. الحاجة إلى رصد دور شبكة الإنترنت وتطبيقاتها في خلق المجال العام، كأحد المتطلبات للتحول الديمقراطي.
٢. الجدل الذي تحظى به دراسة الاستخدامات والتأثيرات السياسية للإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي في السياقات الغربية، ومقارنتها بالواقع المصري.
٣. الاعتماد على عينة من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي من الجمهور العام وليس الناشطين السياسيين، وهو ما يساعد في تقييم الدور الحقيقي الذي تلعبه شبكات التواصل الاجتماعي في النقاش العام وتشجيع المشاركة السياسية بين المواطنين.
٤. بحث الظاهرة الإعلامية في مستواها الأصغر (Micro)، ويعني استخدام وسيلة واحدة من وسائل التواصل الاجتماعي والاستخدامات السياسية لها.
٥. أهمية رصد دور شبكات التواصل الاجتماعي، وبخاصة بين فئة الشباب، بوصفهم الأكثر استخداماً للإنترنت والأقل مشاركة في العملية السياسية.
٦. مواكبة الدراسات الغربية في رصد تأثيرات الإنترنت على مجال الاتصال السياسي.

## أهداف الدراسة:

### تسعى هذه الدراسة لتحقيق الأهداف التالية:

١. التعرف على معدلات وأنماط الاستخدام السياسي لشبكات التواصل الاجتماعي في ضوء نظرية المجال العام.
٢. تحديد مدى تأثيرات الاستخدام السياسي لشبكات التواصل على الفعالية السياسية للمستخدمين في ضوء نظرية المجال العام.

٣. رصد تأثير الانتماء السياسي وكثافة الاستخدام، على استخدامات وتأثيرات شبكات التواصل الاجتماعي.
٤. رصد تأثير الخصائص الديموجرافية على الاستخدام السياسي وتأثيرات شبكات التواصل الاجتماعي.
٥. استشراف مستقبل استخدامات وتأثيرات الإنترنت السياسية في السياق المصري.

#### الدراسات السابقة:

٧. توصلت أغلب الدراسات التي اهتمت بتحليل العلاقة بين الاستخدامات السياسية للإنترنت وتأثيراتها، إلى نتائج مختلطة Mixed-findings في سياقات سياسية واجتماعية وتكنولوجية مختلفة، وعبر مراحل زمنية متباينة. وعلى الرغم من ذلك فإن دراسة ( Boulianne 2009 ) والتي اعتمدت على تحليل ثانوي Meta-Analysis قامت بتحديد عينة من ٣٩ دراسة شملت ١٦٦ مجالاً من مجالات التأثير، تشير بوضوح إلى ارتباط إيجابي بين استخدام الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي وحجم المشاركة السياسية. ويزيد هذا التأثير كلما كان المستخدمون أكثر تعرضاً للمحتوى الإخباري السياسي عبر الإنترنت.

وتتشابه نتائج هذه الدراسة مع أخرى قام بها ( Skoric et.al ٢٠١٥ ) اعتمدت نفس منهج التحليل، وأجريت على عينة من الدراسات بلغت ٢٢ دراسة، وتناولت ١١٦ من علاقات التأثير والتأثر، وذلك في الفترة من ٢٠٠٧ إلى ٢٠١٣، انتهت إلى أنه بشكل عام هناك تأثير إيجابي لاستخدامات وسائل التواصل الاجتماعي ومشاركة المواطنين بمستوياتها الثلاث، وتشمل: رأس المال الاجتماعي Social Capital، والمشاركة المجتمعية Civic Engagement، والمشاركة السياسية Political Participation .

وتستعرض الدراسة الحالية البحوث ذات الصلة، حيث تم التعرض لها بالتحليل من خلال تصنيفها وفقاً للسياقات التنموية ذات الصلة بالأبعاد السياسية والاجتماعية والاقتصادية والتكنولوجية، وهي كالتالي:

### **أولاً: دراسات اهتمت بالاستخدامات والتأثيرات السياسية لشبكات التواصل الاجتماعي، في سياق الدول النامية؛**

أكدت دراسة (أسامة حسانين ٢٠١٤) أن الفيس بوك يأتي في مقدمة مصادر معرفة أفراد العينة، للحصول على المعلومات حول قضايا الفساد السياسي في مصر، عبر شبكة الإنترنت، وأثبتت دراسة (محمود حمدي وسلوى أحمد ٢٠١٤) ارتفاع معدلات اعتماد الشباب المصري على الشبكات الاجتماعية، وتعدد أغراض استخدامها، سواء في متابعة الأحداث الجارية والتسلية والترفيه، أو تبادل الصور والفيديوهات والتعرف على الأصدقاء، وهو ما يؤكد جاذبية الشبكات الاجتماعية، في الوقت الذي يقل فيه إقبال الشباب على وسائل الإعلام التقليدية.

وأكدت دراسة (أحمد يونس ٢٠١٣) أن جميع الشباب الفلسطيني يستخدمون الشبكات الاجتماعية بكثافة، وأشارت إلى أن الفيس بوك من أكثر شبكات التواصل الاجتماعي استخداماً وتفاعلاً. وأوضحت دراسة (حمزة السيد ٢٠١٣) أن هناك ارتفاعاً في معدلات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بشكل عام بين أفراد عينة الدراسة. وجاء الفيس بوك كأكثر المواقع استخداماً بين الشباب الجامعي المصري للمشاركة الإلكترونية في أحداث الثورة، وكان من أكثر الأنشطة التي يقوم بها الشباب في مواقع التواصل الاطلاع على صفحات المستخدمين، والمشاركة في مناقشة القضايا التي يطرحها الآخرون، كنوع من المشاركة في الأحداث السياسية.

وتوصلت دراسة (عبد الكريم الديبسي وزهير الطاهات ٢٠١٣) عن انتشار استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي بين الطلبة، إلى أن تلك الشبكات أصبحت تشكل مصدراً من مصادر حصولهم على الأخبار والمعلومات، التي من شأنها التأثير

في تشكيل الرأي العام الأردني. وانتهت دراسة (انشرح الشال ٢٠١٢) إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي كانت من أهم الخدمات الإلكترونية على شبكة الإنترنت التي استخدمها أفراد العينة في التعرف على ثورة ٢٥ يناير ٢٠١١، وعبرت نسبة ٨,٦١٪ من العينة عن ثقتهم الشديدة بالفيس بوك خلال متابعتهم لأحداث الثورة المصرية.

أما دراسة (Gaffney, 2010) حول استخدامات موقع «تويتر» في الانتخابات الإيرانية ٢٠٠٩، من خلال متابعي الهاشتاج (#Iran Election hashtag)، أكدت نتائجها أنه بالرغم من أن «تويتر» ساعد في تعبئة الجهود الاحتجاجية للمعارضين في نظام يتسم بالشمولية، فإنه من الصعب التوصل بدقة إلى دور شبكات التواصل الاجتماعي في المجال السياسي.

وتوصلت دراسة (أحمد فاروق رضوان ٢٠١٠) إلى ارتفاع نسبة الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات الخاصة بالانتخابات، كما أشارت الدراسة إلى ارتفاع نسب مصداقية صفحات التواصل الاجتماعي الخاصة بالنشطاء السياسيين وحركات التغيير الاجتماعي والسياسي بالمجتمع المصري. أما دراسة (Presley 2010) التي اهتمت بتحليل تويتر (٩٢٣ تغريدة) والبلوجز (٢٤٥ تدوينة) في أثناء الانتخابات العامة في نيجيريا ٢٠٠٧ و ٢٠٠٩، والتي اعتمدت على تحليل الخطاب، فقد توصلت إلى أن استخدام المواطنين لوسائل التواصل الاجتماعي ينمي المشاركة السياسية الفعالة. وانتهت الدراسة إلى أن التمكين الإلكتروني من خلال إتاحة الوصول إلى وسائل التواصل الاجتماعي، يزيد من معدلات المشاركة في الانتخابات؛ حيث شجعت هذه الوسائل المزيد من المناقشات العامة حول القضايا السياسية، وجعلت العملية السياسية أكثر ديناميكية، مقارنة بالفترة التي سبقت ظهور وسائل التواصل الاجتماعي. وتؤكد نتائج الدراسة العلاقة الطردية بين المداولات عبر وسائل التواصل الاجتماعي وعملية التمكين السياسي.

وأثبتت دراسة (محمود حمدي ٢٠٠٩) وجود علاقة ارتباطية بين استخدام الشباب للفييس بوك لأغراض سياسية واتجاه الشباب نحو المشاركة السياسية، حيث تتعدد المجموعات السياسية على الفييس بوك. كما أوضحت الدراسة أن تعددية الآراء ومناقشة القضايا السياسية، كانت بدرجة كبيرة من الحرية على الفييس بوك، وأن إتاحة الفرصة للتعليق وإبداء الرأي في القضايا المثارة، ساعد في جذب انتباه الشباب المصري نحو المضامين السياسية المطروحة على الفييس بوك، دون وجود فروق إحصائية بين الذكور والإناث.

### **ثانياً: دراسات اهتمت بالاستخدامات والتأثيرات السياسية لوسائل التواصل الاجتماعي، في سياق الدول المتقدمة:**

توصلت دراسة (Johnson & Kaye 2015) التي أجريت على عدد ٣.٤٦٤ من المستخدمين للانترنت إلى أن الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي، وتحديداً الفييس بوك، يزيد من الثقة في المؤسسات السياسية، مثل الرئاسة والحكومة وأيضاً وسائل الإعلام، في الولايات المتحدة الأمريكية. وعلى العكس من ذلك فإن الاعتماد على البلوجز ويوتيوب ربما يقلل الثقة في هذه المؤسسات الثلاث. وعلل الباحث هذه النتائج بزيادة التفاعلية في الفييس بوك وتويتر، من خلال التواصل مع أصدقاء وأشخاص لديهم توجهات متقاربة، عنه في البلوجز واليوتيوب. أما دراسة Yamamoto (Kushin, & Dalisay 2015) فقد طرحت سؤالاً حول تأثير الاستخدامات السياسية لوسائل التواصل الاجتماعي على الاستخدامات السياسية لوسائل الإعلام التقليدية، وانعكاسات ذلك على المشاركة السياسية، وأجريت الدراسة على عينة بلغت ٦٠٠ من طلاب الجامعات في الولايات المتحدة الأمريكية، وأكدت وجود علاقة إيجابية بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لأغراض التواصل السياسي والمشاركة السياسية. وتتفق مع ذلك دراسة (Yang & DeHart 2015) التي أجريت على ٤٥٥٦ طالباً جامعياً عقب الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٢ مباشرة، وتوصلت إلى أن

اتساع حجم شبكات التواصل الاجتماعي للمبجوثين، والكفاءة السياسية، والمشاركة في مجموعات التواصل الاجتماعي عبر الفيس بوك، كانت مؤشرات ايجابية على زيادة المشاركة السياسية الإلكترونية عبر الفيس بوك، بينما لا يلعب متغير الثقة في المجموعات التي ينتمي إليها المبجوثون دوراً في التواصل السياسي الإلكتروني. وأكدت نتائج الدراسة أن -بصفة عامة- استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يزيد من المشاركة السياسية عبر الإنترنت، في حين أن كثافة الاستخدام لم ترتبط إيجابياً باحتمالات زيادة المشاركة السياسية عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

أما دراسة (Kruikemeier et al., 2014) التي أجريت على عينة بلغت ٩٨٥ مفردة ممثلة للمجتمع الهولندي، حول استخدامات الانترنت وتأثيراتها على المشاركة السياسية، فأوضحت أن هناك علاقة إيجابية بين استخدامات الإنترنت بمستوياتها الخامل Passive Use والنشط Active Use والمشاركة السياسية. حيث أوضحت نتائج الدراسة أن هناك علاقة إيجابية بين أنماط محددة من الاستخدامات السياسية للإنترنت، وبين الإقبال على التصويت في الانتخابات من جانب، والاهتمام بالشأن السياسي من جانب آخر. ودراسة (Tang & Lee 2013) حول استخدامات الفيس بوك وتأثيرها على المشاركة السياسية، وأجريت على عينة مكونة من ٧٧٤ من الطلاب الجامعيين في هونج كونج، أثبتت أن هناك عاملين لهما تأثير إيجابي على المشاركة السياسية وهما: ارتباط المستخدمين بمؤسسات سياسية فاعلة، أو زيادة مستوى التعرض للمعلومات السياسية بصفة عامة. وأن هذين المتغيرين يؤثران أيضاً في دور الفيس بوك في المشاركة السياسية.

وفي دراسة (Tumasjan et al. 2011) والتي اهتمت بتحليل محتوى ١٠٠ ألف تغريدة متصلة بالأحزاب السياسية أو السياسيين خلال الانتخابات الألمانية الفيدرالية ٢٠٠٩، انتهت الدراسة إلى أن تويتر استخدم بكثافة لتبادل معلومات سياسية مرتبطة بتوقعات حول نتائج الانتخابات، وهو ما جعل الباحثين يستنتجون أن تويتر عبر بدقة عن الخريطة السياسية في الواقع، وأنه يمكن الاعتماد على التوقعات الخاصة بنتائج

الانتخابات كما طرحت في التفريعات التي تناولتها الدراسة بالتحليل إلى درجة ما. وتتفق مع الدراسة السابقة النتائج التي توصلت إليها دراسة (Larsson & Moe 2011) حول استخدامات تويتر في الانتخابات العامة في السويد ٢٠١٠، والتي أشارت إلى أن تويتر تم الاعتماد عليه كآلية لتبادل المعلومات السياسية أكثر من الاعتماد عليه كمنتدى للنقاش.

أما دراسة (Vitak et al. 2011) فتشير إلى أن طلاب المرحلة الجامعية في الولايات المتحدة الأمريكية يهتمون بالمشاركة السياسية الهامشية، إما من خلال فيس بوك أو حتى في الحياة السياسية الفعلية. وتشير نتائج الدراسة إلى أن النشاط السياسي لصغار الناخبين سطحي إلى حد ما. وأن مشاركتهم السياسية تنحصر في إلمامهم بمعلومات سياسية أكثر من اهتمامهم بالأنشطة الكثيفة ذات الصلة بتعبئة الموارد السياسية، حيث إن الأفعال السياسية تعتمد بدرجة كبيرة على الموارد، منها على سبيل المثال التطوع، وهو نادراً ما تقبل عليه هذه الفئة من الناخبين. هذه النتائج تعزز مصداقية ما انتهت إليه دراسات أخرى من أن الشباب ينحوا إلى المشاركة السياسية السهلة أو ما يعرف بـ «أنا جيد Feel-good»، وهو فعل المشاركة المريح، ذو التأثير المحدود، وعديم الأثر في حركة التغيير السياسي. يعزز أيضاً ذلك ما يتم تداوله من ميل هذه الفئة من الناخبين الشباب إلى أن يصبحوا متكاسلين أكثر من أن يكونوا نشطين "slacktivist vs. Activists".

دراسة (Baumgartner & Morris 2010) التي أجريت على ٣٥٠٠ شاب من سن ١٨ حتى ٢٤ سنة للتعرف على استخدامات البالغين السياسية لوسائل التواصل الاجتماعي في الانتخابات التمهيدية لانتخابات الرئاسة الأمريكية ٢٠٠٨، توصلت إلى أنه بالرغم من أن وسائل التواصل الاجتماعي تعتبر مصدراً لهم للحصول على معلومات حول الانتخابات، فإن تأثيرها في إضافة معلومات جديدة، أو تعميق اتجاهات ديمقراطية في النقاش، يعد محدوداً. أيضاً لا تشير النتائج إلى دور مؤثر لشبكات التواصل الاجتماعي في زيادة مشاركة مستخدميها مقارنة بمستخدمي وسائل الإعلام الأخرى.

أما دراسة (Robertson et al. 2010) التحليلية للرسائل Posts لمدة عامين، فقد تتبعته صفحة الفيس بوك للمرشحين الأوفر حظاً في الانتخابات التمهيدية الرئاسية في الولايات المتحدة الأمريكية (باراك أوباما، هيلاري كلينتون، جون ماكين) عام ٢٠٠٨، وتم استخلاص النتائج من تحليل المشاركات من حيث حجمها (عدد الكلمات أو حجم المحتوى) وتكرارها (عدد مرات المشاركة للمستخدم)، وتفسير ذلك في إطار مفهوم المجال العام Public Sphere، وتوصلت النتائج إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي تعد الآن البيئة الاجتماعية التكنولوجية التي تُمكن روادها من المشاركة في خطاب المجال العام، باعتبارهم مشاركين في الصالون الافتراضي «Online Salons» للمرشحين.

ولكن الدراسة أشارت إلى أنه من منظور آخر لم تتم الإجابة عن السؤال المطروح من ترجمة هذه المشاركات الافتراضية في المجال العام إلى سلوك سياسي فعلي، من خلال عملية التصويت، التي بدورها تلعب دوراً في تقرير المصير السياسي. وتتشابه نتائج دراسة (Zhang et al. 2010) مع الدراسة السابقة، حيث توصلت أيضاً إلى أن استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي في الولايات المتحدة الأمريكية قد يكون لها تأثير إيجابي على المشاركة المجتمعية Civic Participation، دون أن يكون لها نفس التأثير على مستوى المشاركة السياسية Political Participation، ولكن المناقشات المباشرة لها تأثير إيجابي على كل من المشاركة المجتمعية والمشاركة السياسية.

وحول استخدام الفيس بوك خلال الانتخابات الهولندية ٢٠٠٦، توصلت دراسة (Utz 2009) إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي أتاحت للسياسيين الفرصة للوصول إلى مواطنين من ذوي الاهتمامات المحدودة بالسياسة. كما أشارت النتائج إلى أن الاعتماد على المعلومات التي تتاح من خلال السياسيين، تعزز الاتجاهات القائمة لدى الناخبين، وأن السياسيين الذين اهتموا بالتعليق على الرسائل المتداولة عبر الفيس بوك كانوا أكثر تفضيلاً. أما دراسة (Kushin & Kitchener 2009) التي اهتمت بتحليل النقاشات السياسية عبر الإنترنت فتوصلت إلى أن الفيس بوك هو إحدى

الساحات التي يتم فيها التداول السياسي حول القضايا المطروحة في المجال العام، وأن تطور النقاش يشير إلى التغلب إلى حد ما على حالة الاستقطاب التي عمّت النقاشات عبر وسائل التواصل الاجتماعي في الماضي. بينما لا تشير النتائج إلى دور مؤثر لشبكات التواصل الاجتماعي في زيادة مشاركة مستخدميها، مقارنةً بمستخدمي وسائل الإعلام الأخرى في الولايات المتحدة الأمريكية.

### التعليق على الدراسات السابقة:

يمكن رصد العديد من الملامح العامة من استقرار الدراسات السابقة ومنها:

١. أهمية تأثير السياقات الاجتماعية والسياسية والتكنولوجية وطبيعة النظام السياسي والإعلامي على توظيف وسائل التواصل الاجتماعي في العملية السياسية؛ حيث تهتم الدراسات التي أجريت في المجتمعات المستقرة ديمقراطياً بتأثيرات وسائل التواصل الاجتماعي على جودة العملية الديمقراطية Quality of، في مقابل اهتمام الدراسات التي أجريت في المجتمعات التي تمر بمرحلة التحول الديمقراطي بتأثيرات وسائل التواصل الاجتماعي على المساهمة في ترسيخ الممارسة الديمقراطية، إما من خلال فتح المجال العام لوسائط معلوماتية متعددة، أو من خلال دورها في تشجيع المواطنين على المشاركة الفاعلة.

٢. هناك اتجاه متزايد لاستخدامات وسائل التواصل الاجتماعي في العملية السياسية، وبخاصة بين فئة الشباب، ارتبط في السنوات الأخيرة بتقديم تطبيقات تفاعلية، تزيد من معدلات الاستفادة من هذه التطبيقات التكنولوجية.

٣. هناك رؤى متباينة حول التأثيرات السياسية لشبكات التواصل الاجتماعي، في مقابل اتفاق على النمو المتزايد للاستخدامات السياسية لهذه الشبكات؛ فنتائج الدراسات السابقة تختلف إلى حد التناقض بين من يرى تأثيراً كبيراً لوسائل التواصل الاجتماعي، باعتبارها أدوات سوف تغير الفعل السياسي

والممارسة وأشكالها، ومن يرى تأثيراً محدوداً، وتنتهي بدراسات لا ترى أي تأثير سياسي لوسائل التواصل الاجتماعي. وربما يفسر ذلك، بجانب السياقات المختلفة لمثل هذه الدراسات، الأدوات البحثية المستخدمة والمفاهيم النظرية والإجرائية التي تتبناها.

٤. إن هناك حاجة ملحة لدراسات حول علاقة الإنترنت وتطبيقاته في المجالات السياسية، تأخذ في الاعتبار طبيعة الأدوات المطبقة، ومجالات أكثر تحديداً للتأثيرات السياسية.

٥. إن معظم الدراسات تتعامل مع الإنترنت والعملية السياسية باعتبار أن الإنترنت أداة واحدة، وأن العملية السياسية تضم فقط الأطر التقليدية للممارسة السياسية.

٦. يوجد انقسام في الآراء حول استخدامات وتأثيرات الإنترنت وتطبيقاته في مجال الاتصال السياسي. فالمتحمسون يرون أن استخدامات الإنترنت تؤدي إلى زيادة المشاركة والديمقراطية التواصلية والفرص المتساوية في الممارسة السياسية على مستوى المجتمع. والمتشككون يرون أن الإنترنت قد يخضع لسيطرة الشركات الكبرى التي سوف تتحكم في اقتصادياتها، مما يحولها إلى وسيلة عادية لا تختلف عن الوسائل الإعلامية الأخرى، إضافة إلى دور الإنترنت في تشتيت المجال العام، من خلال تعزيز الانقسامات السياسية والتناحر السياسي بين المجتمعات الافتراضية بأشكالها المتعددة.

٧. تؤكد الدراسات أن التأثيرات السياسية للإنترنت وتطبيقاته يتوقف على عوامل مختلفة، لعل أهمها متغيرات الدراسة التي تشمل أدوات الإنترنت والتي يتم قياس تأثيرها، وكذلك المفاهيم التي يتم وفقا لها تحليل مجالات تأثير الإنترنت السياسية، وهل هي المجالات التقليدية المتعلقة بالمؤسسات مثل التصويت في الانتخابات، أو أن التأثيرات التي يتم قياسها ذات صلة بمجالات

سياسية أوسع تشمل المشاركة المجتمعية والاهتمام بالقضايا السياسية الحياتية.

٨. هناك وفرة في الدراسات التي تناولت السياق الغربي للدول المستقرة ديمقراطياً واقتصادياً، والتي تتمتع ببنية تكنولوجية تضمن استخداماً أوسع لهذه الوسائل، يقابله ندرة في الدراسات التفصيلية لاستخدامات وتأثيرات وسائل التواصل الاجتماعي السياسية في الدول النامية، بالرغم من الأهمية التي تمثلها هذه الوسائل من المنظور الاتصالي والسياسي.

### المشكلة البحثية:

يُنظر إلى وسائل الإعلام الجديدة، وبخاصة الإنترنت وتطبيقاته، على أنها آلية ملائمة لتحقيق نظرية Habermas في المجال العام Public sphere؛ حيث تضمن هذه الوسائل فرصاً متساوية للأفراد في الوصول إليها، وتضمن كذلك نمطاً من التواصل الأفقي والشبكي، بعيداً عن الأنماط الرأسية غير الديمقراطية. كما توفر هذه الوسائل الفرصة لتبادل الأفكار والآراء، وتوفر كذلك الفرصة لأنماط عديدة من المشاركة السياسية، مثل الحشد والتعبئة والتنسيق والتنظيم والدعوة لقضايا وفعاليات سياسية. وتزيد معدلات استخدام هذه الوسائل كلما تراجعت الفرص الديمقراطية للتواصل في الواقع، أو كلما تراجعت ديمقراطية وسائل الإعلام التقليدية.

وتشير الملاحظات إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي تلعب دوراً مهماً في التحولات السياسية التي تمر بها مصر. فهناك معدلات متزايدة لاستخدامات هذه الشبكات مرتبطة بثورة ٢٥ يناير ٢٠١١، وهناك اهتمام من السياسيين والأحزاب السياسية والناشطين بالتواجد عبر هذه الشبكات. ولكن وبالرغم من هذه الأهمية التي تحظى بها شبكات التواصل بين النشطاء من السياسيين وجمهور النخبة، فإنه لا توجد مؤشرات علمية تحدد مدى انتشار الاستخدام السياسي من قبل الجمهور العام لهذه الشبكات. أيضاً يغيب التقييم العلمي لحدود تأثير هذه الشبكات على جمهور

المستخدمين. وتحاول هذه الدراسة الإجابة عن سؤال له صلة بهذا الواقع وهو: إلى أي مدى تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي في الاتصال السياسي بين الجمهور العام، وما حدود تأثيرها في التمكين السياسي للمواطنين؟

## الإطار النظري للدراسة:

### نظرية المجال العام Public Sphere لدراسة التأثير السياسي للإنترنت:

تعد نظرية Habermas للمجال العام Public Sphere أحد المداخل المهمة لدراسة التأثيرات المتبادلة بين الفعل التواصلي Communicative action والممارسات السياسية؛ حيث إن هناك من يرى أن الشكل المثالي للمجال العام وفقاً لـ Habermas يمكن أن يتحقق من خلال الإنترنت وتطبيقاته، التي توفر للمواطنين الفرصة للتعبير عن آرائهم، والتواصل مع بعضهم البعض ومع قادتهم السياسيين دون ترك منازلهم؛ حيث يمكن للنقاشات عبر الفيس بوك أن تصل وتؤثر في عملية صنع القرار. وقد أضفى هذا النمط من الحضور العام، الذي يتركز على المشاركة الواسعة، مزيداً من القوة للرأي العام باعتباره الأكثر تعبيراً عن شريحة عريضة من المواطنين، وهو ما يزيد من تأثيره في عملية صنع القرار .

ويرى (Habermas 1989) أن المجال العام هو عبارة عن منتدى؛ حيث يشارك المواطنون من خلاله في التواصل والنقاش، ويشكلون الرأي العام دون سلطة رسمية. وقد طرح Habermas مفهومه للمجال العام من خلال بُعدين أساسيين، أولهما: بُعد أمبيريقى Empirical definition يقوم على أن المجال العام Public sphere هو منظومة مؤسسية قائمة على التواصل التفاعلي المنطوق أو المكتوب. والثاني: بُعد معياري Normative definition يفترض أن المجال العام هو منتدى يتيح الفرصة للمواطنين الذين لا يتمتعون بأي سلطات رسمية بأن يتلاقوا معاً، وأن يكونوا مستعدين لإجبار السلطات العامة على أن تبرهن على مشروعية أعمالها أمام الرأي العام. ومحددات الوصول إلى Ideal public sphere أو الديمقراطية التبادلية

Communicative كما طرحها Habermas هي: الفرص المتساوية للتعبير عن الرأي (الحرية والمساواة) بصرف النظر عن الوضع أو الطبقة الاجتماعية، وأن يكون ما يُطرح فيه من قضايا مجالاً للاهتمام العام Common concern ، والشمولية Inclusivity ، وهو ما يعنى أنه ليس هناك مجال لاستبعاد أي فرد أو جماعة من المشاركة في المجال العام.

ويقدم (Dahberg & Siapera 2001) ثلاثة نماذج لفهم العلاقة بين وسائل الاتصال الحديثة والمجال العام Public Sphere. النموذج الأول هو: «التحريرية الإلكترونية Cyber-libertarianism» ويقوم على تغيير كامل في أنماط الممارسات السياسية التقليدية، ويركز على استخدامات وسائل الاتصال الجديدة في استطلاعات الرأي العام والاستفتاءات وكذلك التصويت عن بعد. أما النموذج الثاني فهو (مجتمعي Communitarian )، ويفترض أن أهم التأثيرات الإيجابية لوسائل الاتصال الحديثة سوف تأتي من تعظيم مشاركة الجماهير القاعدية Grass-roots، وكذلك تمكين المجتمعات المحلية من المشاركة الفاعلة. والنموذج الثالث: يقوم على تأثير إيجابي لوسائل الاتصال الجديدة في تحقيق «الديمقراطية التوافقية أو التبادلية Deliberative» وذلك من خلال تطوير آليات التفاعل وكذلك تبادل الأفكار في المجال العام.

وليس هناك من شك في أن ظهور وسائل الاتصال الحديثة ICTs وأهمها الكمبيوتر والإنترنت، وانتشار استخداماتها بشكل كبير، وتنوع أنماط وأسباب الاستخدام وتأثيراتها الاجتماعية والسياسية، ارتبط بالحديث عن ملامح ديمقراطية للإعلام ووسائل التواصل قد تحقق مفهوم Habermas للمجال العام Public Sphere ؛ حيث إن انتشار الإنترنت وتطبيقاته، وأهمها شبكات التواصل الاجتماعي، قد دعمت تمثيل الجمهور من خلال ضمان مشاركة الأطراف المعنية في عملية إنتاج واستقبال وتبادل والتفاعل مع المواد الإعلامية؛ حيث إن مفهوم الجمهور Public هو عبارة عن مجموعات أكثر منها جمهور لوسائل الإعلام. بل وأبعد من ذلك فإن المفهوم ارتبط

بكونه عبارة عن تفاعل خطابات أو أحاديث الأفراد الذين يشاركون في عملية نقاش جماعي. وتتكون عملية التفاعل من جانبين، الجانب الأول: هو تفاعل المواطنين مع وسائل الإعلام، وينظر إلى هذا الجانب على أنه عملية تواصل لبناء حس عام لتفسير واستخدام ما تقدمه وسائل الإعلام. والنمط الثاني للتفاعل هو تفاعل المواطنين مع بعضهم ببعض، وهذا يختلف عن حوار شخصين مع بعضهما البعض، ويتجاوز ذلك إلى حوار جمعي. وهذا البعد متحقق في وسائل التواصل الاجتماعي وخاصة الفيس بوك؛ حيث يتبادل المستخدمون المعلومات، كما أن عملية التفاعل تتم بين مجموعات صغيرة وتنتقل لتشمل مجموعات واسعة من المستخدمين .

ويرى (van Dijk 1996) أن التحول الذي أوجدته وسائل الإعلام الجديدة، من «وسائل الإعلام من أجل المعلومات» «Journalism of information» إلى «وسائل الإعلام من أجل النقاش والحوار» «Journalism of conversation» قد ساعد في اندماج فئات من المهمشين وغير المهتمين في الحوار والمناقشات المرتبطة بالشأن العام. كل هذا يشير إلى أن وسائل الإعلام الجديدة يمكن أن تساعد في تحسين المشاركة السياسية، من خلال تمكين المواطنين من التعبير عن وجهات نظرهم والتواصل مع بعضهم ببعض وكذلك التواصل مع القادة السياسيين، وبخاصة شبكات التواصل الاجتماعي التي هي بمثابة منتدى تتم من خلاله عملية التواصل. فهي تتيح الفرصة للمواطنين للمشاركة السياسية سواء في فعاليات ذات صلة بالحملات الانتخابية أو بعيدة عنها .

ويقول (Smith et al 2009) : إن المشاركة السياسية عبر الإنترنت تشير إلى المشاركة السياسية أو التعبير السياسي عبر شبكات التواصل الاجتماعي، وتشمل المشاركة السياسية الحصول على معلومات عن مرشح أو حملة ما، وكذلك الالتحاق أو المشاركة في مجموعة سياسية أو فعالية سياسية، والتسجيل أو التوقيع للتعرف أو كصديق أو كمعجب أو متحمس أو داعم أو مؤيد أو صديق لمرشح أو حملة ما. ويشمل التعبير السياسي التعليق في أحد المواقع أو الصفحات الاجتماعية أو التدوين في أحد

المدونات، ورفع مقاطع فيديو أو صور فوتوغرافية حول الأحداث والفعاليات السياسية والاجتماعية عبر الإنترنت. وأيضاً كتابة نص معلوماتي ونشره عبر البلوجز Blogs أو موقع إلكتروني، أو تحميل أي محتوى أو نصوص ذات صلة بالأمور السياسية أو الاجتماعية عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

وهناك مجموعة من المعايير التي تم التوافق عليها من قبل الباحثين من أجل الوصول إلى مجال عام مؤثر من خلال الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي، وهي:

١. مشاركة عدد كبير من المواطنين في نقاش عقلاني عبر وسائل التواصل الاجتماعي؛ حيث إن الفجوة الرقمية Digital Divide بمستوياتها (الوصول ومهارات الاستخدام)، قد تمثل عائقاً أمام تنامي الدور السياسي للإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي. ويشير البعض إلى أنه بالرغم من أن الإنترنت وفر المساحات للبعض للمناقشات السياسية، فإن أقلية هي التي ربما استفادت من ذلك، مما يعني أن تضيق فجوة الوصول لا يقابله تضيق فجوة الاستخدام لأسباب مختلفة. هذا الطرح لا يمكن تجاهله؛ حيث إن أحد أهم الإشكاليات التي تواجه تنامي دور الإنترنت في بناء مجال عام أكثر ديمقراطية في الدول النامية ومنها مصر تتعلق بالوصول إلى وسائل الاتصال الحديثة. فالفجوة بين من يملكون Haves ومن لا يملكون Haves- nots قد تبعد نسبة كبيرة من المواطنين من المشاركة في المجال العام الإلكتروني. ولا تقتصر الفجوة على المنظور الضيق القائم على استبعاد بعض المواطنين لأسباب اقتصادية أو اجتماعية أو ثقافية، ولكن الفجوة التي يمكن أن تنتج عن ضعف المهارات وعدم الحصول على التقنيات المتقدمة وعدم ملائمة النصوص لظروف المستخدمين وغيرها من العوامل التي قد تجعل مشكلة الفجوة مركبة.

٢. قدرة المناقشات التي تدور في المجال العام الافتراضي على طرح الشئون العامة الواقعية. فهناك من يرى أنه بالرغم من قدرة القائمين على إدارة المناقشات العامة في المجالات الافتراضية على إثارة قضايا، فإن مدى أهمية هذه القضايا للمجال العام الواقعي ربما تكون محل شك. فهناك احتمالية لسيطرة القضايا التي يراها قادة المناقشات عبر المنتديات الإلكترونية دون وجود نفس الأولوية من القضايا على أجندة اهتمام الجمهور العام.

٣. قدرة القائمين على إدارة الحوار والنقاش الافتراضي ليس فقط على إدماج القضايا ذات الاهتمامات العامة، ولكن أيضاً قدرتهم على إدارة نقاش عقلاني للقضايا المطروحة، يساعد على بلورتها بشكل جيد، يأخذ في الاعتبار الجوانب المختلفة للقضية، وشمول الآراء المختلفة التي شاركت في النقاش. هذه الخصائص تعبر عن تصميم آليات التواصل والتفاعل عبر الإنترنت وإرادة وتصورات القائمين عليها، أكثر بكثير من أن يتم التعامل معها على أنها خصائص تكنولوجية مطلقة مقيدة أو تتيح الديمقراطية التواصلية أو التبادلية.

٤. إتاحة الفرص المتساوية للمشاركة في المناقشات العامة في إطار من الاحترام المتبادل، وأن يكون الرأي الجمعي حول القضية هو المبني على الإقناع، وليس على الأوضاع الاجتماعية أو الاقتصادية أو الوظيفة للمشاركين، وهو ما يمكن تسميته بجودة الخطاب.

٥. غياب الرقابة الخارجية على التبادل والنقاش عبر الإنترنت. فبالرغم من أن بعض الدول تضمن في دساتيرها وقوانينها حرية التعبير عن الرأي، بما في ذلك التعبير عنه في المجالات الافتراضية، فإن هناك دولاً تمارس رقابة أيضاً على المداولات عبر الإنترنت، وحتى في بعض الدول الديمقراطية هناك قوانين مثل الإرهاب وحقوق الملكية الفكرية ومنع الإباحية، جميعها قد تحد

من حرية التداول عبر الإنترنت، وهذا قد يمنع الأقليات التي ربما تستهدفها أي من القوانين المشار إليها من التعبير عن وجهات نظرها عبر النقاشات الافتراضية.

6. ألا تتحول استخدامات الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي في المجال السياسي إلى أدوات للترفيه السياسي، من خلال التركيز على القضايا الهامشية وثيقة الصلة بالجوانب الشخصية Personalization، أو التداول الترفيهي للقضايا السياسية Infotainment of politics، وهو ما قد يصرف النظر أو يحول الانتباه عن المناقشات السياسية للقضايا الجادة .

ويطرح (Neuman, Bimber & Hindman 2010) ثلاثة مبادئ يجب وضعها في الاعتبار، في إطار تفسير علاقة الإنترنت بالمجال العام بصفة خاصة، والسياسة بصفة عامة. أولى هذه المبادئ هي قاعدة الانتشار التكنولوجي Diffusion Principle والأنماط المختلفة لتبنيها. وثانيها أنه يجب الأخذ في الاعتبار التأثيرات المختلفة المحتملة لاستخدام التكنولوجيا Differential Effects ، فليس هناك وصول عادل واستخدامات موحدة للتكنولوجيا في البيئات الاجتماعية والاقتصادية والثقافية المختلفة. أما المبدأ الثالث فيجب أن يوضع في الاعتبار في تحليل هذه العلاقة، وهو التأثيرات المشروطة Conditional Effects للتكنولوجيا، فالمحتوى المُقدم والخصائص المرتبطة بالتعامل مع التكنولوجيا والتنوع، يتيح فرصاً أكبر لدور فاعل للإنترنت وتطبيقاته في التحولات السياسية والتغيير الاجتماعي. هذه المبادئ التحليلية الثلاثة يجب أن تُدمج في الأطر التحليلية لبحث التأثيرات المحتملة لاستخدام التكنولوجيا، وهو ما يُجنّب الباحثين الربط المُبسّط بين وجود واستخدام التكنولوجيا وتأثيراتها، أو ما يسمى Technological Determinism .

وبالرغم من أن Habermas يرى أن تأثير الإنترنت على المجال العام يمكن أن يحقق ما كان يصبو إليه من خلال التواصل الشبكي كبديل عن التواصل الشخصي

المباشر، فإنه عبّر في بعض الأحيان عن تشاؤمه من أن الإنترنت فتح المجال للملايين الجزر المنعزلة، تمثلها غرف دردشة متشردمة **Fragmented Chat rooms** ، تقود إلى تفتت الجمهور **Audience Fragmentation** حول قضايا معينة، دونما اندماج في المجال العام؛ حيث يرى البعض أن الاستقطاب المجموعاتي أكثر شيوعاً وتطرفاً في الإنترنت من أي مجال آخر. وهذه الممارسات تضر بالديمقراطية، لأن التفاهم المتبادل يصبح أكثر صعوبة عندما لا يستمع الناس إلى آراء مختلفة أو معارضة لهم. أضف إلى ذلك ضعف الجوانب المعرفية لدى بعض القائمين على إدارة النقاشات عبر الإنترنت .

ويتفق (Rasmussen ٢٠٠٨) مع ذلك، حيث يرى أن الإنترنت يطرح تحديات خطيرة، بسبب زيادة الانقسامات السياسية في المجال العام، ويرى أنه عندما يدرس أحد الافتراضات المعيارية الأساسية لفكرة المجال العام، يصبح من الواضح أن التغييرات التي أوجدتها شبكة الإنترنت والوسائط الشخصية بالتزامن مع التحولات الأخرى في المجتمع، تثير مشكلات جديدة للديمقراطية؛ حيث إن وسائل الإعلام الرقمية يمكن أن تزيد المشاركة وتفتح المجال لعرض وجهات نظر وحلول جديدة، ولكن من الصعب أن نرى كيف أنها تساعد على التماسك المجتمعي، وعليه فإن شبكة الإنترنت تساهم بدرجة أكبر في تفتت المجال العام أكثر من تقاربه. كما طرح البعض مصطلحات تحمل هذه الدلالات مثل التفرقة الإلكترونية (Cyber-apartheid) والبلقنة الإلكترونية (Cyber-balkanization) .

إن الفرضية التي يمكن استخلاصها بالاعتماد على أطروحات Habermas تدعو إلى التساؤل عن احتمالية أن يُغيّر الإنترنت الممارسة السياسية من خلال دورها في بناء مجال عام أكثر ديمقراطية؟ ويرتبط بذلك أيضاً تحديد مدى قوة المجال العام الذي يتشكل في الفضاء الإلكتروني، وعلاقته بالمجال العام الذي تُتخذ فيه القرارات، أو تنتقل منه القرارات إلى المؤسسات السياسية، حيث إنه مع تطور الإنترنت كوسيلة اتصال جماهيرية، فإن كثيراً من الباحثين يرى أن الإنترنت، وبخاصة

مرحلة التطبيقات التفاعلية أو ما يطلق عليه (Web 2.0)، يمكن أن يُمثّل بيئة أكثر ملائمة لبناء المجال العام Public sphere؛ حيث إن هناك احتمالاً لأن تلعب شبكات التواصل الاجتماعي دوراً من خلال نقل المداومات السياسية للمجال العام.

### الإطار المنهجي للدراسة:

#### تساؤلات الدراسة:

تطرح الدراسة مجموعة من التساؤلات تبنى على الفرضيات التي ارتبطت بنظرية المجال العام وأهمها: مدى إتاحة شبكات التواصل الاجتماعي لساحات حرة للتداول حول قضايا ذات صلة بالشأن العام على أسس من الحرية والمساواة، ومدى تفاعلية المتداولين في المجال العام مع القضايا المتداولة ومع بعضهم؛ كما تغطي أسئلة الدراسة جوانب تتعلق بالنشاط السياسي للمتداولين عبر شبكات التواصل الاجتماعي وانعكاسات النشاط والمشاركة السياسية في المجال العام الافتراضي على المشاركة السياسية الواقعية. وجاءت تساؤلات الدراسة كالتالي:

١. ما أنماط ودوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في مصر؟
٢. ما معدلات الاستخدامات السياسية لشبكات التواصل الاجتماعي؟
٣. ما الأسباب التي تقود إلى الاستخدامات السياسية لشبكات التواصل الاجتماعي؟
٤. ما أشكال الاستخدامات السياسية لشبكات التواصل الاجتماعي؟
٥. كيف يُقيّم مستخدمو شبكات التواصل الاجتماعي التأثيرات السياسية لهذه الشبكات؟
٦. ما رؤية مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي لمستقبلها في المجال السياسي؟
٧. هل يوجد ارتباط بين كثافة الاستخدام لشبكات التواصل الاجتماعي واستخداماتها وتأثيراتها السياسية؟

٨. هل يوجد ارتباط بين وجود انتماء سياسي للمستخدمين ودرجة استخداماتهم لشبكات التواصل الاجتماعي لأغراض سياسية؟
٩. هل يوجد ارتباط بين الفئة العمرية ودرجة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لأغراض سياسية؟
١٠. هل هناك فروق بين الذكور والإناث في معدلات استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي لأغراض سياسية؟
١١. هل يوجد ارتباط بين حالة العمل للمستخدمين ومعدلات استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي لأغراض سياسية؟

#### نوع البحث ومنهجه:

يعد هذا البحث من البحوث الوصفية التي تركز على وصف طبيعة وسمات وخصائص مجتمع معين، وتكرار حدوث الظواهر المختلفة فيه؛ الأمر الذي يساعد على القياس الكمي وخضوع البيانات للتحليل الكيفي مما يساعد على التعميم والتنبؤ، واستخلاص البيانات والدلالات المترتبة على أثر استخدامات عينة الدراسة لشبكات التواصل الاجتماعي لأغراض سياسية على تفاعلهم في المجال العام، وتغيير أنماط مشاركتهم السياسية. وقد اعتمدت الدراسة على المناهج التالية:

منهج المسح: حيث تم تبني المسح Survey لعينة من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي، وذلك لجمع معلومات تفصيلية حول دوافع وأنماط الاستخدام السياسي لشبكات التواصل الاجتماعي وانعكاسات ذلك على الفاعلية السياسية للمستخدمين في المجال العام الافتراضي والمجال العام الواقعي. واعتمدت الدراسة على أسلوب المسح بالعينة، وذلك لصعوبة إجراء الحصر الشامل لمجتمع الدراسة.

المنهج المقارن: تم استخدام هذا المنهج باعتباره من المناهج المساعدة في إجراء مقارنات كمية وكيفية بين مجتمع الدراسة من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي

من حيث دوافع وأنماط الاستخدام السياسي والتأثيرات الناتجة عن هذه الاستخدام؛ حيث سعت الدراسة للمقارنة بين المبحوثين في ضوء متغيرات تشمل: كثافة الاستخدام لشبكات التواصل والانتماء السياسية والنوع الاجتماعي والسن ومستوى التعليم وحالة العمل.

### مجتمع وعينة الدراسة:

يتحدد مجتمع الدراسة في مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي في مصر. وبلغ حجم عينة هذه الدراسة ٢٠٠ من مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي، تم إجراء المقابلات معهم بطريقة المقابلة المباشرة خلال الفترة من ١٣ إلى ١٩ يناير ٢٠١٢. وتم اختيار العينة بأسلوب الكرة الثلجية Snowball لسرعة الوصول إلى مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي من بين الجمهور العام. تم تطبيق الاستبيان في منطقة القاهرة الكبرى، وتوزعت العينة على مناطق شعبية ومناطق متوسطة ومناطق راقية. وكانت مواصفات العينة كالتالي:

### جدول رقم (١): يوضح البيانات الديموجرافية والانتماءات السياسية للمبحوثين

البيانات الديموجرافية	ك	%
النوع		
ذكر	١٢٥	٦٢,٥%
أنثى	٧٥	٣٧,٥%
العمر		
١٨-٣٠	١١١	٥٥,٥%
٣١-٥٠	٨٤	٤٢%
أكبر من ٥٠	٥	٢,٥%
مستوى التعليم		
متوسط وفوق المتوسط	٤٥	٢٢,٥%
جامعى	١٣٤	٦٧%
دراسات عليا	٢١	١٠,٥%
منطقة السكن		
منطقة شعبية	٤٨	٢٤%

منطقة متوسطة	٩٥	٤٧,٥%
منطقة راقية	٥٧	٢٨,٥%
حالة العمل		
عمل دائم	١٠٠	٥٠%
عمل مؤقت	٣٩	١٩,٥%
عمل متقطع	١٢	٦%
لا يعمل	٤٩	٢٤,٥%
الإجمالي	٢٠٠	١٠٠%
الانتماء السياسي		
إسلامي	١٠١	٥٠,٥%
ليبرالي	٥١	٢٥,٥%
يساري	٠	٠%
غير منتمٍ لتيار سياسي	٤٨	٢٤%
إجمالي	٢٠٠	١٠٠%

وبتحليل عينة الدراسة يتضح أن نسبة تمثيل الذكور (٦٢,٥%)، بينما الإناث (٣٧,٥%). وبالنسبة للفئات العمرية جاء تمثيل الفئة (١٨-٣٠) بنسبة (٥٥,٥%)، والفئة العمرية (٣١-٥٠) بنسبة (٤٢%)، والفئة (> من ٥٠) بنسبة (٢,٥%). وفيما يتعلق بمستوى التعليم جاء تمثيل الحاصلين على درجة جامعية بنسبة (٦٧%)، والحاصلين على درجات بعد الجامعية (١٠,٥%)، في حين جاء تمثيل الحاصلين على مؤهلات متوسطة وفوق المتوسطة بنسبة (٢٢,٥%). وبالنسبة لمنطقة السكن جاء تمثيل سكان المناطق المتوسطة بنسبة (٤٧,٥%) والمناطق الراقية (٢٨,٨%)، والمناطق الفقيرة أو الشعبية بنسبة (٢٤%). وكانت نسبة (٥٠%) من عينة الدراسة ممن لديهم عمل دائم، في حين كانت نسبة (١٩,٥%) يعملون بشكل مؤقت، ونسبة (٦%) يعملون بشكل متقطع، في حين جاءت نسبة من ليس لديهم عمل (٢٤,٥%).

مؤشرات هذه العينة ربما تؤكد فرضيات نظرية الفجوة الرقمية في المجتمع المصري، حيث تزيد معدلات استخدام الإنترنت وتطبيقاته بين الذكور مقارنة بالإناث، وصغار السن مقارنة بالكبار، والحاصلين على مستويات تعليمية أعلى مقارنة

بالمستويات التعليمية الأقل، وسكان المناطق الغنية والمتوسطة مقارنة بسكان المناطق الفقيرة أو الشعبية.

وكما يتضح من الجدول السابق فإن نصف العينة تقريباً (٥٠,٥%) صنفوا أنفسهم على أنهم تيار إسلامي (الحرية والعدالة - الأحزاب السلفية - الجماعة الإسلامية). في حين ذكرت نسبة (٢٥,٥%) أنهم ليبراليون، واختفت الاتجاهات اليسارية من التمثيل في العينة. ومما يثير الاهتمام أن نسبة (٢٤%) من المبحوثين قالوا إنهم غير منتمين لأي تيار سياسي، حتى بالرغم من محاولة تقصى اتجاهات تصويتهم في الانتخابات.

### أداة جمع البيانات:

تبنى الدراسة الإجابة عن التساؤلات التي طرحتها مجموعة من الأبعاد المتعلقة بمفهوم الوعي السياسي والمشاركة السياسية، ومنها البحث عن معلومات سياسية، والثقة بالمعلومات السياسية المتاحة عبر شبكات التواصل الاجتماعي، والمشاركة السياسية والمجتمعية، وكذلك العلاقة بين استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي، والمشاركة السياسية الافتراضية (الحشد والتعبئة والدعوة والتنسيق والمشاركة حول المضامين السياسية المتبادلة بين الأفراد والشبكات)، والمشاركة الواقعية كالمشاركة في فعاليات سياسية، مثل: الاحتجاجات، والندوات والمؤتمرات، المشاركة بالترشيح والتصويت).

وتم تصميم أداة الاستبيان لتشمل أربعة محاور أساسية، وهي: أولاً: أنماط ودوافع استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقة الاستخدام بثورة يناير ٢٠١١، ويشمل هذا المحور أسئلة تتعلق بتاريخ استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، وعلاقة الاستخدام بثورة ٢٥ يناير، والأشخاص الفاعلين في قرار استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، وتفضيلات المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعي، وأسباب ودوافع الاستخدام، ومعدلات استخدام المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعي.

ثانياً: استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي في المجال السياسي، ويشمل هذا المحور أسئلة تتعلق بمدى استخدام المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعي في المجال السياسي ومعدلات ذلك، والأسباب التي تقودهم إلى ذلك ومجالات استخدامهم، وتقييم المبحوثين لأهمية شبكات التواصل الاجتماعي كمصادر للمعلومات السياسية، ومدى ثقة المبحوثين في المعلومات السياسية المتبادلة عبر شبكات التواصل الاجتماعي، وكذلك معدلات الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي في أثناء الانتخابات، وأنماط المشاركة التي يقومون بها من خلال هذه الشبكات، وعضوية المبحوثين في الشبكات السياسية، ومجالات اهتمام هذه المجموعات. كما يشمل هذا الجزء أيضاً، أسئلة تتعلق بمدى متابعة المبحوثين للسياسيين والأحزاب السياسية عبر شبكات التواصل الاجتماعي، وتقييم المبحوثين للدور السياسي لشبكات التواصل الاجتماعي وأسباب ذلك، وتقييم المبحوثين لتأثير استخدام شبكات التواصل على مستوى مشاركتهم السياسية.

ثالثاً: مستقبل الاستخدام السياسي لشبكات التواصل الاجتماعي، ويشمل هذا المحور أسئلة تتعلق بالمخاوف التي يرى المبحوثون أنها تهدد الاستخدامات السياسية لشبكات التواصل الاجتماعي، وكذلك الأسباب التي يرون أنها تزيد الطلب على الاستخدام السياسي لشبكات التواصل الاجتماعي، ورؤية المبحوثين للعلاقة بين الاستخدام السياسي لشبكات التواصل الاجتماعي وحرية الإعلام.

رابعاً: البيانات الديموجرافية والانتماء السياسي للمبحوثين، واشتمل هذا المحور على أسئلة تتعلق بالانتماء السياسي للمبحوثين، وبيانات تتعلق بالنوع والعمر ومستوى التعليم وحالة العمل ومنطقة السكن.

### **الصدق والثبات:**

#### **١. الصدق:**

يعرف الصدق بأنه قدرة أداة القياس على أن تقيس ما وضعت لقياسه، ولتحقيق

هذا الغرض تم عرض استمارة الاستبيان في شكلها الأولي على عدد ٣ من المحكمين، للتأكد من ملائمة الأسئلة المطروحة في الاستبيان، لتحقيق أهداف الدراسة، وتم إجراء بعض التغييرات التي أوصوا بها :

## ٢. الثبات:

يقصد بالثبات الحصول على نتائج متطابقة إذا تكرر استخدام أداة جمع البيانات أكثر من مرة في جمع نفس البيانات أو في قياس نفس الظاهرة. وتم الاعتماد على استخدام أسلوب الاختبار وإعادة الاختبار Test- Retest لقياس ثبات إجابات الباحثين، حيث تمت إعادة ملء ٢٠ استمارة على نفس الباحثين ومطابقة إجاباتهم في كلتا الحالتين، وكانت درجة الثبات ٩٥٪، وهي درجة ثبات مرتفعة .

## المعالجة الإحصائية للبيانات:

بعد الانتهاء من عملية جمع بيانات الدراسة الميدانية، تم ترميز البيانات واستخدام الحاسب الآلي لعملية التحليل، اعتماداً على برنامج حزمة البرامج الإحصائية للعلوم الاجتماعية «SPSS»، وتم الاعتماد على عدد من الأساليب الإحصائية وأهمها: التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واختبار (Chi Square Test) ومعامل التوافق (Contingency Coefficient) ومعامل ارتباط بيرسون واختبار (T-Test) واختبار تحليل التباين الثنائي (ANOVA).

## نتائج الدراسة:

أولاً: أنماط ودوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في مصر:

ارتفاع معدلات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي سابق لثورة ٢٥ يناير :

هناك اتفاق بين أغلب المتابعين لاستخدامات وسائل التواصل الاجتماعي في مصر على أن انتشار استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ارتبط بالحراك السياسي الذي شهدته الساحة السياسية في مصر قبل ثورة ٢٥ يناير ٢٠١١، وذلك لقدرة هذه

الوسائل على إتاحة منصات بديلة لتبادل المعلومات وتوافر خصائص التفاعلية في تطبيقاتها، مما مكّن الكثير من الجمهور العام من الاعتماد عليها بعد فقدان الثقة نسبياً فيما يتم تداوله في وسائل الإعلام التقليدية.

هذا ما أكدته نتائج هذه الدراسة، حيث توضح نتائج الجدول التالي أن (٨١,٥%) ممن شاركوا في الاستبيان قالوا إنهم بدأوا التواصل عبر هذه الشبكات قبل ثورة ٢٥ يناير، فيما قال (٩,٥%) من المستخدمين إنهم استخدموا شبكات التواصل الاجتماعي حديثاً. وقال (٦,٥%) إنهم استخدموا شبكات التواصل الاجتماعي في أثناء الثورة، وأشارت نسبة (٢,٥%) إلى أنهم بدأوا التواصل عبر الشبكات الاجتماعية بعد نجاح ثورة ٢٥ يناير.

وتوضح هذه النتائج أن نسبة (١٨,٥%) بدأت استخدام شبكات التواصل الاجتماعي مع بداية الثورة أو بعد نجاحها أو حديثاً مع تطور الأحداث السياسية كنتيجة للثورة. هذه النسبة يحتمل أن يكون استخدامها كان بفعل الاهتمام السياسي الذي حظيت به شبكات التواصل الاجتماعي بعد دورها الملحوظ في ثورة يناير ٢٠١١؛ حيث أدرك كثير من المواطنين الأهمية التي تلعبها شبكات التواصل الاجتماعي في تداول المعلومات والأفكار السياسية والفعاليات الخاصة بالثورة، وهو ما دفعهم للتواصل من خلالها.

#### جدول رقم (٢): يوضح تاريخ بدء استخدام شبكات التواصل الاجتماعي

تاريخ استخدام شبكات التواصل الاجتماعي	ك	%
منذ معرفتي بها	١٦٣	٨١,٥%
في أثناء ثورة ٢٥ يناير	١٣	٦,٥%
بعد نجاح ثورة ٢٥ يناير	٥	٢,٥%
حديثاً جداً	١٩	٩,٥%
إجمالي	٢٠٠	١٠٠%

وبتحليل الفروق بين المجموعات يتضح أنه لا توجد فروق دالة بين المجموعات وفقاً لمتغيري النوع والعمر، حيث إن مستوى المعنوية ( $> 0.05$ ). ولكن ما يثير

الانتباه أن النتائج تشير إلى فروق بين مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي فيما يتعلق بعلاقة قرار الاستخدام بثورة ٢٥ يناير وفقاً لمتغير مستوى التعليم. حيث إن الثورة كانت حافزاً للحاصلين على مؤهلات متوسطة لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي مقارنة بالحاصلين على مؤهلات جامعية، وذلك عند مستوى معنوية (٠.١٦). وقيمة معامل التوافق (٠.٢٦٩). هذه النتيجة تثير الاهتمام وتؤكد دور شبكات التواصل الاجتماعي في إثارة اهتمام فئات جديدة بالعملية السياسية. إن الدور الذي لعبته شبكات التواصل الاجتماعي في تنسيق فعاليات الثورة والحشد والتعبئة وخلق قنوات للإعلام البديل، أثارت اهتمام فئات قد تكون غير مهتمة بتبني استخدام الوسائل التكنولوجية الحديثة عند البدء في استخدامها أو لحظة ظهورها.

**الفيس بوك هو الأكثر استخداماً مقارنةً بشبكات التواصل الاجتماعي الأخرى:**

يحظى الفيس بوك باهتمام مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي، حيث تشير النتائج وكما يوضح الشكل التالي، إلى أن أغلبية مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي هم من مستخدمي فيس بوك Facebook بنسبة (٧٠,٧٪). ويأتي اليوتيوب YouTube في المرتبة الثانية بنسبة (٢١,٧٪)، وحلّ تويتر Twitter ثالثاً بنسبة (١٧,٦٪).



شكل رقم (١): يوضح استخدامات وسائل التواصل الاجتماعي

ويرتبط استخدام التكنولوجيا بعوامل متعددة، منها الإتاحة والتكلفة والمعرفة باستخداماتها والاقتناع أو وجود دوافع أو إشباعات متحققة منها. ولكن في حال تفضيل وسيلة عن أخرى، بالرغم من تشابه هذه الظروف بالنسبة لكل شبكات التواصل الاجتماعي، تصبح معرفة الأسباب وراء ذلك مفيدة للباحثين. ويتضح من النتائج أن هناك أبعاداً أخرى مثل «الموضة» «الجاذبية» «السهولة» «التفاعلية» يمكن أن تفسر أسباب الإقبال على تطبيقات تكنولوجيا دون الأخرى.

**جدول رقم (٣): يوضح أسباب تفضيل الفيس بوك إحدى شبكات التواصل الاجتماعي (أكثر من بديل)**

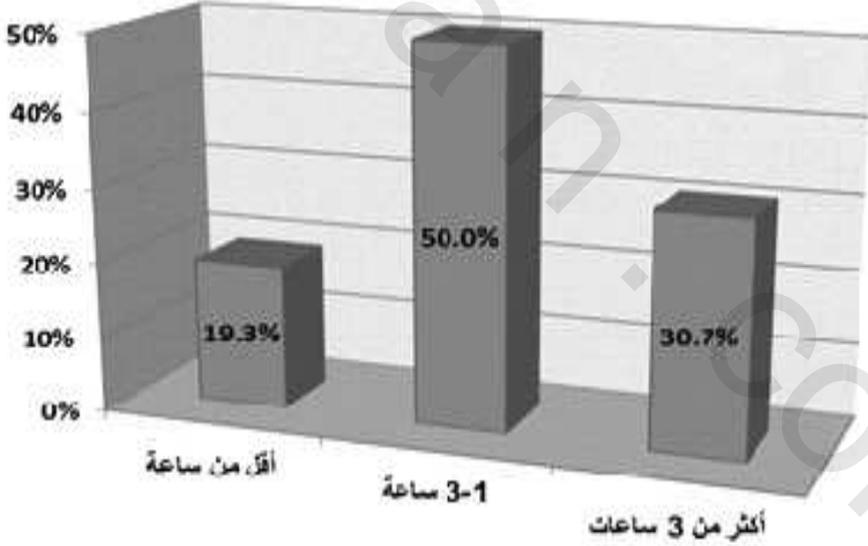
أسباب استخدام شبكة التواصل الاجتماعي	ك	%
لأن ناس كثير بتستخدمها	٦٩	١٧,٩%
ما اعرفش غيرها	١٩	٤,٩%
استخداماتها سهلة	٧٠	١٨,٢%
فيها إمكانيات تفاعل أكثر	٦٤	١٦,٧%
أسرع في الوصول إلى الناس	٩١	٢٣,٦%
استخداماتها أوسع	٢٤	٦,٢%
تطبيقاتها أكثر جاذبية	٤٨	١٢,٥%
إجمالي	٣٨٥	١٠٠%

تكشف النتائج أن تفضيل الباحثين إحدى شبكات التواصل الاجتماعي مرتبط بخصائص حددها الجمهور مثل: «أسرع في الوصول إلى الناس» بنسبة (٦, ٢٣%)، ولأن «استخداماتها سهلة» بنسبة (٢, ١٨%)، ولأن «ناس كثير بتستخدمها» بنسبة (٩, ١٧%). كما أرجع (٧, ١٦%) من الباحثين تفضيلهم لإحدى شبكات التواصل الاجتماعي دون الأخرى لتفاعلية الوسيلة «فيها إمكانيات تفاعل أكثر»، بينما قالت نسبة (٥, ١٢%) إن «تطبيقاتها أكثر جاذبية». بينما قال (٢, ٦%) إن الاستخدامات المتعددة للشبكة هي سبب للتفضيل، وأرجعت نسبة (٩, ٤%) السبب لعدم معرفتهم بشبكات أخرى «ما أعرفش غيرها».

## كثافة استخدام شبكات التواصل الاجتماعية تعد مرتفعة:

وتشير النتائج إلى أن غالبية الباحثين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي بشكل يومي، حيث قالت نسبة (٨٣٪) إنهم يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي بصفة يومية، وأوضحت نسبة (١٢٪) أنهم يستخدمونها بشكل أسبوعي، بينما أقرت نسبة محدودة (٥٪) أنهم يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي على فترات متباعدة. وهذا يشير إلى الكثافة المرتفعة لاستخدام شبكات التواصل بين الجمهور المصري.

وبالنسبة لمستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي بشكل يومي قال نصف الباحثين: إن كثافة استخدامهم تتراوح بين ١-٣ ساعات، بينما أكدت نسبة (٣٠,٧٪) أن استخدامهم يزيد عن ٣ ساعات يوميًا. فيما أشارت نسبة (١٩,٣٪) إلى أن استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي يقل عن ساعة واحدة يوميًا. وهذا يشير إلى أن أكثر من ٨٠٪ من المستخدمين يتراوح استخدامهم بين ١-٣ ساعات يوميًا.



شكل رقم (٢): يوضح كثافة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي

## تزايد في دافعية الاستخدام السياسي لشبكات التواصل الاجتماعي بين مستويات التعليم المرتفعة:

بالرغم من أن شبكات التواصل الاجتماعي تحقق في الأساس إشباعات اجتماعية أو ترفيهية، فإن نتائج هذه الدراسة تشير إلى أن (١ من بين كل ٣ مستخدمين) كان دافعه هو الاستخدام السياسي، وأن الدوافع السياسية لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي جاءت متقدمة على الدوافع الترفيهية، وغير بعيدة عن الدوافع الاجتماعية. وهذا يشير إلى أن نسبة كبيرة من المستخدمين قررت من البداية أن تستخدم هذه الشبكات لأغراض سياسية، وهو ما يعزز النتائج التي تشير إلى الدور الكبير الذي تلعبه هذه الشبكات في المجال السياسي بمصر.

**جدول رقم (٤): يوضح دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي (أكثر من بديل)**

دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي	ك	%
دافع سياسي	١٠٠	٢٩,٨%
دافع اجتماعي	١٤٠	٤١,٧%
دافع ترفيهي	٩٦	٢٨,٥%
إجمالي	٣٣٦	١٠٠%

وبتحليل الفروق بين مجموعات المستخدمين وفقاً لانتماءاتهم السياسية (إسلامي- ليبرالي- يساري- غير منتم) يتضح أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المستخدمين لدوافع سياسية أو ترفيهية، حيث إن مستوى المعنوية > من ٠.٠٥ لكل منهما. ولكن توجد فروق دالة إحصائية بين المستخدمين فيما يتعلق بالدوافع الاجتماعية للاستخدام؛ حيث يميل المنتمون للتيارات الإسلامية وغير المنتمين سياسياً إلى الاستخدامات الاجتماعية لهذه الشبكات بشكل يفوق الذين قالوا إنهم ينتمون إلى تيارات ليبرالية. وهذه النتائج دالة عند مستوى معنوية (٠.٠٢٩)، وقيمة معامل التوافق (٠.١٨٦).

وبدراسة الفروق بين مجموعات المستخدمين الذين قالوا إن الدوافع السياسية تأتي في مقدمة دوافعهم لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، يتضح أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في ذلك، أيضاً لا توجد فروق ذات دلالة وفقاً لمتغير العمر (١٨-٣٠) و (٣١-٥٠) (>٥٠ سنة). وكذلك لا توجد فروق بين مستخدمي الشبكات الاجتماعية وفقاً لحالة العمل. ولكن تشير النتائج إلى فروق دالة إحصائية بين مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي ممن يستخدمونها لدوافع سياسية وفقاً لمتغير التعليم؛ حيث إن الحاصلين على درجات جامعية وفوق الجامعية أكثر استخداماً للشبكات الاجتماعية لدوافع سياسية مقارنة بالحاصلين على مؤهلات متوسطة وفوق المتوسطة، وذلك عند مستوى معنوية (٠.٠٠١) وقيمة معامل التوافق (٠.٢٦٦).

#### تنامي استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي في مرحلة ما بعد ثورة ٢٥ يناير:

توضح النتائج في الجدول التالي أن (١٨ بين ٣ مستخدمين) أشاروا إلى أن كثافة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي زادت بعد الثورة.

#### جدول رقم (٥): يوضح استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي بعد ثورة يناير

معدلات استخدام شبكات التواصل مقارنة بوقت ثورة ٢٥ يناير	ك	%
نفس الاستخدام	١٠٣	٥١,٥%
أقل من وقت الثورة	٢٨	١٤%
أكثر من وقت الثورة	٦٩	٣٤,٥%
إجمالي	٢٠٠	١٠٠%

وتؤكد النتائج استمرار اهتمام مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي بالتواصل السياسي بعد الثورة بنفس معدلات الاستخدام وقت الثورة، وبنسبة أكبر من وقت الثورة لبعض المستخدمين؛ حيث تشير النتائج إلى أن (٥١,٥%) قالوا إن كثافة استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي ما زالت بنفس المعدلات. في حين أكدت نسبة (٣٤,٥%) أن معدلات استخدامهم زادت بعد الثورة، وقالت نسبة (١٤%) إن

معدلات استخدامهم لوسائل التواصل الاجتماعي انخفضت عن وقت الثورة. وهذا يدعم فكرة أن الإنترنت قد يساعد في إعادة تمكين المواطنين ليصبحوا قوى فاعلة في المجال العام، بعد أن تقلص دورهم في مراحل تاريخية سابقة، لأسباب ربما ترتبط بطبيعة النظام السياسي أو الاجتماعي أو الإعلامي.

### **ثانياً: الاستخدامات السياسية لشبكات التواصل الاجتماعي ودورها في المجال العام:**

أحد المداخل لفهم علاقة الإنترنت وشبكات التواصل الاجتماعي بالسياسة، هو من خلال معرفة تأثيراتها على معدلات استهلاك المعلومات أو الأخبار السياسية والتفاعل معها، وعلى التفاعل بين مستخدمي هذه الشبكات ومستخدمين آخرين في المجال العام الافتراضي؛ حيث يتيح الإنترنت وتطبيقاته، على عكس وسائل الإعلام التقليدية، فرصة للمواطنين للتعليق على الموضوعات السياسية، كما أنه يوفر فرصة للمواطنين للتعرض لمصادر مختلفة أو بديلة للأخبار السياسية. أيضاً أحد التأثيرات الإيجابية للإنترنت وهو إتاحة الفرصة للمواطنين للتعرض إلى مناقشات وحجج متباينة ووجهات نظر مختلفة حول القضية الواحدة، وهو ما يساعد في تشكيل رأي أكثر نضجاً حول القضايا المطروحة. إضافة إلى ذلك فإن وسائل التواصل الاجتماعي تتيح للمستخدمين الفرصة للمشاركة السياسية، من خلال التعليق والتفاعل مع مواطنين آخرين أو سياسيين، وكذلك المشاركة في أنشطة سياسية إلكترونية أو أنشطة سياسية واقعية .

### **أغلب أفراد العينة يستخدمون الشبكات الاجتماعية لأغراض سياسية:**

تشير النتائج إلى أن أغلبية مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي سبق لهم استخدامها في التواصل السياسي، مثل البحث عن معلومات عن الوضع الراهن، ومتابعة الأحداث، والتعليق على الأحداث، ودعوة أصدقاء للمشاركة في مظاهرات، أو التواصل مع سياسيين؛ حيث أكدت نسبة (٦٧٪) أنها مارست هذا النوع من الاستخدام، بينما قالت نسبة (٥ ، ٢٢٪) من المبحوثين إنها لم تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي كأداة للتواصل السياسي، ورفض (٥٪) الإجابة.

وبتحليل الفروق بين مجموعات المستخدمين وفقاً لخبرتهم في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي واستخدامها لأغراض سياسية، يتضح أنه ليست هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين المستخدمين وفقاً لتاريخ بدء الاستخدام والتواصل السياسي عبر هذه الشبكات، حيث إن مستوى المعنوية ( $> 0.05$ ).

بينما تشير النتائج إلى أن كثافة الاستخدام لشبكات التواصل الاجتماعي لها علاقة باستخدامها في التواصل السياسي، حيث إن الذين قالوا إنهم يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي بشكل يومي ترتفع بينهم معدلات الاستخدامات السياسية، مقارنة بمجموعات المستخدمين الذين قالوا إنهم يستخدمون شبكات التواصل أسبوعياً أو على فترات متباعدة. وهذه النتائج دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ( $0.021$ ) وقيمة معامل التوافق ( $0.23$ ).

وتوضح النتائج أن الانتماء السياسي للمستخدمين له علاقة بالتواصل السياسي عبر الشبكات الاجتماعية، حيث يميل الليبراليون وغير المنتمين إلى تيارات سياسية محددة، إلى التواصل السياسي بشكل أكبر من المنتمين للتيارات الإسلامية. هذه الفروق دالة عند مستوى معنوية ( $0.029$ )، وقيمة معامل التوافق ( $0.226$ ). بينما لا تشير النتائج إلى فروق دالة إحصائية بين الذكور والإناث، وأيضاً بين الفئات العمرية المختلفة، ولا وفقاً للحالة الوظيفية، في استخدامات الشبكات الاجتماعية في التواصل السياسي (مستوى المعنوية  $> 0.05$ ). ولكن تشير النتائج إلى فروق دالة بين المستخدمين وفقاً لمتغير الحالة التعليمية؛ حيث يميل الحاصلون على درجات جامعية إلى التواصل السياسي عبر الشبكات الاجتماعية، بمعدلات أعلى من الحاصلين على مؤهلات متوسطة وفوق متوسطة، وذلك عند مستوى معنوية ( $0.019$ ) وقيمة معامل التوافق ( $0.236$ ).

## الحرية والتأثير السياسي أهم أسباب إقبال المستخدمين على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي؛

تكشف نتائج الجدول التالي أن الحرية التي يشعر بها مستخدمو شبكات التواصل الاجتماعي بمتوسط (٢,٥٦)، وتأثير شبكات التواصل في العملية السياسية بنفس المتوسط، هي أهم الأسباب التي ذكرها المبحوثون في تبرير استخدامهم السياسي لشبكات التواصل الاجتماعي. وهذه النتائج تؤكد الدور المهم الذي تلعبه شبكات التواصل الاجتماعي في المجال العام في مصر؛ حيث إن شعور المستخدمين بوجود ساحة افتراضية للتعليق والتعبير بحرية عن أفكارهم السياسية، وتأثير ذلك على العملية السياسية بصفة عامة، جعلت من المجال العام لشبكات التواصل الاجتماعي Social Networks Sphere قوة ربما تزيد عن المجال العام التقليدي، بسبب فعالية المستخدمين لشبكات التواصل الاجتماعي، في مقابل ضعف القوى السياسية التقليدية في المجال العام التقليدي، وأيضاً تراجع دور وسائل الإعلام التقليدية في التأثير في المجال العام. وتتفق هذه النتائج مع دراسة (محمود حمدي ٢٠٠٩) التي انتهت إلى أن تعددية الآراء ومناقشة القضايا السياسية كانت بدرجة كبيرة من الحرية على الفيس بوك، وأن إتاحة الفرصة للتعليق وإبداء الرأي في القضايا المثارة، ساعد في جذب انتباه الشباب المصري نحو المضامين السياسية المطروحة على الفيس بوك.

جدول رقم (٦): يوضح أسباب اعتماد عينة الدراسة على شبكات التواصل

### الاجتماعي في القضايا السياسية

STD. DEVIATION	MEDIAN	MEAN	أسباب استخدام شبكات التواصل الاجتماعي فى المجال السياسى
.٦٦٦	٣	٢,٥٦	الحرية المتاحة لى من خلال هذه الشبكات
.٧٧٩	٣	٢,٤٣	كثير من أصدقائى يستخدموها
.٧٢٠	٣	٢,٥٦	أصبحت هذه الوسائل مؤثرة فى العملية السياسية
.٨١٣	٢	٢,٢٦	كثير من السياسيين يتابعوا هذه الوسائل
.٨٠٨	٣	٢,٤٣	أسهل فى استخدامها من الوسائل التقليدية
.٨٣٧	٣	٢,٣٢	بتوفر لى تواصل مباشر مع أى حد

### البحث عن المعلومات والتعليق عليها وتبادلها أهم أنماط الاستخدام السياسي لشبكات التواصل الاجتماعي:

كما يتضح من الجدول التالي، فإن البحث عن المعلومات السياسية المتعلقة بالشأن العام، هو أهم الاستخدامات التي يمارسها مستخدمو شبكات التواصل الاجتماعي بمتوسط (٢,٣٩). يلي ذلك في المرتبة الثانية التعليق على الأحداث الجارية بمتوسط (٢,٣٦)، ثم تبادل مواد سياسية حول الشأن العام مع أعضاء وأصدقاء في المرتبة التالية بمتوسط (٢,١٣). وتتفق نتائج هذه الدراسة مع (Presley 2010) حول استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي في الانتخابات النيجيرية، حيث شجعت هذه الوسائل المزيد من المناقشات العامة حول القضايا السياسية وجعلت العملية السياسية أكثر ديناميكية، مقارنة بالفترة التي سبقت ظهور وسائل التواصل الاجتماعي.

وتؤكد النتائج العلاقة الطردية بين المداولات عبر وسائل التواصل الاجتماعي وعملية التمكين السياسي. وكذلك دراسة (Kushin & Kitchener 2009) التي

توصلت إلى أن الفيس بوك هو إحدى الساحات التي يتم فيها التداول السياسي حول القضايا المطروحة في المجال العام وأن تطور النقاش يشير إلى التغلب إلى حد ما على حالة الاستقطاب التي عمت النقاشات عبر وسائل التواصل الاجتماعي في الماضي. وهذه النتائج تدعم فرضية أن تصبح شبكات التواصل الاجتماعي مكوناً أساسياً في المجال العام، إما من خلال تحول ساحات المجال العام التقليدي لتصبح داخل الشبكات الاجتماعية، أو من خلال انتقال ساحات المجال العام الافتراضية للمجال العام التقليدي.

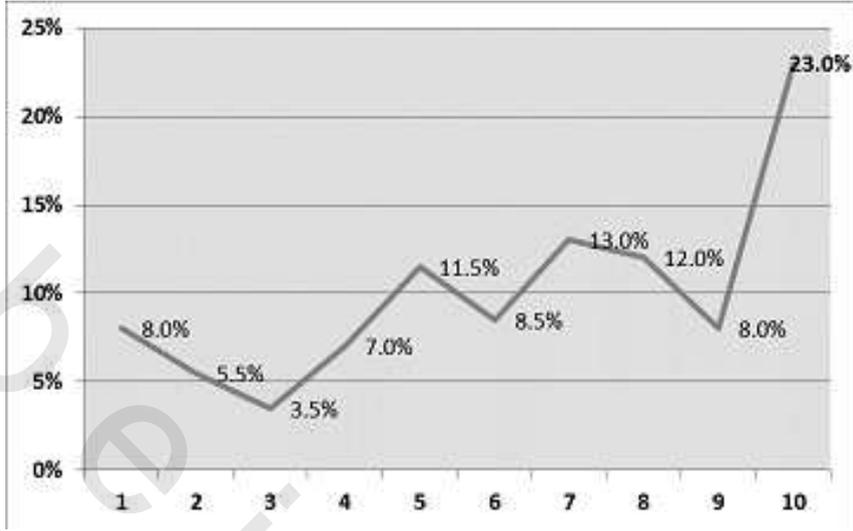
### جدول رقم (٧): يوضح أنماط الاستخدام السياسي لشبكات التواصل

#### الاجتماعي

STD. DEVIATION	MEDIAN	MEAN	تقييم درجات الاستخدامات السياسية لشبكات التواصل الاجتماعي
.٧٢٥	٣	٢,٣٩	البحث عن معلومات سياسية لمتابعة الشأن العام
.٨١٧	٣	٢,٣٦	التعليق على الأحداث الجارية
.٨٩٦	٢	٢,١٣	تبادل مواد سياسية حول الشأن العام مع أعضاء وأصدقاء
.٨٠٥	١	١,٦٠	الحشد والتعبئة (حث الأصدقاء على تبني مواقف سياسية محددة)
.٨٥٥	١	١,٦٨	تنسيق فعاليات سياسية في الواقع مثل (مظاهرات، ندوات، زيارات، الخ....)

معدلات الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي كمصادر للحصول على المعلومات السياسية مرتفعة مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية:

وفقاً للمقياس الذي تم استخدامه يمكن تصنيف معدلات الاعتماد إلى ثلاثة مستويات: مستوى منخفض (١-٣) وجاءت نسبة التقييم لهذه الفئة (١٧٪)، ومستوى متوسط (٤-٧) وكانت نسبة التقييم لهذه الفئة (٤٠٪)، ومستوى مرتفع (٨-١٠) وجاءت نسبة التقييم (٤٣٪). وهذه النتائج تؤكد ارتفاع نسبة تقييم المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعي كمصادر للمعلومات السياسية مقارنة بالوسائل الأخرى التقليدية.



شكل رقم (٢): يوضح تقييم المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعي

كمصادر للمعلومات السياسية

(١ تعنى ضعيف جداً، ١٠ تعنى كبير جداً)

بتحليل الفروق بين المجموعات باستخدام اختباري T-Test و ANOVA لتحليل الفروق بين المتوسطات الخاصة بتقييم شبكات التواصل الاجتماعي مقارنة بوسائل الإعلام الأخرى كمصادر للمعلومات السياسية، يتضح أن هناك فروقاً دالة إحصائية عند مستوى معنوية (٠.٠١٨) بين من يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي بصفة يومية، ومن يستخدمونها بصفة أسبوعية أو على فترات متباعدة؛ حيث يزيد متوسط تقدير المستخدمين يومياً عن الفئة الأخرى بمعدل (١,٤٥) درجة. بينما لا توجد فروق بين متوسطات درجات الذكور والإناث في تقييم الشبكات الاجتماعية كوسيلة للمعلومات السياسية، حيث إن مستوى المعنوية  $> 0.05$ .

وبتحليل الفروق بين مجموعات المستخدمين وفقاً للانتماء السياسي يتضح أنه لا توجد فروق دالة بين متوسطات المستخدمين، بينما تشير النتائج إلى فروق دالة وفقاً لمتغير العمر عند مستوى معنوية (0.011) بين المجموعات بصفة عامة. وبالمقارنة بين الفئات العمرية الثلاثة توضح النتائج أن هناك فروقاً دالة بين متوسطات تقييم الفئة (18-30) للشبكات الاجتماعية كمصادر للمعلومات السياسية والفئة العمرية (31-50) بزيادة (14, 1) درجة لصالح الفئة العمرية الأصغر، وذلك عند مستوى معنوية (0.006). بينما المقارنة بين متوسطات الفئتين (31-50) و(50 >) لا تظهر فروقاً دالة. كما لا تظهر فروق دالة في المقارنة بين متوسطات الفئتين (18-30) و(50 >). وبالمقارنة بين متوسطات مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي وفقاً لمتغيري التعليم وحالة العمل لا تشير نتائج تحليل ANOVA إلى فروق ذات دلالة، حيث إن مستوى المعنوية (> من 0.05).

#### هناك ثقة في المعلومات السياسية المتداولة عبر شبكات التواصل الاجتماعي:

ترتبط الثقة في المعلومات المتداولة عبر شبكات التواصل الاجتماعي ارتباطاً وثيقاً بمدى تأثيرها في المجال السياسي؛ حيث أشار بعض الباحثين إلى أن عدم الثقة في الممارسات الإلكترونية عبر شبكة الإنترنت قد يضعف من تأثيرها؛ إذ يُفترض أنه كلما زادت الثقة في هذه المعلومات زادت دوائر المنضمين لهذه الشبكات، وزاد تأثيرها في تشكيل الآراء، وانعكس ذلك على فعالية المشاركة السياسية للمستخدمين.

#### جدول رقم (8): يوضح مدى ثقة عينة الدراسة في المعلومات السياسية المتداولة

##### عبر شبكات التواصل الاجتماعي

مدى الثقة في المعلومات السياسية المتداولة عبر شبكات التواصل الاجتماعي	ك	%
أثق فيها بشكل كبير	58	29%
أثق فيها إلى حد ما	86	43%
ثقتي فيها محدودة	51	25,5%
لا أثق فيها على الإطلاق	0	0
لا أعرف / رفض الإجابة	5	2,5%
إجمالي	200	100%

وتظهر نتائج الجدول السابق أن معدلات الثقة في المعلومات السياسية المتداولة عبر شبكات التواصل الاجتماعي عالية؛ إذ أشارت نسبة (٤٣٪) من المبحوثين إلى أنهم يثقون «إلى حد ما» في المعلومات السياسية التي يتبادلونها عبر شبكات التواصل، وقالت نسبة (٢٩٪) إنهم يثقون في هذه المعلومات «بشكل كبير». في حين أشارت نسبة (٢٥,٥٪) إلى أن ثقتهم محدودة في المعلومات السياسية المتداولة عبر شبكات التواصل الاجتماعي. بينما لم يُشر أي من المستخدمين إلى عدم ثقة مطلقة في هذه المعلومات، ورفضت نسبة (٢,٥٪) الإجابة. وتتفق هذه النتائج مع نتائج دراسة (أحمد فاروق رضوان ٢٠١٠) التي أكدت ارتفاع نسبة مصداقية صفحات التواصل الاجتماعي الخاصة بالنشطاء السياسيين وحركات التغيير الاجتماعي والسياسي بالمجتمع المصري.

#### الشباب الأكثر اعتماداً على وسائل التواصل الاجتماعي في المجال السياسي:

يمكن اختبار أحد أوجه دراسة استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي في الاتصال السياسي في أثناء الحملات الانتخابية بمستوياتها المختلفة. وتوضح نتائج الدراسة، كما تظهر في الجدول التالي، أن ما يزيد عن نصف عينة الدراسة اعتمدت (بشكل كبير) أو (أحياناً) على شبكات التواصل الاجتماعي في أثناء الانتخابات، في مقابل عدم اعتماد ثلث العينة تقريباً عليها.

#### جدول رقم ( ٩ ) : مدى اعتماد المستخدمين على شبكات التواصل الاجتماعي في

##### أثناء الانتخابات

الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي في أثناء الانتخابات	ك	٪
بشكل كبير	٦٠	٣٠٪
أحياناً	٥٠	٢٥٪
نادرًا	٢٧	١٣,٥٪
لم أتعلم على الإطلاق	٦٣	٣١,٥٪
إجمالي	٢٠٠	١٠٠٪

حيث قال (٣٠٪) إنهم اعتمدوا على شبكات التواصل الاجتماعي خلال الانتخابات «بشكل كبير». وأكدت نسبة (٢٥٪) أنهم «أحياناً» اعتمدوا عليها في أثناء الانتخابات، في حين ذكرت نسبة (٥, ١٣٪) أنهم اعتمدوا عليها ولكن «نادراً» على شبكات التواصل الاجتماعي خلال الانتخابات البرلمانية الأخيرة. بينما ذكرت نسبة (٥, ٣١٪) أنهم لم يعتمدوا على الإطلاق على شبكات التواصل الاجتماعي خلال الانتخابات.

وبتحليل الفروق الإحصائية بين مجموعات الناخبين يتضح أنه لا توجد فروق بين المستخدمين في اعتمادهم على شبكات التواصل الاجتماعي على اختلاف اتجاهاتهم السياسية. كما لا توجد فروق دالة وفقاً لمتغيري النوع ومستوى التعليم. بينما تشير النتائج إلى وجود فروق دالة بين مجموعات المستخدمين في اعتمادهم على شبكات التواصل الاجتماعي في أثناء الانتخابات وفقاً لمتغير العمر؛ حيث كان الشباب (١٨-٣٠) هم الأكثر اعتماداً على الشبكات الاجتماعية في الانتخابات مقارنة بالفئات العمرية الأخرى، وذلك عند مستوى معنوية (٠,٠٥)، وقيمة معامل التوافق (٢٤٢). وهذه النتائج تتفق مع دراسة (عبد الكريم الديبسي وزهير الطاهات ٢٠١٣) عن انتشار استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي بين الطلبة، وأن تلك الشبكات أصبحت تشكل مصدراً من مصادر حصولهم على الأخبار والمعلومات التي من شأنها التأثير في تشكيل الرأي العام.

جدول رقم (١٠): يوضح الإشاعات المتحققة من الاستخدامات السياسية لشبكات

التواصل الاجتماعي

انماط استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في الانتخابات	ك	%
معرفة معلومات عن الأحزاب والمرشحين	٠	٠
معرفة البيانات الانتخابية الخاصة بي	٧٦	٥٠٪
مشاركة أصدقاء وزملائى فى مضامين لها علاقة بالانتخابات	٤٠	٢٦,٢٪
الدعوة لدعم مرشحين أو أحزاب	٩	٥,٩٪
الدعوة ضد مرشحين أو أحزاب	٨	٥,٣٪
تنسيق فعاليات سياسية لتوعية المواطنين بالانتخابات	١٩	١٢,٥٪
إجمالي	١٥٢	١٠٠٪

وكما تشير نتائج الجدول السابق، تتعدد أوجه الاستفادة من استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي في أثناء الانتخابات، حيث أكد (٥٠٪) أن شبكات التواصل الاجتماعي ساعدتهم في معرفة البيانات الانتخابية الخاصة بهم، مثل أماكن التصويت، وكيفية الوصول إليها، وغيرها من المعلومات الخاصة بعملية التصويت في الانتخابات. وقالت نسبة (٢٦,٢٪) إنهم استخدموا شبكات التواصل الاجتماعي خلال الانتخابات في تبادل مضامين سياسية عن العملية الانتخابية والمرشحين والنتائج. في حين قال (١٢,٥٪) إنهم استفادوا من شبكات التواصل الاجتماعي في تنسيق فعاليات لتوعية المواطنين بالعملية الانتخابية في الأماكن التي يقيمون فيها، ونسبة (٥,٩٪) من المبحوثين قالوا إنهم استخدموا شبكات التواصل الاجتماعي في الدعوة لدعم مرشحين وأحزاب سياسية، فيما قالت نسبة (٥,٣٪) إنهم اعتمدوا عليها في الحشد ضد مرشحين أو أحزاب.

## هناك زيادة في معدلات انتماء مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي لمجموعات سياسية:

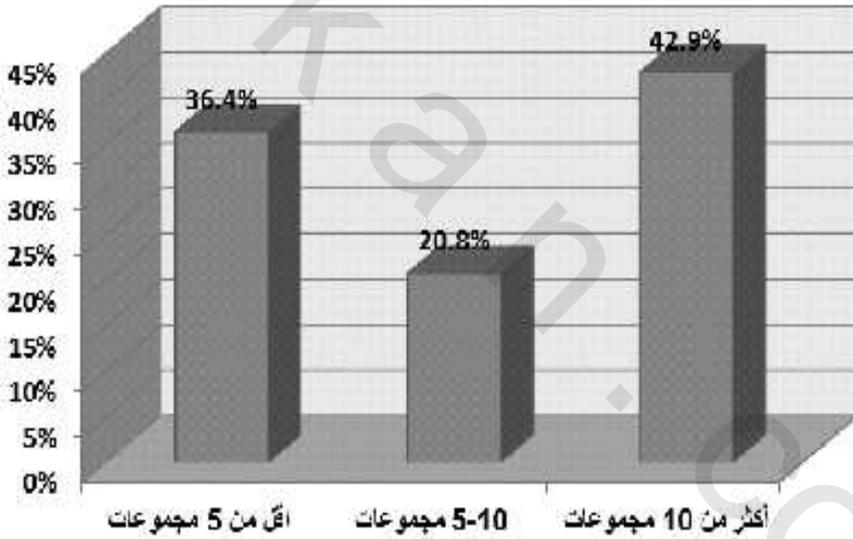
أحد المؤشرات التي يمكن أن تُستخدم لقياس مستوى تفاعل مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي في المجال العام هو عضويتهم في المجموعات السياسية المتاحة عبر هذه الشبكات. إضافة إلى أن المبادرات الخاصة بتدشين مجموعات مهتمة بالشؤون السياسية تعد مؤشراً مهماً في قياس الفعالية السياسية للمستخدمين؛ حيث يرى (Yang & DeHart 2015) أن اتساع حجم شبكات التواصل الاجتماعي للمبحوثين، والكفاءة السياسية، والمشاركة في مجموعات للتواصل الاجتماعي عبر الفيس بوك، كانت مؤشرات إيجابية على زيادة المشاركة السياسية الإلكترونية عبر الفيس بوك.



شكل رقم (٤): يوضح انتماء مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي

لمجموعات سياسية

وكما تشير نتائج الشكل السابق، فإن نسبة (٥٧,٥%) من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي لديهم عضوية في مجموعات سياسية أو مهتمة بالشؤون السياسية، في حين وضحت نسبة (٤٢,٥%) أنها ليست لها عضوية في مجموعات سياسية. وتحليل الفروق بين مجموعات المستخدمين يتضح أن هناك اختلافات وفقاً لمتغيري العمر والتعليم؛ حيث إن الفئة العمرية (١٨-٣٠) أكثر عضوية في المجموعات السياسية عبر شبكات التواصل الاجتماعي من الفئات العمرية الأكبر، وذلك عند مستوى المعنوية (٠,٠١١)، وقيمة معامل التوافق (٠,٢٥). كذلك هناك فروق دالة بين المستخدمين من ذوى المؤهلات التعليمية الأعلى مقارنة بالمستويات التعليمية الأقل، وذلك عند مستوى معنوية (٠,٠٠٤)، وقيمة معامل التوافق (٠,٢١٤)، في حين توضح النتائج أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المستخدمين وفقاً لمتغير النوع.



شكل رقم (٥): يوضح عدد المجموعات السياسية التي ينضم إليها المبحوثون عبر شبكات التواصل الاجتماعي

ويوضح الشكل السابق أن النسبة الأكبر (٩, ٤٢٪) من الناشطين في مجموعات التواصل الاجتماعي التي تناقش قضايا سياسية، يرتبطون بأكثر من ١٠ مجموعات. وفي المرتبة الثانية < من ٥ مجموعات (٤, ٣٦٪)، وأشارت نسبة (٨, ٢٠٪) إلى أنهم أعضاء في مجموعات سياسية تتراوح بين (٥-١٠) مجموعات. وهذه النتائج تشير إلى أن معظم من لديهم عضويات في مجموعات سياسية هم نشطاء إلكترونيًا، حيث إن النسبة الأكبر (٧, ٦٣٪) من الناشطين لديهم عضوية في مجموعات سياسية تزيد عن ٥.

#### جدول رقم (١٢): يوضح مجال الاهتمام السياسي لمجموعات التواصل الاجتماعي

مجال اهتمام المجموعات السياسية	ك	٪
المجموعات التي تهتم بالشأن العام المصري	٦٩	٩, ٧١٪
المجموعات التي تهتم بالشأن الإقليمي (العربي والإفريقي)	٩	٤, ٩٪
المجموعات التي تهتم بالشئون الدولية	١٨	٧, ١٨٪
إجمالي	٩٦	١٠٠٪

وكما تكشف النتائج السابقة، فإن مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي يهتمون بالانتماء لمجموعات تتناول الشأن المصري وذلك بنسبة (٩, ٧١٪)، بينما يأتي الاهتمام بالانتماء للمجموعات السياسية التي تتناول الشئون الدولية في المرتبة الثانية بنسبة (٧, ١٨٪)، في حين ينخفض الاهتمام بالانتماء للمجموعات السياسية التي تركز على الشئون الإقليمية (العربية والإفريقية)؛ حيث جاءت في المرتبة الثالثة بنسبة (٥, ٩٪). هذا يشير إلى أن الشأن العام الداخلي يحظى باهتمام مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي.

#### معدلات التفاعل مع الصفحات الخاصة بالأحزاب والسياسيين تعد منخفضة:

تكشف النتائج، كما هو موضح في الشكل التالي، أن هناك تفاعلاً محدوداً مع الصفحات الخاصة بالسياسيين وكذلك الأحزاب السياسية. وقد تعود الأسباب وراء العزوف النسبي عن متابعة هذه الصفحات إلى حداثة معظم الأحزاب على

الساحة، بعد التغيير الذي أحدثته ثورة ٢٥ يناير ٢٠١١. أيضاً هناك شريحة كبيرة من المواطنين، معظمهم من مستخدمي شبكة الإنترنت، قد لا يكون لديهم ثقة في الشخصيات المطروحة على الساحة السياسية. ولكن ما يمكن الخروج به من هذه النتائج أن مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي ربما يشعرون بأهمية التواصل مع نظرائهم في هذه المرحلة، كأفضل طريقة لتشكيل المجال العام. إن هذه النتيجة تؤكد أن مركز الاهتمام السياسي قد تحول من الأحزاب والسياسيين والمؤسسات الرسمية الأخرى ليستقر بين المواطنين أنفسهم ومنظمات ومجموعات تعبر عنهم.



شكل رقم (٦): يوضح مدى متابعة المبحوثين لصفحات السياسيين والأحزاب على شبكات التواصل الاجتماعي

وكما توضح هذه النتائج فإن نسبة (٦٣, ٥)٪ من المستخدمين لشبكات التواصل الاجتماعي لأغراض سياسية لا يتواصلون مع الأحزاب والسياسيين. بينما قالت نسبة (٣٦, ٥)٪ من هؤلاء المستخدمين إنهم يتواصلون عبر شبكات التواصل الاجتماعي مع السياسيين والأحزاب. وهذه النتيجة تعد منطوية في ظل حداثة الظهور السياسي النشط للأحزاب والسياسيين عبر شبكات التواصل الاجتماعي، وكذلك اهتمام المستخدمين بالبحث عن معلومات يعتقدون أنها أكثر حيادية وشفافية، ربما بعيداً عن

الأحزاب والمرشحين. وتختلف هذه النتائج مع دراسة (Robertson et al. 2010) التحليلية للرسائل Posts على صفحة الفيس بوك الخاصة بالمرشحين الأوفر حظاً في الانتخابات التمهيدية الرئاسية الأمريكية (باراك أوباما، وهيلاري كلينتون، وجون ماكين)، في إطار مفهوم المجال العام Public Sphere ، والتي أثبتت أن شبكات التواصل الاجتماعي تعد الآن هي البيئة التي تُمكن روادها من المشاركة في خطاب المجال العام، باعتبارهم مشاركين في الصالون الافتراضي «Online Salons» للمرشحين.

وبتحليل الفروق بين مجموعة المستخدمين في متابعتهم للصفحات الخاصة بالسياسيين والأحزاب وفقاً لمتغير الانتماء السياسي، يتضح أن هناك فروقاً دالة إحصائية، حيث تؤكد النتائج أن التيارات الليبرالية أكثر تواصلاً مع السياسيين والأحزاب مقارنة بغير المنتمين سياسياً والمنتمين للتيارات الإسلامية، وذلك عند مستوى معنوية (0.006)، وقيمة معامل التوافق (0.221). كما توجد أيضاً فروق دالة بين مجموعات المستخدمين وفقاً لمتغير مستوى التعليم؛ حيث يميل الحاصلون على درجات جامعية إلى التواصل مع السياسيين عبر الشبكات الاجتماعية بمعدلات أعلى من الحاصلين على مؤهلات متوسطة، وذلك عند مستوى معنوية (0.001)، وقيمة معامل التوافق (0.262). بينما تشير النتائج إلى عدم وجود فروق دالة وفقاً لمتغيري النوع والعمر.

### **ثالثاً: تقييم المستخدمين للتأثير السياسي لشبكات التواصل الاجتماعي؛**

#### **هناك اتجاهات إيجابية نحو الدور السياسي لشبكات التواصل الاجتماعي؛**

افترض Dahlgren أن دور الإنترنت مهم؛ لأنه يمهّد الطريق للمشاركة المجتمعية باعتبارها خطوة أساسية نحو تعزيز الديمقراطية . وهذا ما تؤكدته نتائج هذه الدراسة، حيث إن هناك تقييماً إيجابياً لدور شبكات التواصل الاجتماعي في المجال السياسي. وعبرت عن ذلك نسبة (89,5%) من المستخدمين، حيث قالوا إن تقييمهم لدور هذه الشبكات في المجال السياسي إما «كبير جداً» أو «كبير». في حين ترى نسبة

(٩٪) فقط أن دورها «محدود»، ولم يختار أي من المبحوثين فئة «محدود جداً». بينما رفضت نسبة (١,٥ ٪) الإجابة.

وبتحليل نتائج الفروق بين مجموعات المستخدمين يتضح أن الذكور يرون أن دور شبكات التواصل الاجتماعي كبير جداً في المجال السياسي مقارنة بالإناث، وذلك عند مستوى معنوية (٠,٠٤٤)، وقيمة معامل التوافق (٠,١٩٧). كما أن هناك فروقاً في تقييم هذا الدور بين الفئات العمرية؛ حيث يميل الشباب (١٨-٣٠) إلى إعطاء دور أكبر للشبكات الاجتماعية مقارنة بالفئات العمرية الأكبر، وذلك عند مستوى معنوية (٠,٠٠٤)، وقيمة معامل التوافق (٠,٢٩٧). بينما لا توجد فروق دالة بين المستخدمين وفقاً لمتغير مستوى التعليم.

### جدول رقم (١٣): يوضح تقييم عينة الدراسة للدور السياسي

#### لشبكات التواصل الاجتماعي

تقييم دور شبكات التواصل فى المجال السياسى	ك	٪
كبير جداً	٩٥	٤٧,٥ ٪
كبير	٨٤	٤٢ ٪
محدود	١٨	٩ ٪
محدود جداً	٠	٠
لا أعرف / رفض الإجابة	٣	١,٥ ٪
إجمالى	٢٠٠	١٠٠ ٪

وتتعدد الأسباب التي تبرهن على تقييم المبحوثين للدور الإيجابي لشبكات التواصل الاجتماعي في المجال السياسي. وتشير نتائج الجدول التالي إلى نسبة (٣٥,١ ٪) ترى أن هذه الشبكات «ساعدت في إحداث تغيير في سياسة الدولة بصفة عامة». وقال (٢٣,٨ ٪) إن شبكات التواصل الاجتماعي «المفجر الأساسي لثورة ٢٥ يناير»، في حين ترى نسبة (٢١,٦ ٪) أن تأثير شبكات التواصل في المجال السياسي يعود إلى كونها «أداة لحشد الجماهير ونشر الوعي». وترى نسبة (١٠,٨ ٪) أن تأثير شبكات التواصل يرجع إلى كونها «تستخدم للضغط على الأوساط السياسية أحياناً، مما يؤثر في عملية اتخاذ القرارات»، بينما يرى (٣,٢ ٪) أن تأثيرها يعود إلى أنها

«وسيلة سهلة للحصول على المعلومات»، وأكدت نسبة (٥٠٪) أن الفرص التي توفرها شبكات التواصل الاجتماعي «لترح الآراء المختلفة» تجعل تأثيرها السياسي أقوى. في حين لم تستطع نسبة (٩, ٤٠٪) أن تبدي أسباباً تبرهن بها على تقييمها الإيجابي لشبكات التواصل الاجتماعي في المجال السياسي. هذه الآراء توضح حالة الوعي لدى مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي، وإدراكهم لدورها كأداة لتبادل المعلومات والأفكار المختلفة، والحشد والتعبئة والضغط على صانعي القرار. وتؤكد هذه النتائج أن هذه الشبكات يمكنها أن تلعب دوراً فعالاً في خلق مجال عام Public Sphere أكثر ديمقراطية. ولعل الشواهد الأخيرة على الساحة السياسية من دور شبكات التواصل الاجتماعي في إحداث تغييرات سياسية تتعلق بإدارة شؤون الحكم في مصر يؤكد ما ذهب إليه مستخدمو هذه الشبكات من تأثيرها في اتخاذ القرارات السياسية.

#### جدول رقم (١٤): يوضح أسباب اعتقاد المبحوثين بوجود تأثير لشبكات التواصل

##### في المجال السياسي

ك	أسباب اعتقاد المبحوثين بوجود تأثير لشبكات التواصل الاجتماعي في المجال السياسي	%
٦٥	أحدثت تغييرات في سياسة الدولة	٣٥,١٪
٢٠	الضغط على الأوساط السياسية أحياناً مما يؤثر في بعض القرارات	١٠,٨٪
٤٠	أصبحت أداة لحشد الجماهير ونشر الوعي	٢١,٦٪
٤٤	المفجر الأساسي لثورة ٢٥ يناير	٢٣,٨٪
٦	وسيلة سهلة للحصول على المعلومات	٣,٢٪
١	طرح الآراء المختلفة	٠,٥٪
٩	لا أعرف/ لا شيء / لا يوجد	٤,٩٪
١٨٥	إجمالي	١٠٠٪

## هناك علاقة بين استخدامات شبكة التواصل الاجتماعي والمشاركة في أنشطة سياسية واقعية:

افترض Chadwick أن التفاعل المجتمعي عبر الإنترنت، حتى وإن كان لأغراض مدنية، ربما يتبعه اهتمام ومشاركة سياسية واقعية . وتشير نتائج هذه الدراسة إلى وجود احتمال لمثل هذا التأثير؛ حيث إن هناك نسبة كبيرة من المبحوثين ترى وجود تأثير لشبكات التواصل الاجتماعي على مشاركتهم في أنشطة سياسية فعلية. والسؤال الذي يطرح نفسه هنا: هل كان التأثير على أولئك الناشطين سياسياً فعالاً، أم أن هناك فئات جديدة أصبحت نشطة سياسياً في الواقع متأثرة باستخدامها لشبكات التواصل الاجتماعي؟

### جدول رقم (١٥): يوضح تأثير استخدامات شبكات التواصل

#### على المشاركة السياسية

استخدامات شبكات التواصل والمشاركة السياسية في الواقع	ك	%
بشكل كبير جداً	٥٨	٢٩%
إلى حد ما	٤٥	٢٢,٥%
لا	٦٦	٣٣%
لا على الإطلاق	٢٦	١٣%
لا أعرف/ رفض الإجابة	٥	٢,٥%
إجمالي	٢٠٠	١٠٠%

وبالنسبة لتأثيرات شبكات التواصل الاجتماعي، تؤكد النتائج أن النسبة الأكبر من مستخدمي هذه الشبكات يرون أن هناك دوراً لهذه الشبكات «كبير» أو «إلى حد ما» فيما يتعلق بمشاركتهم في فعاليات سياسية خارج نطاق الإنترنت، وذلك بنسبة (٥١,٥%)، في حين ترى نسبة (٤٦%) أن هذه الشبكات لم يكن لها دور «لا أو لا على الإطلاق» في مشاركتها السياسية، بينما رفضت نسبة (٢,٥%) الإجابة. وهذه النتائج المختلطة تتطابق مع النتائج الأخرى التي ترى تأثيراً إيجابياً لشبكات التواصل

الاجتماعي، والنتائج الأخرى التي لا ترى تأثيراً؛ حيث إن ما يزيد عن نصف العينة بقليل هو الذي يرى التأثير الإيجابي، بينما أقل من نصف العينة بقليل لا يرى ذلك.

وتتفق هذه النتائج مع دراسة (Yamamoto, Kushin, & Dalisay 2015)

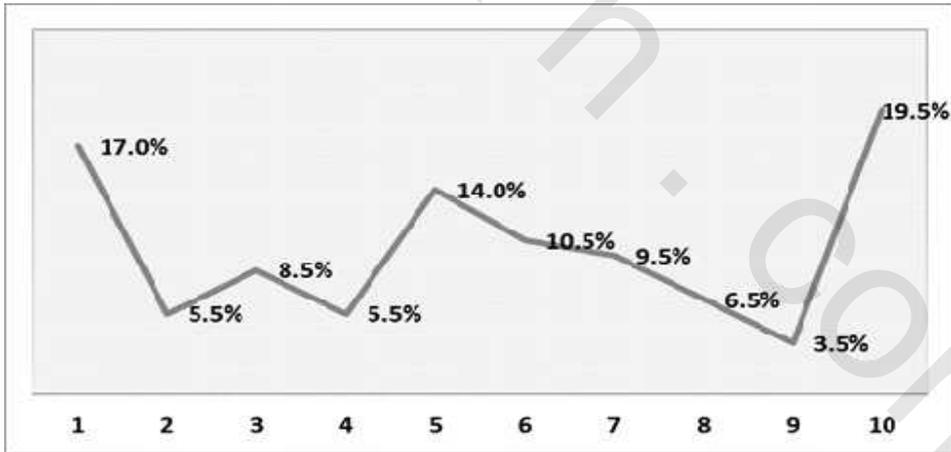
والتي توصلت إلى وجود علاقة إيجابية بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لأغراض التواصل السياسي والمشاركة السياسية. بينما تختلف مع نتائج دراسة (Zhang et al. 2010) والتي أثبتت أن استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي في الولايات المتحدة الأمريكية قد يكون لها تأثير إيجابي على المشاركة المجتمعية Civic Participation دون أن يكون لها نفس التأثير على مستوى المشاركة السياسية Political Participation.

وبتحليل العلاقات الارتباطية بين تاريخ استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيرها على مستوى المشاركة السياسية للمستخدمين، يتضح أن هناك فروقاً دالة إحصائية بين المجموعات؛ حيث تشير النتائج إلى أن المواطنين الذين بدأوا استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي في أثناء ثورة ٢٥ يناير أو بعد نجاحها، هم الأكثر تأثراً بشبكات التواصل الاجتماعي، مقارنة بالمستخدمين الذين بدأوا استخدامهم لهذه الشبكات منذ معرفتهم بها أو حديثاً. وهذه النتائج دالة عند مستوى معنوية (٠.٠١٦). وقيمة معامل التوافق (Contingency-Coefficient<sup>32</sup>). وتؤكد هذه النتائج أن شبكات التواصل الاجتماعي اكتسبت بُعداً جديداً في الممارسة، وزاد تأثيرها على المشاركة السياسية بفعل ثورة يناير.

كما تشير النتائج أيضاً إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المستخدمين وفقاً لكثافة الاستخدام، ومدى تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على مستوى المشاركة السياسية؛ إذ إن مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي بصفة يومية قالوا إن هناك تأثيراً كبيراً تلعبه هذه الشبكات على مستوى مشاركتهم السياسية، بشكل يفوق أولئك الذين يتواصلون عبر هذه الشبكات بشكل أسبوعي أو على فترات

متباعدة. وهذه النتائج دالة عند مستوى معنوية (0.04)، وقيمة معامل التوافق (0.27). وتختلف هذه النتائج مع دراسة (Yang & DeHart 2015) التي كشفت أن كثافة الاستخدام لم ترتبط إيجابياً باحتمالات زيادة المشاركة السياسية عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

وبتحليل الفروق بين مجموعات المستخدمين وفقاً لانتمائهم السياسي، يتضح أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بينهم فيما يتعلق بتأثير شبكات التواصل الاجتماعي على مستوى مشاركتهم السياسية، حيث إن مستوى المعنوية ( $> 0.05$ ). وتشير النتائج أيضاً إلى عدم وجود فروق دالة بين المستخدمين وفقاً لمتغيرات النوع ومستوى التعليم وحالة العمل، (مستوى المعنوية  $> 0.05$ ). لكن النتائج تشير إلى فروق دالة بين المستخدمين وفقاً لمتغير العمر؛ حيث إن تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على مستوى المشاركة السياسية للشباب (18-30) أكبر من الفئات العمرية (31-50) و ( $> 0.05$ ). وهذه النتائج تؤكد الفرضيات الخاصة باحتمالية أن يساعد الإنترنت وتطبيقاته، وبخاصة شبكات التواصل الاجتماعي، في زيادة إدماج الشباب في المجال العام، وبالتالي تمكينهم من القيام بدور أكثر فعالية في العملية السياسية.



شكل رقم (٧): يوضح تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية

(١ يعني ضعيف جداً، ١٠ يعني كبير جداً)

وفى تقييم مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي لتأثيرها على مستوى مشاركتهم السياسية، قالت نسبة (٣٩,٥٪) إن تأثيرها متوسط، في حين قالت نسبة (٣١٪) إن تأثيرها منخفض، بينما ترى نسبة (٢٩,٥٪) أن تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على مستوى مشاركتهم السياسية مرتفع.

وكما تشير النتائج فإن هناك فروقاً بين متوسطات تقييم مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي لمدى تأثيرها على مستوى المشاركة السياسية وفقاً لكثافة الاستخدام؛ إذ يرتفع متوسط تقييم المستخدمين للشبكات الاجتماعية يومياً عنه بين الذين يستخدمونها بصفة أسبوعية، وذلك بمقدار (٢,١٤)، وعند مستوى معنوية (٠,٠٠١). بينما لا توجد فروق دالة بين متوسطات المستخدمين وفقاً لمتغير النوع.

أيضاً لا توجد فروق بين المتوسطات فيما يتعلق بمتغيرات الانتماء السياسي والتعليم وحالة العمل. بينما توجد فروق دالة بين متوسطات المبحوثين وفقاً لمتغير العمر، وذلك عند مستوى معنوية (٠,٠٠١). وبالمقارنة بين المجموعات العمرية المختلفة يتضح أن هناك فروقاً بين متوسطات الفئة العمرية (٣٠-١٨) مقارنة بالفئة العمرية (٥١-٣١) وذلك عند مستوى معنوية (٠,٠٠٠)؛ حيث إن متوسط تقييم الفئة العمرية الأصغر لتأثير الشبكات الاجتماعية على مستوى المشاركة السياسية أكبر بالمقارنة بالفئة العمرية الأكبر، ويبلغ متوسط الاختلاف (١,٦٤). بينما لا توجد فروق بين متوسطات المجموعتين (٥١-٣١) و (> ٥٠)، ولا بين متوسطات المجموعتين (٣٠-١٨) و (> ٥٠).

هذه النتائج تتطابق مع نتائج سابقة، وتؤكد العلاقة المحتملة لتأثير استخدامات وسائل التواصل الاجتماعي على زيادة المشاركة السياسية للشباب، وتتفق هذه النتائج مع دراسة (Kruikemeier et al., 2014) التي أكدت وجود ارتباط إيجابي بين استخدامات الإنترنت بمستوياته الخامل Passive Use والنشط Active Use، والمشاركة السياسية للشباب، وتمثل هذا الارتباط في زيادة الإقبال على التصويت في الانتخابات من جانب، والاهتمام بالشأن السياسي من جانب آخر.

## رابعاً: مستقبل الاستخدام السياسي لشبكات التواصل الاجتماعي:

لا شك أن استمرار التوسع في الاستخدامات السياسية لشبكات التواصل الاجتماعي يرتبط بعوامل مختلفة. وترتبط هذه العوامل بهذه الشبكات ذاتها، من حيث السياسات التي تحكمها، وآليات الوصول إليها، وتطورها التقني. كما ترتبط هذه العوامل بالبيئة السياسية والإعلامية التي تُستخدم فيها هذه الشبكات. كما يرتبط بعض هذه العوامل بالمستخدمين أنفسهم، من حيث زيادة الإقبال وعادات وأخلاقيات الاستخدام؛ إذ إن زيادة معدلات الاستخدام، والوعي المجتمعي بأهمية هذه الشبكات، والاتفاق على قواعد ممارسة مهنية تمثل إطاراً مرجعياً للاستخدام يتحول إلى حس عام Common Sense ، قد يؤثر ذلك بشكل إيجابي على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي ومدى تأثيرها. وكما سبق الإشارة فإن زيادة تأثير شبكات التواصل في المجال السياسي ترتبط بالثقة في المعلومات والثقة في العلاقات التي تتكون في الفضاء الإلكتروني.

## أكثر ما يقلق مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي على مستقبلها السياسي هو غياب المصداقية ونشر الشائعات:

يكشف تحليل استجابات الباحثين عن أن أكثر التأثيرات السلبية على استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي في المجال السياسي، هي: (الشائعات - الأكاذيب - غياب المصداقية)، وعبر عن ذلك نسبة (٧١٪). بينما ترى نسبة (٦٪) أن تدخل الدولة يؤثر سلباً في استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي، في حين ترى نسبة (٥٪) أن عدم انتظام خدمات شبكات التواصل الاجتماعي وشبكة الإنترنت بصفة عامة قد يكون له تأثير سلبي. وذكرت نسبة (٢,٥٪) أن «التعليقات المستفزة» قد تؤثر سلباً على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، بينما لم تستطع نسبة (١٥,٥٪) من الباحثين تحديد أي تأثيرات سلبية.

جدول رقم (١٦): يوضح التأثيرات السلبية على مستقبل استخدامات شبكات

التواصل الاجتماعي في المجال السياسي

ك	أكثر التأثيرات السلبية على استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي في المجال السياسي	%
٥	التعليقات المستفزة	٢,٥%
١٤٢	الشائعات - غياب المصداقية	٧١%
١٠	انقطاع خدمات الانترنت	٥%
١٢	تدخل الدولة	٦%
٣١	لا أعرف	١٥,٥%
٢٠٠	إجمالي	١٠٠%

وتوضح النتائج التالية رؤية المبحوثين للأسباب التي تؤدي إلى زيادة التأثير السياسي لشبكات التواصل الاجتماعي؛ حيث قالت نسبة (٢٩%) إن (المصداقية - الشفافية - الحرية في التعبير عن الرأي) قد تزيد من تأثير هذه الشبكات في المجال السياسي. وقالت نسبة (٢١%) إن سهولة الحصول على المعلومات وسهولة التواصل سوف تؤدي إلى زيادة تأثير شبكات التواصل الاجتماعي. بينما ترى نسبة (٢,٥%) أن زيادة التأثير السياسي لشبكات التواصل الاجتماعي مرتبط بزيادة الوعي المجتمعي والتفاعل بين الفئات المختلفة. وترى نسبة (٤%) أن ذلك مرتبط بكثرة الأحداث والتغيرات المتلاحقة، في حين تربط نسبة (٣,٥%) بين زيادة التأثير السياسي لشبكات التواصل الاجتماعي واهتمام السياسيين بالتواصل عبر هذه الشبكات. وقال (٢,٥%) إن ذلك مرتبط بغياب سلطة الحكومة عن شبكات التواصل الاجتماعي، فيما ذكرت نسبة (١,٥%) أن انخفاض تكاليف هذه الخدمات قد يزيد من تأثير شبكات التواصل الاجتماعي. نفس النسبة تقريبا قالت إن انتشار معدلات الفساد قد تقود إلى اهتمام الجمهور العام بفضح هذه الممارسات من خلال شبكات التواصل الاجتماعي.

هذه النتائج تدعم ما توصلت إليه دراسة (أسامة حسانين ٢٠١٤) من أن الفيس بوك يأتي في مقدمة مصادر معرفة أفراد العينة للحصول على المعلومات حول قضايا الفساد السياسي في مصر عبر شبكة الانترنت، وهو ما يؤكد أن فساد المؤسسات السياسية، والذي يكون مرتبطاً في الأغلب الأعم بفساد المؤسسات الإعلامية التقليدية، قد يدفع المواطن إلى البحث عن حقائق من خلال التعرض للمعلومات والتفاعل معها في المجال العام لشبكات التواصل الاجتماعي.

### جدول رقم (١٧): يوضح الأسباب التي تقود إلى زيادة التأثير السياسي لشبكات التواصل الاجتماعي

الأسباب التي تقود إلى زيادة التأثير السياسي لشبكات التواصل الاجتماعي	ك	%
زيادة الوعي المجتمعي والتفاعل بين الفئات المختلفة	٤١	٢٠,٥%
المصداقية - الشفافية - الحرية في التعبير عن الرأي	٥٨	٢٩%
سهولة الحصول على المعلومات وسهولة التواصل	٤٢	٢١%
اهتمام السياسيين بشبكات التواصل الاجتماعي	٧	٣,٥%
غياب سلطة الحكومة عن شبكات التواصل	٥	٢,٥%
انخفاض التكاليف	٣	١,٥%
كثرة الأحداث والتغيرات المتلاحقة	٨	٤%
انتشار الفساد	٣	١,٥%
لا أعرف	٣٣	١٦,٥%
إجمالي	٢٠٠	١٠٠%

ليس هناك علاقة بين حرية وسائل الإعلام التقليدية ومعدلات الاستخدام السياسي لشبكات التواصل الاجتماعي:

مما لاشك فيه أن زيادة الإقبال على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لأغراض سياسية، ربما يكون أحد أسبابه مرتبط بغياب الحرية المتاحة لوسائل

الإعلام التقليدية، وهذا الاعتقاد ربما يكون صحيحاً، خاصة إذا علمنا أن غياب الحرية التي كانت ممنوحة لوسائل الإعلام في مصر قبل انهيار نظام مبارك، كان أهم الأسباب التي دفعت المعارضة السياسية والناشطين والمهمشين سياسياً لاستخدام الإنترنت وتطبيقاته كوسيلة للتعبير عن وجهات نظرهم، والدعوة وحشد التأييد للتحول الديمقراطي .

في هذا السياق فإن هناك فرضية قد تبدو منطقية، وهي الفرضية التي تقوم على أنه «مع تحرير وسائل الإعلام من السيطرة الحكومية، يكون من المنطقي حدوث تراجع في استخدامات الإنترنت وشبكات التواصل الاجتماعي في مجال الاتصال السياسي». لكن النتائج تشير إلى غير ذلك، حيث إن هناك ٥ من بين كل ١٠ مستخدمين يرون أن حرية الإعلام لن تقلل الطلب على الاستخدامات السياسية للإنترنت. ويقود ذلك إلى استنتاج أن نسبة كبيرة ممن يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي لأسباب سياسية قد يستمرون لفترات طويلة، وهو ما يعزز الاعتقاد بأن دور الإنترنت كوسيلة للاتصال السياسي سوف يتعزز حتى في ظل ديمقراطية وسائل الإعلام التقليدية.

وتوضح نتائج الجدول التالي انقسام مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي حول العلاقة بين حرية الإعلام والطلب على شبكات التواصل الاجتماعي. ففي حين ترى نسبة (٥١٪) أن حرية وسائل الإعلام لن تؤدي إلى تراجع في معدلات التواصل السياسي عبر شبكات التواصل الاجتماعي، ترى نسبة (٤٤,٥٪) أن حرية وسائل الإعلام ربما تقلل معدلات الاستخدامات السياسية لهذه الشبكات. ولم تتمكن نسبة (٤,٥٪) من إبداء رأي تجاه هذه القضية. وهذه النتائج ربما لا تحسم الجدل حول العلاقة بين حرية الإعلام والتدفق الحر للمعلومات وتبنى وسائل الاتصال الحديثة، كبديل أكثر ديمقراطية لنقل وتبادل المعلومات.

وقد تطرح هذه النتائج أسئلة بحثية تتعلق بالأسباب التي ستقود الجمهور العام لاستمرار الاعتماد على الوسائل الجديدة في التواصل السياسي. بمعنى آخر، فإنه

من المحتمل أن وجود أنماط من وسائل الإعلام التقليدية تكفل حرية تبادل المعلومات، لن يمنح المواطنين من استمرار استخدامهم للإنترنت وتطبيقاته. وهذا يعنى أن قرار الاستخدام السياسي للوسائل الجديدة، قد لا يعود إلى إشكاليات في وسائل الإعلام التقليدية، بقدر ما يعود إلى خصائص مختلفة لهذه الوسائل، وفتح آفاق جديدة لممارسات سياسية غير تقليدية.

### جدول رقم (١٨): يوضح العلاقة بين حرية الإعلام والطلب السياسي على شبكات التواصل الاجتماعي

علاقة حرية الإعلام بالطلب على شبكات التواصل الاجتماعي	ك	%
نعم	٨٩	٤٤,٥%
لا	١٠٢	٥١%
لا أعرف / رفض الإجابة	٩	٤,٥%
إجمالي	٢٠٠	١٠٠%

### مناقشة النتائج

سعت الدراسة للإجابة عن التساؤل التالي من واقع الاستخدامات السياسية لشبكات التواصل الاجتماعي في مصر: هل وسائل التواصل الاجتماعي يمكن أن تزيد من وعى المواطنين وتؤثر في مستوى تفاعلهم ومشاركتهم في المجال العام، وبالتالي تزيد من فعاليتهم السياسية؟ وتؤكد النتائج العامة للدراسة أن هذه الشبكات تلعب دوراً مهماً في الواقع السياسي المصري، ويتضح ذلك من خلال مناقشة سبعة أبعاد مرتبطة بأسئلة الدراسة، وهي:

**البعد الأول:** يرتبط بقياس مدى ارتباط استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي بثورة يناير، ودوافع الاستخدام لهذه الشبكات، وكثافة الاستخدام، وأهم الشبكات التي يتم استخدامها؛ حيث تشير النتائج إلى أن النسبة الأكبر بدأت الاستخدام قبل الثورة، وهو ما يعزز الاستنتاجات التي ربطت بين التوسع في استخدامات هذه الشبكات لأغراض سياسية قبل الثورة، ودورها في التمهيد والحشد والتعبئة لفعل الثورة.

تؤكد النتائج أيضاً أن ثلث الباحثين تقريباً قالوا إن الدافع الأول لتواصلهم عبر الشبكات الاجتماعية كان الاهتمام بالشؤون السياسية العامة، وأن تواصلهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي ما زال مرتفعاً، بل وشهدت زيادة بعد الثورة. وتشير النتائج إلى أن الفيس بوك هو من أكثر شبكات التواصل الاجتماعي استخداماً بين عينة الدراسة، وربما يعود ذلك إلى شيوع استخدامه بين مستخدمي الإنترنت في مصر، وأيضاً وفرة المعلومات المتاحة من خلاله، وإتاحته لفرص التفاعل بالتعليق والتشاركية مع الأصدقاء. كما تؤكد النتائج زيادة كثافة الاستخدام لشبكات التواصل يومياً.

البعد الثاني: يرتبط بمدى الاستخدام السياسي لشبكات التواصل الاجتماعي، والأسباب التي تقف وراء ذلك، حيث تؤكد نتائج هذه الدراسة أن ٧ من بين كل ١٠ مستخدمين سبق لهم التواصل السياسي عبر هذه الشبكات. وهذه النتيجة تدل على الأهمية التي تحظى بها شبكات التواصل الاجتماعي في المجال العام Public Sphere في مصر، بعد أن تحولت هذه الشبكات إلى قناة يومية لمناقشة القضايا السياسية، ويرتبط ذلك، كما توضح النتائج العامة، بالحرية التي يشعر بها المواطنون خلال مداواتهم عبر الشبكات الاجتماعية، وقناعتهم بقدرتها على التأثير في مجريات القرارات السياسية.

البعد الثالث: يتعلق بمدى الاعتماد على هذه الشبكات كمصادر للمعلومات السياسية ومعدلات الثقة في هذه المعلومات؛ حيث تشير النتائج إلى أن ٨ من كل ١٠ مستخدمين يعتمدون عليها كمصادر للمعلومات السياسية، و٧ من بين كل ١٠ مستخدمين من عينة الباحثين يثقون بالمعلومات السياسية المتداولة عبر شبكات التواصل الاجتماعي، ما يؤكد أن هذه الشبكات قد أصبحت مصدراً مهماً للمعلومات السياسية، كما أن الثقة في هذه المعلومات قد تكون مؤشراً على مدى تأثير المستخدمين بهذه المعلومات واستجابتهم لها. وهذه النتيجة تدعم دور شبكات التواصل الاجتماعي في زيادة وعي المواطنين من خلال إتاحة فرص التعرض لمصادر معلومات متعددة

ومتنوعة من حيث الأفكار والاتجاهات، وهو ما قد يصب في خلق ما يعرف بـ Well-informed people كمتطلب لعقلانية المجال العام.

البعد الرابع: يقيس معدلات الاستخدامات السياسية للشبكات الاجتماعية ومدى استخدامها في التواصل السياسي في فترات الانتخابات. وتؤكد النتائج أن أهم الاستخدامات هي: البحث عن معلومات سياسية لمتابعة الشأن العام، التعليق على الأحداث الجارية، وتبادل مواد سياسية مع أعضاء وأصدقاء بمتوسطات مرتفعة؛ مما يشير إلى أن الاستخدامات الأكثر شيوعاً بين مستخدمي الشبكات الاجتماعية تصب في إطار المعرفة السياسية والتفاعل والمشاركة السياسية.

كما تبين النتائج أن التفاعل مع صفحات التواصل الاجتماعي للسياسيين والأحزاب السياسية محدود، مما يشير إلى وجود اختلاف في أولويات الاستخدامات السياسية للإنترنت وشبكات التواصل وفقاً للبيئة السياسية التي تستخدم فيها. ففي دولة تمر بمرحلة تحول مثل مصر، ربما كانت الأولوية للتواصل بين المواطنين وبعضهم البعض، أو بين المواطنين ومصادر المعلومات، مقارنة بالتواصل مع السياسيين والأحزاب. ويدل ذلك على الدور الكبير للإنترنت وشبكات التواصل الاجتماعي في مثل هذه المراحل من التطور الديمقراطي، والتي ربما ترتبط بشكل أكبر بالمجال العام. وقد يتحول هذا الاهتمام في مرحلة تالية، بعد بناء ديمقراطية مستقرة، إلى تواصل مع السياسيين والمؤسسات السياسية.

البعد الخامس: يقيس معدلات الانتماء إلى مجموعات سياسية عبر شبكات التواصل الاجتماعي، حيث تؤكد النتائج أن أغلبية المستخدمين نشطين سياسياً من خلال عضويتهم الحالية في مجموعات، ما يزيد من احتمالية تكاثر الأفكار المتبادلة في المجال العام الإلكتروني، وتوسيع قاعدة المشاركين فيه. هذا التكاثر يحتمل أن يكون بفعل الانضمام إلى مجموعات قائمة، أو الخروج بأفكار من هذه المجموعات لإنشاء مجموعات جديدة، وهذا يصب في صالح دعم ديمقراطية المجال العام. ولكن

على الجانب الآخر هناك تخوف من أن يقود ذلك إلى الانقسامات في المجال العام، استناداً إلى أن المجموعات تتمحور حول اتجاه سياسي واحد يعبر عنه مجموعة من الأصدقاء الإلكترونيين، وأن الانشطار الشبكي لهذه المجموعات يعزز المخاوف من «التمييز الإلكتروني»، ويزيد من «لا تمثيلية» و«لا شمولية» المجال العام.

البعد السادس: يرصد تقييم المستخدمين مدى تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على مشاركتهم السياسية. حيث تشير النتائج إلى أن جمهور الإنترنت من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي يرون أن دور الشبكات السياسي فاعل بدرجة كبيرة. ويتأكد ذلك من خلال أن 5 من بين كل 10 مستخدمين ذكروا أن الإنترنت جعلهم أكثر مشاركة في العملية السياسية على أرض الواقع، كما جاء تقييم (5, 60%) لتأثير الإنترنت على مستوى مشاركتهم السياسية ما بين مرتفع ومتوسط.

البعد السابع: يرتبط بتقييم المستخدمين لمستقبل شبكات التواصل الاجتماعي في المجال السياسي في ضوء تغير البيئة السياسية والإعلامية في مصر. وتبرهن النتائج المرتبطة بهذا البعد على أن الإنترنت بات يلعب دوراً مهماً في المجال السياسي، وحتى في حالة منح الحرية لوسائل الإعلام التقليدية فإن 5 من بين كل 10 مستخدمين يرون أن شبكات التواصل الاجتماعي سوف تستمر كأداة مهمة في الاتصال السياسي. وبالرغم من ذلك، فإن القلق المتزايد من فقدان الثقة في المعلومات السياسية المتداولة على شبكات التواصل الاجتماعي، يهدد مستقبلها كساحة للتداول والنقاش والتفاعل في المجال العام الإلكتروني.

وفيما يتعلق بالتغيرات التي قد تؤثر في الاستخدامات السياسية لشبكات التواصل الاجتماعي وتأثيراتها، يمكن استنتاج أن المنتمين لتيارات ليبرالية والشباب والحاصلين على مستويات تعليمية أعلى، هم أكثر استخداماً لشبكات التواصل الاجتماعي سياسياً، وكذلك هم أكثر نشاطاً في المجال العام الإلكتروني وأكثر مشاركة في الواقع مقارنة بأقرانهم. ويمكن اعتبار ذلك إيجابياً، حيث يتوقع أن تشيع الأفكار الليبرالية

في المجال العام الإلكتروني، وهو ما قد يصب في إطار ديمقراطية المجال العام بصفة عامة. أيضاً هناك احتمال لأن يمثل الشباب أرضية كبيرة في المجال العام الإلكتروني، بما يعزز مشاركتهم في الحياة السياسية بصفة عامة. وأيضاً فإن قيادة المؤهلين علمياً للمجال العام الإلكتروني قد تزيد من عقلانية النقاشات وتبادل الأفكار المعبرة عن قضايا مجتمعية حقيقية عبر الشبكات الاجتماعية.

ولكن على الجانب الآخر هذه النتائج قد تعزز المخاوف من نخبوية المجال العام الإلكتروني. ففجوة الوصول واستخدامات الإنترنت في مصر لها الكثير من الدلائل، حيث إن نسبة المستخدمين ما زالت تمثل نصف عدد السكان تقريباً، وهؤلاء يتركزون في المدن والأحياء الكبيرة، وهم من القادرين اقتصادياً والحاصلين على مؤهلات جامعية. وإذا أضفنا إلى ذلك فجوة الاستخدام - أي الأغراض التي يتم استخدام وسائل التكنولوجيا الحديثة من أجلها - يظل الافتراض بدور فاعل للإنترنت وتطبيقاته في المجال العام، ودوره في التمكين السياسي للمواطنين محل جدل.

### **توصيات الدراسة وحدود ما تطرحه من دراسات جديدة؛**

توصي هذه الدراسة باستمرار البحث الفردي والمؤسسي في مجال الاستخدامات السياسية للإنترنت وشبكات التواصل الاجتماعي، ويجب أن تتسم هذه الدراسات بالتنوع في تناولها لشبكات التواصل الاجتماعي كل على حدة، مع الاهتمام بالمقارنة بين الاستخدامات والتأثيرات السياسية لها في سياقات جغرافية وديموقراطية وتكنولوجية متباينة. كما ينبغي أن تهتم هذه الدراسات بالمقارنة بين النتائج التي يتم التوصل إليها في السياق المصري ومثيلاتها من سياقات إقليمية ودولية، مع تحليل المتغيرات التي تؤثر بشكل كبير على استخدامات وتأثيرات وسائل التواصل الاجتماعي في الاتصال السياسي.

كما توصي الدراسة بأهمية تعزيز المبادرات التي تزيد الوعي بضرورة وجود معايير أخلاقية لتبادل المعلومات السياسية وللفاعل السياسي عبر شبكات التواصل

الاجتماعي، بما يضمن استمرار دورها في توفير المعلومات وفرص التفاعل والمشاركة القائمة على الثقة فيما يُقدّم من خلالها، وعقلانية النقاش وتوفير مناخ الاحترام المتبادل بين المتداولين في المجال العام الإلكتروني.

**وتطرح نتائج هذه الدراسة مجموعة من الأسئلة التي يمكن أن تمثل مجالات اهتمام بحثي في مجال الاتصال السياسي ومنها:**

١. ما حدود تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على عملية صناعة واتخاذ القرارات السياسية؟ وهل المجال العام الإلكتروني يمثل المجال الضعيف أم المجال القوي؟
٢. ما الفئات الاجتماعية الأكثر نشاطاً في ساحات النقاش عبر وسائل التواصل الاجتماعية، وتأثير ذلك على شمولية وتجانس المجال العام؟
٣. ما درجة اعتماد المؤسسات السياسية على شبكات التواصل الاجتماعي كأدوات للاتصال السياسي؟
٤. ما تأثير استمرار ونمو استخدامات وسائل التواصل الاجتماعي على مستقبل العلاقة بين الإعلام والسلطة السياسية؟
٥. كيف نبني نماذج للتأثير المتبادل بين شبكات التواصل الاجتماعي ووسائل الإعلام التقليدية؟
٦. كيف يمكن تفعيل دور شبكات التواصل الاجتماعي كآليات للمحاسبة المجتمعية؟
٧. ما حدود استخدامات شبكات التواصل كآليات مساعدة في استطلاعات الرأي العام؟
٨. ما مستقبل وسائل الإعلام التقليدية في الاتصال السياسي في ظل تنامي دور شبكات التواصل الاجتماعي؟

<sup>1</sup>Internet World Stats (2015). Internet Usage Statistics for Africa. Retrieved December 11, 2012 and December 30, 2015, from: <http://www.internetworldstats.com/stats1.htm>

Pew Research Center. (2011). Global digital communication: Texting, social networking popular worldwide. Retrieved February 12, 2012m from <http://www.pewglobal.org/files/2011/12/PewGlobal-Attitudes-Technology-Report-FINAL-December-20-2011.pdf>

<sup>3</sup> Smuts, L. M. (2010). Social networking sites as a new public sphere: Facebook and its potential to facilitate public opinion as the function of public discourse – A case study of the 2008 Obama campaign. Thesis presented in partial fulfillment of the requirements for the degree of M.Phil (Political Management) at Stellenbosch University. Retrieved March, 3, 2012, from <http://www.google.com.eg/#hl=ar&q=Smuts%2C+Lize-Mari%2C+A9.+2010+pdf>

<sup>4</sup> Boulianne, S. (2009). Does Internet use affect engagement? A meta-analysis of research. *Political Communication* 26(2), 193–211.

<sup>5</sup> Skoric, M. M., Zhu, Q., Goh, D. & Pang, N. (2015). Social media and citizen engagement: A meta-analytic review. *new media & society*, 1–23

<sup>٦</sup> أسامة محمد عبد الرحمن حسانين. (٢٠١٤). دور الفيس بوك في إمداد الشباب الجامعي بالمعلومات حول قضايا الفساد المصري، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة عين شمس: معهد الطفولة، قسم الإعلام وثقافة الأطفال.

<sup>٧</sup> محمود حمدي عبد القوي و سلوى محمد أحمد أبو العلا. (٢٠١٤). عشوائية المعلومات وعلاقتها بمصادقية مواقع التواصل الاجتماعي لدى الشباب: دراسة ميدانية على عينة من طلاب جامعة المنيا، مجلة الآداب والعلوم الإنسانية، جامعة المنيا: كلية الآداب، العدد (٧٩)

<sup>٨</sup> أحمد يونس محمد حمودة، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية، رسالة ماجستير غير منشورة، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم: معهد البحوث والدراسات العربية، ٢٠١٣.

<sup>٩</sup> حمزة السيد حمزة خليل (٢٠١٢). استخدام الشباب مواقع الشبكات الاجتماعية لإطلاق ثورة ٢٥ يناير ٢٠١١ المصرية والإشباع المتحقق منها، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة طنطا: كلية التربية النوعية، قسم الإعلام التربوي.

<sup>١٠</sup> عبد الكريم علي الديبسي وزهير ياسين الطاهات. (٢٠١٣). دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية، عمان، الأردن: الجامعة الأردنية، مجلة دراسات، المجلد (٤٠)، العدد (٤١).

<sup>١١</sup> انشراح الشال. (٢٠١٢). رؤية الشباب الجامعي المصري لدور مواقع التواصل الاجتماعي في ثورة ٢٥ يناير، بحث مقدم للبرنامج العلمي للمنتدى السادس للجمعية السعودية للإعلام والاتصال، الرياض.

<sup>١٢</sup> Gaffney, D. (2010). *Iran election: quantifying online activism*. In: Proceedings of WebSci'10: extending the frontiers of society online. USA, Raleigh, NC

<sup>13</sup> أحمد فاروق رضوان، مصداقية وسائل الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات في أثناء الانتخابات البرلمانية المصرية ٢٠١٠، جامعة الأزهر: مجلة بحوث الإعلام، العدد ٣٦، أكتوبر ٢٠١١.

<sup>14</sup>Presly, I. (2010). Elections” or “Selections”? Blogging and Twittering the Nigerian 2007 General Elections, *Bulletin of Science, Technology & Society*, Vol. 30 Issue 6, 398-414

<sup>15</sup> محمود حمدي عبد القوي (٢٠٠٩). دور الإعلام البديل في تفعيل المشاركة السياسية لدى الشباب: دراسة تطبيقية على الشبكات الاجتماعية الافتراضية، مؤتمر الإعلام والإصلاح، جامعة القاهرة: كلية الإعلام.

<sup>16</sup>Johnson, J. T & Kaye, K. B (2015). Site Effects: How reliance on social media influences confidence in the government and news media. *Social Science Computer Review*, Vol. 33(2), 127-144

<sup>17</sup>Yamamoto, M., Kushin, J. M. & Dalisay, F. (2015). Social media and mobiles as political mobilization forces for young adults: Examining the moderating role of online political expression in political participation. *new media & society* 2015, Vol. 17(6), 880-898

<sup>18</sup> Yang, C. H. & Jean L. DeHart, L. J. (2015). Social media use and online political participation among college students during the US election 2012. *Social Media & Society*, 1-18

<sup>19</sup> Kruike-meier, S., Noort, V. G., Vliegthart, R. & H de Vreese. C. (2014). Unraveling the effects of active and passive forms of political Internet use: Does it affect citizens’ political involvement?. *new media & society*, Vol. 16(6), 903-920

<sup>20</sup> Tang, G. & Lee, L. F. F. (2013). Facebook use and political participation: The impact of exposure to shared political information, connections with public political actors, and network structural heterogeneity. *Social Science Computer Review* 31(6), 763-773

<sup>21</sup> Tumasjan, A., Sprenger, T., Sandner, P. & Welpe, L. (2011). Election forecasts with Twitter: how 140 characters reflect the political landscape. *Soc Sci Comput Rev* 29(4), 402-418

<sup>22</sup> Larsson, A. & Moe, H. (2011). Who tweets? Tracking microblogging use in the 2010 Swedish election campaign. In: ECIS 2011 Proceedings, Paper 251

<sup>23</sup> Vitak, J., Zube, P., Sfmock, A., Caleb, T., Ellison, N. & Lampe, C. (2011). It’s complicated: Facebook users’ political participation in the 2008 election. *Cyberpsychol Behav Soc Netw* 14(3), 107-114

<sup>24</sup>Baumgartner, J.C. & Morris, J.S. (2010). Myfacetube politics: social networking web sites and political engagement of young adults. *Soc Sci Comp Rev* 28, 24-44

<sup>25</sup> Robertson, S.P., Vatrappu, R.K. & Medina, R. (2010). Off the wall political discourse: Facebook use in the 2008 U.S. Presidential election. *Information Polity* 15, 11-31

<sup>26</sup> Zhang, W., Johnson, T.J., Seltzer, T. & Bichard, S. (2010). The revolution will be networked: the influence of social networking sites on political attitudes and behavior. *Soc Sci Comput Rev* 28, 75-92

<sup>27</sup>Utz, S. (2009). The (potential) benefits of campaigning via social network sites. *J Comput*

<sup>26</sup>Kushin, M. & Kitchener, K. (2009). Getting political on social network sites: Exploring online political discourse on Facebook. *First Monday* 14, 11

<sup>28</sup> Fraser, N. 1990. Rethinking the public sphere: A contribution to the critique of actually existing democracy. *Social Text* 25/26, 56-80.

<sup>29</sup>Habermas, J. (1989). *The structural transformation of the public sphere: An inquiry into a category of bourgeois society*. Cambridge, Mass: MIT Press.

<sup>30</sup> Ibid, pp. 25-26.

<sup>31</sup> Ibid, pp. 36-37.

<sup>32</sup> Dahlberg, L. & Siapera, E. (2001). *Radical democracy and the Internet: Interrogating theory and practice*. New York: Palgrave MacMillan.

<sup>33</sup> McQuail, D. (2005). *McQuail's Mass Communication Theory*. 5th ed. London: Sage.

<sup>34</sup> *Dahlgren, P. 2005a*. The Internet, public spheres, and political communication: Dispersion and deliberation. *Political Communication* 22(2), 47-162.

<sup>35</sup> van Dijk, J. (1996). Models of democracy behind the design and use of new media in politics. *Javnost/The Public*, 43-56.

<sup>36</sup> Westling, M. (2007). Expanding the Public Sphere: The impact of facebook on political communication. Retrieved February 18, 2012, from [www.thenewvernacular.com/.../facebook](http://www.thenewvernacular.com/.../facebook)

<sup>37</sup> Smith, A., Schlozman, K.L., Verba, S. & Brady, H. (2009). The Internet and civic Engagement. *Pew Internet & American Life Project*. Retrieved January 2012, from <http://www.pewinternet.org/Reports/2009/15-The-Internet-and-Civic-Engagement.aspx>

<sup>38</sup> Neuman W. R, Bimber, B. & Hindman, M. (2010). The Internet and four dimensions of citizenship. *The Oxford Handbook of American Public Opinion and the Media*. Retrieved March 13, 2014 from: [http://www.wrneuman.com/nav\\_pub\\_95\\_755951903.pdf](http://www.wrneuman.com/nav_pub_95_755951903.pdf)

<sup>39</sup> Ibid

<sup>40</sup> Ibid

<sup>41</sup> Rasmussen, T. (2008). The Internet and differentiation in the political public sphere. *NORDICOM Review*, 29(2), 73-83. Retrieved March 4, 2012, from <http://web.ebscohost.com/ehost/pdf?vid=27&hid=112&sid=ed578a25-1af6-400088caf3b4924554ef%40SRCSM2>

<sup>42</sup> Hindman, M. (2009). *The myth of digital democracy*. New Jersey: Princeton Press.

<sup>43</sup> Debatim, B. (2008). The Internet as a new platform for expressing public opinions and as

a new public sphere. In Donsbach, W. & Traugott, M. W. (eds.) *The Sage Handbook of public opinion research*. London: Sage.

<sup>44</sup> Berger, A.A. (199<sup>٨</sup>). *Media research techniques*. 2<sup>nd</sup> ed. London: Sage.

<sup>45</sup> Wimmer, D. R. & Dominick, J. (2000). *Mass media research: An introduction*. 6<sup>th</sup> Edition. Boston: wasdworth.

<sup>46</sup> Ibid, p. 150

<sup>47</sup> Denton, Jr. E. A. & Kuypers, A. J. (2008). *Politics and communication in America: campaigns, media, and governing in the 21st century*. Illinois. Waveland press, INC.

<sup>٤٨</sup>مرجع سابق

<sup>49</sup> Op. cit., pp.398-414

<sup>50</sup> Op. cit., p.11

<sup>51</sup> Cooper, M. (2003). *Media ownership and democracy in the digital information age*. USA: Center for Internet & Society, Stanford law School.

<sup>٥٢</sup>مرجع سابق

<sup>53</sup> Op. cit., pp. 1-18

<sup>54</sup> Op. cit., pp. 11-31

<sup>55</sup> Dahlgren, P. (2009). *Media and political engagement: Citizens, communication, and democracy*. New York. Cambridge.

<sup>56</sup> Chadwick, A. (2006). *Internet politics: States, citizens, and new communication technologies*. New York: OXFORD.

<sup>57</sup> Op. cit., pp. 880–898

<sup>58</sup> Op. cit., pp. 75–92

<sup>59</sup>Op. cit., pp. 1–18

<sup>60</sup> Op. cit., pp. 903–920

<sup>٦١</sup>مرجع سابق

<sup>٦٢</sup>شريف درويش اللبان. (٢٠١١). ثورة الفيس بوك: آليات استخدام الشبكات الاجتماعية في ثورة ٢٥ يناير ٢٠١٥. القاهرة: المجلس الأعلى للثقافة.