

## موقف مستخدمي تويتر من تغريدات النخب السياسية ما بعد ٣٠ يونيو

أ. نهله عبدالمحسن عبدربه دلدوم

باحثة ماجستير - كلية الآداب - قسم اعلام -  
جامعة حلوان

### المقدمة

أتاح موقع تويتر مجالاً عاماً افتراضياً يمكّن للمستخدمين من خلاله التعبير عن آرائهم المختلفة والتعليق علي الشأن العام، وممارسة الديمقراطية الافتراضية، والمواطنة النشطة أو الفاعلة (Active Citizenship) (1). كما يتميز هذا المجال بإتاحته الفرصة للمشاركين للإنخراط فيه لمناقشة القضايا السياسية والاجتماعية المطروحة علي الساحة. ويرحب هذا المجال بكل الأفكار والآراء والأيدولوجيات المختلفة، من خلال الشمول أو التضمن العام Universal Inclusion، فكل المستخدمين لديهم فرص متساوية في المشاركة والتحاور وإنتاج المحتوى User Generated Content (2).

وفي مصر، لعبت منصات التواصل الاجتماعي- وفي مقدمتها تويتر- دوراً كبيراً ومؤثراً، في الأحداث السياسية والتطورات المصاحبة لها بعد 30 يونيو عام 2013م. فقد برز موقع تويتر كواحد من أهم ساحات العالم الافتراضي، التي لجأت إليها النخب السياسية لتوجيه دفة الأحداث وتشكيل رأي عام في اتجاه معين، يتوافق مع توجهاتهم السياسية والاجتماعية، وكذلك للتواصل مع مستخدمي نفس الموقع، سواء هؤلاء الذين لهم نفس التوجهات السياسية والأيدولوجية التي يتبنونها، أو أولئك الذين يتبنون وجهات نظر مخالفة.

- ثانياً: الدراسات التي تناولت تعليقات قراء المواقع الإلكترونية ومستخدمي مواقع الشبكات الاجتماعية.
- ثالثاً: الدراسات التي تناولت نظرية المجال العام.

#### أولاً- الدراسات التي تناولت موقع التواصل الاجتماعي تويتر :

1- دراسة **2016 Park, Chang Sup** (4) استهدف هذا البحث دراسة الخصائص التي يتميز بها قادة الرأي من خلال موقع التواصل الاجتماعي تويتر، وذلك من خلال إجراء مسح شامل علي عينة قوامها 648 مفردة من قادة الرأي علي موقع تويتر في أمريكا. وتمثلت أهم النتائج فيما يلي:

1. تميل هذه النخب إلي التعبير عن آرائها الشخصية علي موقع تويتر بدلاً من عرض معلومات أو أخبار لمتابعيهم.
2. أوضحت نتائج البحث أن هناك نوعين من قادة الرأي علي موقع التواصل الاجتماعي تويتر: النوع الأول: من يبثون تغريداتهم بصورة متكررة أما النوع الثاني من قادة الرأي فيكتفي فقط بإعادة التغريدات.
3. أشارت النتائج إلي أن موقع تويتر يعتبر أرضاً خصبة لتكوين قادة رأي جدد يبثون آرائهم من خلاله.

2- دراسة **ايمان عبد المنعم محمد 2016** (5) هدفت الدراسة إلي الكشف عن أسباب ودوافع استخدام الشباب المصري والسعودي لموقع تويتر، والتعرف علي المظاهر الدالة علي كيفية استخدامهم لموقع تويتر. وهذه الدراسة ميدانية لعينة عشوائية طبقية من شباب الجامعات المصرية والسعودية (الدولية والخاصة والدينية والحكومية) تتمثل في 600 مفردة موزعة بالتساوي علي الجامعات والنوع. واعتمدت الباحثة علي النظريات الآتية (نظرية التحليل الشبكي- مدخل التفاعلية (المحتوي المنتج بواسطة المستخدم)، نظرية الاستخدامات والاشباع، نظرية ثراء الوسيلة).

#### تمثلت أهم النتائج فيما يلي:

1. نسبة مستخدمي موقع تويتر بين طلبة الجامعات

وعليه أصبح "تويتر" ساحةً للسجال بين الأفكار المتعارضة للتواصل مع أكبر عدد من المؤيدين والمعارضين. ونظراً للشهرة الكبيرة التي اكتسبها هذا الموقع بين مستخدميه، بالإضافة إلي حالة التفاعل التي أحدثتها تغريدات النخب السياسية، حرصت الكثير من الصحف الخاصة والقومية علي نشر هذه التغريدات في باب خاص علي صفحاتها الورقية، لضمان وصول أفكار وتغريدات هذه النخب إلي أكبر عدد من القراء ممن لا يستخدمون هذا الموقع. وبذلك أصبحت التغريدات متاحة لهؤلاء الذين لا يتوفر لهم-لأسباب مختلفة- استخدام موقع تويتر. وفي المقابل أتاحت الفرصة للنخب السياسية لبث تغريداتهم إلي أكبر عدد ممكن من الجمهور من خلال وسط مختلف تماماً.

وبالرغم من ظهور موقع تويتر Twitter واكتسابه شهرة وشعبية كبيرة في وقت قصير بين مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، إلا أن اهتمام معظم الدراسات انصب علي التغريدات Tweets التي تبث علي هذا الموقع، سواء تلك التي يبثها أفراد عاديون أو مسئولون يتولون مناصب هامة في البلاد، أو تلك التي يقوم ببثها المشاهير في مختلف المجالات. ولم تحظ تعليقات مستخدمي موقع تويتر باهتمام ملحوظ من قبل الباحثين، هذا علي الرغم من أن هذه التعليقات ما هي إلا رد فعل، يمكن من خلاله قياس ومعرفة توجه الرأي العام، نحو قضايا معينة، سياسية أو اجتماعية أو اقتصادية، يتم تغريدها عبر موقع التواصل الاجتماعي تويتر. وتعتبر هذه التعليقات أحد الآليات التي تتيحها المواقع للمستخدمين لعرض آرائهم ووجهات نظرهم. وتعمل هذه التعليقات كمنصة لخطاب ديمقراطي ومناقشات مفتوحة من قبل الجمهور<sup>(3)</sup>.

#### الدراسات السابقة:

قامت الباحثة بمحاولة رصد بعض الدراسات والأوراق البحثية ذات الصلة بموضوع البحث، والتي يمكن تصنيفها في ثلاث محاور:

- أولاً: الدراسات التي تناولت موقع التواصل الاجتماعي " تويتر".

بالترتيب- تغريدة إشادة بالثورة بنسبة 50%، اعتبار الثورة انقلاب (37.8%)، تجاوزات وانتهاكات بالثورة (17.1%)، آراء حول الثورة (15.6%)، الدعوة للحوار وتهيئة الأوضاع 14 %، وإجراءات لتنظيم الأمور في الدولة بعد الثورة (6.8%).

2. أظهرت النتائج تنوع اتجاهات التغريدات نحو الثورة- بالترتيب- كما يلي: تغريدات لها اتجاه ايجابي نحو الثورة بنسبة 49.9%، تغريدات لها اتجاه سلبي نحو الثورة بنسبة 44.8 % وتغريدات لها اتجاه محايد نحو الثورة بنسبة 5.3 %.

3. أظهرت النتائج العامة أن أهداف التغريدات- عينة الدراسة- هي تقديم آراء (48.9%)، ودعوة للقيام بفعل (40.2%)، وتقديم معلومات (10.9%).

4. أظهرت النتائج العامة أن محور الارتكاز في التغريدات عينة الدراسة - بالترتيب- هو موضوع الثورة بوجه عام (91.6%)، شخصية سياسية بالثورة (9.8%)، والانتهاكات بالثورة (7.5%).

4- دراسة Kristof Jacobs, Niels Spierings 2015 (7)

تهدف هذه الدراسة إلي المقارنة بين استخدام تويتر، سواء علي نطاق ضيق أو علي نطاق واسع، خلال الانتخابات العامة في هولندا عامي 2010 و2012. وقامت هذه الدراسة بتحليل بيانات 2014 مرشح من مرشحي الأحزاب الكبيرة.

وتمثلت أهم النتائج فيما يلي:

• من المثير للإهتمام، أنه في حالة رصد الاستخدام الكبير أو علي نطاق واسع لتويتر، تبين أن هناك ارتباط ايجابي بين استخدام تويتر وتوجهات الناخبين.

ثانياً- الدراسات التي تناولت تعليقات قراء المواقع الإلكترونية ومستخدمي مواقع الشبكات الإجتماعية:

1- دراسة محمد مصطفى رفعت (2017) (8)

تسعي هذه الدراسة إلي دراسة اتجاهات الرأي العام الإلكتروني لمستخدمي الشبكات الاجتماعية (الفييس بوك-

السعودية كانت أكبر منها بين نظرائهم المصريين، حيث ذكر 258 طالب سعودي بنسبة 86% من طلبة الجامعات السعودية أنهم يستخدمون موقع تويتر، في حين بلغت نسبة مستخدمي الموقع ذاته بين طلبة الجامعات المصرية 57.3% بما يساوي 172 طالباً جامعياً مصرياً.

2. أن طلبة الجامعات المصرية من مستخدمي موقع تويتر كانوا الأسبق إلي استخدام هذا الموقع مقارنة بنظرائهم السعوديون، حيث بلغت نسبة طلبة الجامعات المصرية الذين يستخدمون موقع تويتر من 3 سنوات فأكثر 34.3% مقارنة بنسبة 19% من طلبة الجامعات السعودية.

3. التوظيف الأمثل للصفحات العامة والإخبارية عبر موقع تويتر من خلال ما تملكه من امكانيات وآليات فاعلة وحيوية ومؤثرة لتشجيع تفاعل الشباب بشكل خاص مع ما يدور من حولهم.

3- دراسة نهي عاطف العبد 2015 (6)

تسعي هذه الدراسة، من خلال تحليل مضمون عينة من مواقع التواصل الاجتماعي خلال الفترة التي تسبق وأثناء ثورة الثلاثين من يونيو، لمعرفة أنماط المضامين الموجهة للشباب بها واتجاهاتها، بالإضافة لدراسة ميدانية للوقوف علي رأي مختلف فئات الشباب نحو هذه المواقع، وتأثيراتها عليهم في الحشد للثورة، باعتبارها المصدر الأكثر أهمية بالنسبة للشباب. وتنتمي هذه الدراسة إلي الدراسات الوصفية. اعتمدت الباحثة علي منهج المسح عن طريق (استمارة تحليل المضمون) والتي طبقت علي تحليل تغريدات 30 شخصية من الشخصيات العامة والتي تمثل كافة التيارات السياسية بإجمالي 4092 تغريدة، علي مدار شهرين من 28 يونيو إلي 28 أغسطس، بالإضافة إلي تحليل كافة المقاطع الشخصية، والمقاطع من برامج تليفزيونية علي موقع اليوتيوب، بإجمالي 280 مقطع خلال الفترة نفسها. كما استخدمت الدراسة الميدانية (استمارة الإستبيان) والتي طبقت علي عينة عمدية من الشباب المصري من الجامعات الحكومية والخاصة، قوامها (400) محبوث.

وتمثلت أهم النتائج فيما يلي:

1. أظهرت النتائج العامة أن مضمون التغريدات -

علي صورة جهاز الشرطة لدى الجمهور في الفترة من 21/2/2015 إلى 30/3/2015.

#### وتمثلت أهم النتائج فيما يلي:

1. جاء معدل كثافة تعليقات القراء بموقع المصري اليوم أكثر من كثافة التعليقات التي ظهرت في موقع الأهرام وبوابة الوفد.

2. كان الاتجاه نحو رجال الشرطة في موقع الأهرام والوفد اتجاه إيجابي، ولكن في خطاب تعليقات القراء لموقع المصري اليوم كان الاتجاه السلبي أكثر استخداماً نحو رجال الشرطة، ويدل ذلك أن ملامح الصورة لجهاز الشرطة في خطاب التعليقات لموقع المصري اليوم صورة سلبية أكثر من خطاب التعليقات لموقعي الأهرام والوفد.

3. اتفق خطاب تعليقات القراء في المواقع الثلاثة عينة الدراسة أن غالبية خطاب التعليقات يحمل طابع هجومي حاد، ويدل ذلك علي أن الجمهور يعيش حالة من عدم الاستقرار خاصة في تلك الفترة التي شهدت العديد من الأحداث الإرهابية التي تشكل انفلات أمني في مصر.

#### 3- دراسة صفاء عبد الفتاح (2016) (10)

تهدف هذه الدراسة إلي استكشاف طبيعة الأثر الخبرية وسمات تشكيل وخصائص خطاب حقوق المواطنة في المحتوى الخبري لمواقع صحف الدراسة (الأهرام - الوفد- المصري اليوم) خلال عامي 2010-2011 برسم ملامح خريطة حقوق المواطنة في الخطاب الصحفي المصري. وكذلك رصد وتحليل خطاب تعليقات القراء في مواقع صحف الدراسة. واستخدمت الدراسة منهج المسح الإعلامي وأسلوب المقارنة المنهجية. واستخدمت أيضاً بعض أدوات التحليل، مثل أداة تحليل المضمون وبعض أدوات تحليل الخطاب، مثل أداة تحليل القوي الفاعلة وأداة تحليل الأثر المرجعية. واعتمدت الدراسة علي تكامل مدخلين نظريين معاً: الأول نظرية المجال العام، والثاني مدخل تحليل الإطار الإعلامي.

#### وتمثلت أهم النتائج فيما يلي:

1. طغي الأسلوب الجاد علي أغلب التعليقات خلال عامي الدراسة حيث جاء عام 2010 بنسبة 81.7%

تويتر - يوتيوب) نحو عملية التحول الديمقراطي بمصر بعد ثورة 30 يونيو 2013 حتى الانتخابات البرلمانية الأخيرة ديسمبر 2015. واستخدمت هذه الدراسة منهج المسح الإعلامي بشقيه مسح الجمهور (استمارة استبيان)، ومسح المضمون (استمارة تحليل المضمون). بالتطبيق علي عينة الدراسات المسحية قوامها 450 مبحوث وعينة الدراسة المسحية للمضمون قوامها 1150 تعليق تم اختيارهم من موقعي الفيس بوك ويوتيوب.

#### وتمثلت أهم النتائج فيما يلي:

1. سيطرة الأسلوب الغوغائي وظهور الألفاظ الخارجة والسب المتبادل وعدم قبول الرأي الآخر والاستهزاء والسخرية من الآخرين، وإلقاء الاتهامات جزافاً بين مختلف الأطراف المتفاعلة عبر ساحات التعليقات بالشبكات الاجتماعية.

2. كانت الأغلبية العظمي للتعليقات المكتوبة بالعربية العامية بنسبة 97.5%، وفي المرتبة الثانية التعليقات المكتوبة بلغة الإنترنت (الفرانكو أراب) بنسبة 1.1%، ثم التعليقات المكتوبة بالعربية الفصحى واللغة الإنجليزية بنسب 0.9% و 0.5% علي الترتيب.

3. تنوعت أهداف التعليقات المختلفة نحو أحداث التحول الديمقراطي، وجاء في المرتبة الأولى هدف السب وإلقاء الألفاظ الخارجة والمبتذلة بنسبة 37.8%، وفي المرتبة الثانية جاء هدف النقد بنسبة 32.7%، ثم الإطراء والثناء علي التعليق الأساسي بالصفحات بنسبة 24.7%، ثم التهكم والسخرية بنسبة 21.1%.

#### 2- دراسة بسمة سيد عبد الله (2016) (9)

تهدف هذه الدراسة إلي رصد وتحليل المجال العام لتعليقات القراء بالمواقع والبوابات الإلكترونية كمجال عام حول أداء جهاز الشرطة في مصر، والتعرف علي صورة الجهاز لدى الجمهور المصري، ويتم ذلك من خلال رصد طبيعة العوامل التي تحكم توجهات طرح القضايا وإدارة النقاش بشأنها، وذلك بالتطبيق علي كل من المواقع والبوابات الإلكترونية (موقع الأهرام، بوابة الوفد، موقع المصري اليوم) خلال الفترة الزمنية بداية من الأول من شهر يوليو 2014 إلي أوائل شهر مارس 2015، والتعرف

بالجمهور طبقاً لطبيعة الأخبار-- إن كانت خلافية أم لا.

### ثالثاً- الدراسات التي تناولت نظرية المجال العام:

#### 1- دراسة ايمان السيد جمعه (2016)<sup>(12)</sup>

استهدفت الدراسة معرفة الدور الذي تقوم به المواقع الاجتماعية "فيسبوك- تويتر - يوتيوب" في تنمية الوعي السياسي والاتجاهات حول الأحداث الجارية لدى الشباب المصري المغترب بالدول العربية (السعودية- الكويت- الإمارات). واعتمدت الدراسة علي منهج المسح وبلغ حجم عينة الدراسة الميدانية علي 500 مغترب مصري تتراوح أعمارهم من (18- 35) سنة وكانت عينة الدراسة التحليلية عبارة عن تحليل مضمون 200 صفحة من الصفحات الشخصية لعينة الدراسة لموقع الفيسبوك خلال فترة الدراسة من 1/12/2014 إلي 28/2/2015. واستخدمت الدراسة صحيفة الاستبيان واستمارة تحليل المضمون كأداة لجمع البيانات، متخذة نظرية المجال العام إطاراً نظرياً لها.

#### وتمثلت أهم النتائج فيما يلي:

1. توصلت الدراسة إلي وجود علاقة ارتباطية بين معدل استخدام المصريين المغتربين بالدول العربية لمواقع التواصل الاجتماعي ودرجة الوعي السياسي لديهم عند مستوي دلالة (0.05).

2. جاء التصويت للانتخابات والاستفتاءات من أهم الأنشطة السياسية التي يقوم بها المغترب المصري بالدول العربية خلال فترة الدراسة وذلك بنسبة %65.8.

#### 2- دراسة ولاء يحيى مصطفى (2016)<sup>(13)</sup>

تحدد مشكلة الدراسة في التعرف علي دور وسائل الاتصال الالكترونية الحديثة، ممثلة في مواقع التواصل الاجتماعي ( فيسبوك ويوتيوب) في المشاركة السياسية للشباب المصري، خلال الفترة الرئاسية الأولى التي أعقبت ثورة 25 يناير، والتعرف علي أسباب استخدام الشباب المصري عينة الدراسة لكل من الموقعين (فيسبوك ويوتيوب)، في متابعة عدد من القضايا تمثل مجالاً عاماً علي مشاركة الشباب المصري في الحياة السياسية. وتنتهي هذه الدراسة إلي الدراسات الوصفية، واعتمدت علي منهج المسح. وتنقسم الدراسة إلي دراسة ميدانية علي

بينما ارتفع إلي %83.1 عام 2011. بينما جاء في المرتبة الثانية- خلال عامي الدراسة- الأسلوب المتجاوز لفظياً والذي شغل عام 2010 نسبة %9.8 فقط، بينما ارتفع هذا الأسلوب عام 2011.

2. شكّل التقرير الإخباري الشكل الصحفي الأكثر استخداماً في طرح حقوق وواجبات المواطنة خلال عامي الدراسة، وإن زاد استخدامه عام 2011 في كافة مواقع الدراسة، وجاء موقع المصري اليوم في المقدمة تلاه الأهرام ثم الوفد.

3. استخدمت النسبة الأكبر من التعليقات مزيج ما بين (الفصحى والعامية) للتعبير عن رؤيتهم وآرائهم في الأخبار الخاصة بحقوق المواطنة وذلك علي مستوي عامي الدراسة.

#### 4- دراسة Santana, Arthur D 2016<sup>(11)</sup>

تناقش هذه الدراسة دور محافل تعليقات القراء علي مواقع الصحف الإلكترونية، والتي تسمح لقراء الأخبار بفرصة المشاركة في المناقشات الإلكترونية حول موضوعات الأخبار. وتشير الدراسة إلي أن الصحفيين عندما يطرحون هذه المحافل فإنهم يتنازلون عن جزء من مسؤولياتهم- كحراس بوابة- للمعلقين من خارج المهنة، وفي الوقت نفسه يقومون بدعمهم ليقوموا بدور حراس بوابة من الدرجة الثانية. وذلك من خلال تحليل ودراسة عدد 2100 قصة خبرية نشرت علي مدار أسبوع في 50 جريدة أمريكية، لمعرفة أكثر أنواع الموضوعات الخبرية جذباً لتعليقات القراء.

#### وتمثلت أهم النتائج فيما يلي:

1. أن كافة المواقع الصحفية التي تستضيف التعليقات تحرص علي أن تبقي هذه التعليقات في الإطار المدني، لأن خروجها عن هذا الإطار يعد مدمر لهوية الموقع الإلكتروني، ويشجع العدوانية والاستقطابية، ويجعل القراء الأكثر ولاءً للموقع أكثر صمتاً. ولمحاربة ذلك، فإن الصحف طورت آليات تهدف لتقليل انعدام المدنية في منصات تعليقات القراء، ومن بين هذه الآليات تحريم التجهيل في كتابة التعليقات.

2. كشفت نتائج الدراسة أيضاً أن الصحف تستعين بتعليقات القراء في وضع أجندتها الإخبارية الخاصة

علي آراء واتجاهات بعضهم البعض (حول الانتخابات الرئاسية لعام 2014) والتصويت لمرشح معين في الانتخابات.

2. أثبتت نتائج الدراسة أن الترويج للمشاركة في الانتخابات كان بنسبة (29.3%)، في حين أن السعي لدعم مرشح معين بنسبة (9.3%)، أما نسبة قيام الأفراد بالمشاركة في المظاهرات التي تسبق الانتخابات فقد كانت (8.1%)، ونسبة محاولات تشويه صورة المرشح غير المحبوب (3.3%)، في حين بلغت نسبة الأفراد الذين يقومون باشتباكات قبل الانتخابات (2.4%). وقد كانت أعلى نسبة (47.6%) للأفراد الذين لم يشاركوا في أي نشاط من تلك الأنشطة.

#### التعليق على الدراسات السابقة ومدى الاستفادة منها:

1. كشف مسح التراث العلمي عن قلة الدراسات العربية التي رصدت تعليقات مستخدمي تويتر نحو تغريدات النخب السياسية، وما تشمله من قضايا وأحداث ما بعد 30 يونيو.
2. قلة الدراسات العربية التي تناولت موقع تويتر بصفة عامة، وتلك التي اهتمت بتغريدات النخب السياسية علي نفس الموقع بصفة خاصة، وما تثيره من تغريدات حول القضايا والأحداث التي تطرأ علي الساحة.
3. الدراسات العربية المرتبطة بتعليقات الجمهور ركزت فقط علي التعليقات كجزء صغير من فصولها، ولم تتناول كمبحث أساسي أو دراسة قائمة بذاتها.
4. معظم الدراسات التي تم استعراضها استخدمت أداة تحليل المضمون كأداة تحليلية لها.

#### مشكلة الدراسة:

تتحدد مشكلة الدراسة في التعرف علي أهم القضايا التي تناولتها تغريدات عينة من النخب السياسية المصرية، وما هي اللغة المستخدمة في صياغة محتوى تغريدات النخب السياسية؟، وكذلك معرفة الهدف من هذه التغريدات وطبيعة محتوى تلك التغريدات، والشكل الذي اتخذته في تقديم محتواها. وأيضاً رصد وتحليل وتفسير سمات تعليقات مستخدمي تويتر علي القضايا المختلفة التي اشتملت عليها

عينة عمدية قوامها 407 مفردة من الشباب المصري في الفئة العمرية من 18 إلى 40 عام من مستخدمي مواقع الفيسبوك واليوتيوب، ودراسة تحليلية لعدد من صفحات القوي والحركات السياسية ذات التأثير علي الحياة السياسية علي موقع الفيسبوك خلال فترة الدراسة، بالإضافة إلي تحليل المواد الفيلمية علي موقع اليوتيوب لعدد من الأحداث والقضايا السياسية التي شهدتها فترة الدراسة، متخذة نظرية المجال العام إطاراً نظرياً لها.

#### وتمثلت أهم النتائج فيما يلي:

1. جاءت المظاهرات السلمية في مقدمة الأنشطة التي قام بها الشباب المصري عينة الدراسة، بناء علي دعوة جهات ما عبر الفيسبوك. وهو ما يتفق مع حصول المظاهرات علي الترتيب الثاني من بين الملصقات السياسية عينة الدراسة علي موقع اليوتيوب، ووجودها في مقدمة مضمون المواد الفيلمية عينة الدراسة علي موقع اليوتيوب متفقاً أيضاً مع حصول المظاهرات علي الترتيب الثاني من بين الأنشطة التي قام بها الشباب المصري عينة الدراسة علي أرض الواقع. وبالتالي فإن دور مواقع التواصل الاجتماعي عينة الدراسة يظهر بشكل كبير في حشد وتعبئة الشباب المصري عينة الدراسة في الأنشطة غير الرسمية.
2. تمثل مشاهدة المادة الفيلمية أكثر أشكال تفاعل الشباب المصري عينة الدراسة علي موقع اليوتيوب، وهو ما يتفق مع غالبية المواد الفيلمية عينة الدراسة.

#### 3- دراسة مها مصطفى محمود (2015)<sup>(14)</sup>

هدفت الدراسة إلي معرفة دور الفيس بوك في المشاركة السياسية لمستخدمي المجموعات السياسية، ومدى استفادتهم من الموقع، وانغماسهم في الدعاية الانتخابية للمرشحين السياسيين لعام 2014، ودور المجموعات السياسية للموقع في اقناع المستخدم بالتصويت في الانتخابات لصالح مرشح معين وتوفير المعلومات عنه. وتعتمد الدراسة علي عمل استمارة استقصاء علي عينة من مستخدمي المجموعات السياسية علي الفيس بوك. كما اعتمدت الدراسة علي نظرية المجال العام.

#### وتمثلت أهم النتائج فيما يلي:

1. أن تفاعل المستخدم مع الآخر عبر الفيس بوك يؤثر

تغريدات النخب السياسية ما بعد 30 يونيو عام 2013، ومعرفة اتجاهاتهم نحوها، وما هي مسارات البرهنة التي استندت عليها تعليقات مستخدمي تويتر خلال الفترة الزمنية للدراسة من (1/5/2014) إلى (31/12/2015).

#### أهمية الدراسة:

1. حداثة مشكلة الدراسة: حيث أن هناك قلة في دراسة تعليقات مستخدمي موقع التواصل الاجتماعي تويتر نحو تغريدات النخب السياسية ما بعد 30 يونيو، وما تضمنته هذه التغريدات من قضايا وأحداث، واتجاه التعليقات نحوها، والهدف منها، وخصائص أسلوب المعلقين.

2. أهمية السمات التي يمتاز بها موقع تويتر من حيث التفاعلية التي تتيح التعليق علي كل ما يبث من خلال هذا الموقع، وإمكانية رصد هذه التعليقات بالتحليل والتفسير.

3. وتأتي أهمية هذه الدراسة كذلك من منطلق أنية التواصل بين النخب السياسية ومستخدمي تويتر مما يساعد علي سرعة تشكيل ورصد مواقفهم. وهو الأمر الذي يتيح لأصحاب التغريدات من النخب السياسية إعادة النظر في تغريدات تم بثها عبر الموقع في وقت سابق.

#### أهداف الدراسة:

1. الكشف عن أهم القضايا والأحداث المثارة في تغريدات النخب السياسية بعد ثورة الثلاثين من يونيو.

2. التعرف علي حجم تعليقات المستخدمين علي تلك التغريدات والكشف عن اتجاهاتهم نحوها.

3. تحليل سمات تعليقات مستخدمي تويتر نحو تغريدات النخب السياسية حول القضايا موضع الدراسة.

4. رصد وتحليل مسارات البرهنة التي استند إليها المستخدمون في تعليقاتهم علي القضايا التي تضمنتها التغريدات.

#### تساؤلات الدراسة:

1. ما هي القضايا والأحداث المثارة في تغريدات النخب السياسية محل الدراسة؟ وما هي اللغة المستخدمة

في صياغة محتوى تغريدات النخب السياسية؟

2. وما هي طبيعة محتوى التغريدات؟ وما الشكل الذي اتخذته التغريدات في تقديم محتواها؟

3. ما هو اتجاه مستخدمي تويتر من القضايا والأحداث التي تناولتها تغريدات النخب السياسية؟

4. ما هي مسارات البرهنة التي استندت إليها هذه التعليقات؟ وإلي أي مدي استطاعت تعليقات المستخدمين بناء مجال عام للنقاش حول القضايا التي طرحتها النخبة محل الدراسة؟

#### فروض الدراسة:

1. توجد علاقة دالة إحصائية بين نوعية القضايا محل التعليقات وبين اتجاه تعليقات مستخدمي تويتر.

2. توجد علاقة دالة إحصائية بين نوعية القضايا محل التعليقات وبين نوعية النقاشات التي تضمنتها التعليقات.

3. توجد علاقة دالة إحصائية بين نوعية القضايا محل التعليقات وبين مسارات البرهنة في تعليقات مستخدمي تويتر (منطقية- وجدانية).

#### الإجراءات المنهجية للدراسة:

##### نوع الدراسة:

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، التي تهتم بجمع معلومات تتسم بالموضوعية والمنهجية والانتظام حول الظاهرة محل الدراسة. كما تعد البحوث الوصفية هي الأقدر علي دراسة ظاهرة بحثية معينة تحقق بروزاً وشيوعاً في المجتمع خلال سنوات قليلة نسبياً<sup>(15)</sup>.

##### منهج الدراسة:

تعتمد هذه الدراسة علي منهج المسح، الذي يعتبر جهداً منظماً للحصول علي بيانات ومعلومات وأوصاف عن الظاهرة الاعلامية في وضعها الحالي، بهدف تكوين قاعدة أساسية من البيانات والمعلومات المطلوبة في مجال التخصص،<sup>(16)</sup> حيث يمكن في إطاره رصد موقف مستخدمي تويتر من تغريدات النخب السياسية ما بعد 30 يونيو، وأهم القضايا والموضوعات التي تناولتها تغريدات

رصدها والتي تشتمل علي قضايا وأحداث، تم استبعاد التغريدات التي تحمل جوانب شخصية لهم، خلال فترة الدراسة من (1/5/2014) حتي (31/12/2015)، وقد بلغ حجم هذه التغريدات 2064 تغريدة، كما تم عمل حصر شامل لجميع التعليقات علي هذه التغريدات حيث بلغ حجمها 11855 تعليق.

#### الإطار الزمني للدراسة:

تم تطبيق الدراسة علي العينة العمدية المحددة سلفاً لرصد أهم القضايا والأحداث التي تناولتها تغريدات النخب السياسية وتعليقات مستخدمي تويتر عليها خلال الفترة من (1/5/2014) حتي (31/12/2015).

#### أداة جمع البيانات:

استعانت الباحثة بأداة تحليل المضمون للتعرف علي أهم القضايا والأحداث المثارة في تغريدات النخب السياسية والهدف منها، واتجاه تعليقات مستخدمي تويتر نحو القضايا محل التعليقات، وخصائص أسلوب التعليقات والهدف منها، وما هي المسارات التي استتدت عليها هذه التعليقات. وقد قامت الباحثة بتصميم الاستمارة بحيث تكون وحدة التحليل متمثلة في التغريدات (Tweets).

#### اختبار الصدق والثبات لاستمارة تحليل المضمون:

##### أ- اختبار الصدق:

اعتمدت الباحثة في قياس صدق استمارة تحليل المضمون علي أسلوب الصدق الظاهري Face Validity. وتم التأكد من الصدق الظاهر عن طريق عرض الاستمارة علي مجموعة من الخبراء والمحكمين في مجال البحث والإعلام للحكم، علي مدي ارتباط الاستمارة بأهداف الدراسة. وبعد عرض الاستمارة علي المحكمين والخبراء وإجراء التعديلات التي اقترحها هؤلاء المحكمون\* تم عرض الاستمارة علي المشرفين لتصبح جاهزة للتطبيق.

النخب، ورصد الهدف من هذه التغريدات، واتجاه تعليقات مستخدمي تويتر نحو هذه القضايا محل التعليقات.

#### مجتمع الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة التحليلية في تغريدات (Tweets) النخب السياسية علي موقع التواصل الاجتماعي (تويتر)، وتعليقات مستخدمي تويتر عليها. وذلك لرصد أهم القضايا والأحداث المثارة في تغريدات النخب السياسية، والتعرف علي الهدف منها وكيفية تناولها، وطبيعة تعليقات مستخدمي تويتر عليها، وما هي طبيعة اللغة المستخدمة في تغريدات النخب السياسية وتعليقات مستخدمي تويتر.

#### عينة الدراسة:

قامت الباحثة بإجراء دراسة استطلاعية علي شخصيات النخب السياسية علي موقع التواصل الاجتماعي تويتر لاختيار العينة المناسبة للدراسة، ارتباطاً بأهداف الدراسة وذلك وفقاً للمحددات التالية:

#### محددات اختيار شخصيات النخب السياسية:

- تنوع الأدوار السياسية لهم، حيث تضم عينة الدراسة أعضاء في البرلمان، ورؤساء أحزاب سياسية، وأكاديميين سياسيين، ورجال أعمال، كان لهم نشاط سياسي بارز وتنوعت توجهاتهم السياسية.
- قيامهم ببث تغريدات بصفة مستمرة بشأن الأحداث والقضايا التي تحدث علي الساحة.
- زيادة أعداد المتابعين لهم Followers بصورة مستمرة.

وطبقاً لهذه المعايير تم اختيار عشرة شخصيات من النخب السياسية وهم (نجيب ساويرس- ممدوح حمزة- مصطفى بكري- عمرو موسى- عمرو حمزاوي- معتز عبد الفتاح- حمدين صباحي- محمد البرادعي- عبد الرحيم علي- محمد أبو حامد) لتحليل تغريداتهم التي تم



#### ب- إجراء الثبات:

تم الاعتماد \* \* في إجراء الثبات على معادلة هولستي التالية:

$$\frac{(ت)^2}{2ن+1ن} = \text{الثبات}$$

حيث 2 ت هو عدد الفئات التي اتفق عليها الباحثان معاً، أما الرمز ن 1 + ن 2 فيعني مجمل الفئات التي قام بترميزها الباحثان. وبالنظر إلى أن عدد فئات الاتفاق بين الباحثين 11 فئة، ومجمل الفئات 12 فئة، تكون معادلة الثبات على النحو التالي:

$$\frac{(11)^2}{12 + 12} = \frac{22}{24} = 91.7\%$$

وهي نسبة عالية تدل على وضوح المقياس بين المحللين وصلاحيته للتطبيق.

#### المعالجة الإحصائية للبيانات:

بعد الانتهاء من جمع البيانات اللازمة للدراسة تم إدخالها -بعد ترميزها- إلى الحاسب الآلي. ثم جرت معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية، باستخدام برنامج "الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية" والمعروف باسم SPSS اختصاراً لـ: Statistical Package for the Social Sciences، وذلك باللجوء إلى المعاملات والاختبارات والمعالجات الإحصائية التالية:

#### التكرارات البسيطة والنسب المئوية:

اختبار كا 2 لجدول الإقتران (Contingency-Tables) اختبار (Chi Square Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المستوى الاسمي (Nominal).

معامل التوافق (Contingency Coefficient) الذي يقيس شدة العلاقة بين متغيرين اسميين في جدول أكثر من 2X. وقد اعتبرت العلاقة ضعيفة إذا كانت قيمة المعامل أقل من 0.30، ومتوسطة ما بين 0.30-0.70، وقوية

إذا زادت عن 0.70.

وقد تم قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة 95% فأكثر. أي عند مستوى معنوية 0.05 فأقل.

#### المفاهيم الإجرائية للدراسة:

تويتر: هو موقع التواصل الاجتماعي الذي يساعد مستخدمي تويتر علي بث " تغريدات" لا يتجاوز عدد حروف كلماتها 140 حرفاً. موقف مستخدمي تويتر: تقصد به الباحثة تعليقات مستخدمي موقع التواصل الاجتماعي تويتر علي التغريدات التي يبثها النخب السياسية.

ويري بعض الأكاديميين المتخصصين أن تعليقات المستخدمين تمثل مصدر قوة لا يستهان بها في المشهد السياسي، وهي قوة التعبير عن اتجاهات الرأي العام، وهي وسيلة مميزة لدمج أصوات المواطنين في النقاش العام في المنصات الافتراضية حول مختلف القضايا والموضوعات. كما أن بعض المستخدمين يشاركون في ميزة التعليقات لأنهم يرونها فرصة جيدة للتعبير عن الرأي، والتدريب علي ممارسة حقوقهم الديمقراطية، بينما يتجاوز البعض الآخر هذا المستوى، إلي رؤيتها كمساحات للإبداع وخلق المحتوى، والتأثير علي وجهتي نظر كل من الكاتب والجمهور علي السواء.

#### النخب السياسية:

يستخدم مصطلح النخبة للإشارة إلي "جماعة من الأشخاص يشغلون مراكز النفوذ والسيطرة في مجتمع معين"<sup>(17)</sup>. تقصد الباحثة بهذا التعريف تلك الشخصيات التي برزت علي الساحة السياسية في الفترة محل الدراسة، بالرغم من اختلاف وظائفهم ومهنتهم وتوجهاتهم، واتخاذهم من موقع التواصل الاجتماعي "تويتر" منصة لبث تغريداتهم، وازدياد أعداد متابعيهم بصفة مستمرة.

#### الإطار النظري للدراسة:

تستند الدراسة في إطارها النظري علي نظرية المجال العام:

الذات والتأثير في الآخر إلا أنه يهدف في العمق إلي بناء ما يسميه هابرماس المجال العام كمجال للعلاقات القائمة علي الاختلاف والحوار وسيادة روح الديمقراطية والتسامح<sup>(19)</sup>.

#### النقد الموجه لنظرية المجال العام:

رغم القبول الذي حظيت به نظرية المجال العام التي وضع أساسها هابرماس إلا أنها تلقت بعض الانتقادات. فعلي سبيل المثال رأي الباحث ليوتارد Leotard أن اتجاه المجال العام إلي تحقيق الإجماع يتيح فرصاً للسيطرة علي الرأي، وأن أفكار هابرماس عن الخطاب المثالي تدافع في النهاية عن وجهة نظر محدودة يتفق عليها الأغلبية، ويؤكد "ليوتارد" أن الوصول إلي الإجماع وفق هابرماس يتم عن طريق أكثر الحجج إقناعاً ومنطقية، وهو ما يتجاهل الحجج الأخرى. وبذلك تفشل نظرية المجال العام التي وضعها هابرماس في أحد مهامها الرئيسية وهي إعطاء الأفراد فرص متساوية للتعبير، فرأي الأقلية الذي يمثل رأي الجماعات المهمشة في المجتمع يتم تجاهله في سبيل الوصول للإجماع<sup>(20)</sup>.

وتتلخص هذه النظرية التي يطرحها هابرماس في أن مفهوم المجال العام Public Sphere من المفاهيم الهامة والمحورية في الفكر السياسي، ويدور حوله في الأونة الأخيرة الكثير من المناقشات والحوارات العلمية، وهو ما يرجع إلي أن هذا المفهوم يحمل العديد من المعاني والمضامين المثالية التي تعبر عن الديمقراطية وما تحمله من معان إنسانية سامية كحرية الرأي والتعبير، والوصول إلي الاتفاق العام حول الأشياء التي يمكن أن تحقق للإنسان حياة إنسانية طيبة، ويعتمد هذا النقاش علي عدد من المبادئ العامة تتمثل في عقلانية التفكير، قبول الآخر، التسامح، الإيمان بالتعددية، وحرية الرأي والتعبير. ويهدف الجميع من هذا النقاش النقدي البناء التوصل إلي الاتفاق الجمعي، أو تكوين الرأي العام الموضوعي الذي يبتعد عن أية مصالح خاصة فيما يتصل بالمسائل العامة التي تشكل جوهر النقاش<sup>(18)</sup>.

#### افتراضات نظرية المجال العام:

تقوم نظرية المجال العام التي يطرحها هابرماس علي افتراض بناء مجتمع حوارى يوجهه مبدأ قبول الآخر المختلف. فالتواصل وإن كان ينطلق من استراتيجية تأكيد

#### أولاً: النتائج العامة للدراسة

##### جدول رقم (1)

يوضح مجالات موضوعات تغريدات النخب السياسية

الإجمالي	نجيب ساويرس	ممدوح حمزة	معتز بالله عبد الفتاح	مصطفى بكري	محمد البرادعي	محمد أبو حامد	عمرو موسى	عمرو حمزاوي	عبد الرحيم على	حمدين صباحي	الشخصية	مجالات موضوعات التغريدات
172	53	101	-	2	-	-	11	-	5	-	ك	اقتصادية
%8.3	%24.8	%57.7	-	%0.5	-	-	%5.1	-	%2.44	-	%	
1892	161	74	119	428	115	190	205	200	200	200	ك	سياسية
%91.7	%75.2	%42.3	%100	%99.5	%100	%100	%94.9	%100	97.56%	%100	%	
2064	214	175	119	430	115	190	216	200	205	200	ك	الإجمالي
%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%	

مجمّل تغريدات النخب السياسية بنسبة %8.3. ويلاحظ أيضاً من خلال الجدول السابق أن تغريدات ممدوح حمزة اشتملت علي أعلى نسبة للقضايا الاقتصادية حيث نالت نسبة %57.7 من مجمل تغريداته التي تم تحليلها بواقع 175 تغريدة. ويلاحظ من خلال التحليل الوصفي لتغريدات النخب محل الدراسة، أنهم جميعاً وبصرف النظر عن خلفيتهم أو وظائفهم سواء كانت رسمية أو أكاديمية أو كانوا ينتمون إلي طبقة رجال الأعمال، فقد كان الشأن السياسي في مصر علي وجه الخصوص أو ما يحدث من تغيرات سياسية في بعض الأقطار العربية هي محل الإهتمام الأكبر في تغريداتهم.

يوضح الجدول السابق نسبة القضايا التي كانت محل اهتمام النخب السياسية خلال فترة الدراسة، حيث احتلت القضايا السياسية النسبة الأكبر في تغريدات النخب حيث نالت %91.7 من إجمالي عدد التغريدات التي تم تحليلها وعددها (2064) تغريدة. وقد لاحظت الباحثة أن نسبة القضايا السياسية كانت أقل عند ممدوح حمزة مقارنة بباقي النخب السياسية حيث بلغت نسبة القضايا السياسية في تغريداته %42.3 بتكرار 74 تغريدة له من إجمالي عدد تغريداته التي بثها خلال فترة الدراسة وعددها (175) تغريدة. ونجد أن القضايا الاقتصادية احتلت المرتبة الثانية في

## جدول (2)

يوضح القضايا التي اشتملت عليها تغريدات النخب السياسية

الإجمالي ن=2064	نجيب ساويرس ن=214	ممدوح حمزة ن=175	معتز بالله عبد الفتاح ن=119	مصطفى بكري ن=430	محمد البرادعي ن=115	محمد أبو حامد ن=190	عمرو موسي ن=216	عمرو حمزاوي ن=200	عبد الرحيم علي ن=205	حمدين صباحي ن=200	الشخصية القضايا
1215	86	59	90	255	115	20	160	200	105	125	ك %
%58.9	%40.2	%33.71	%75.6	%59.3	%100	%10.5	%74.1	%100	%51.22	%62.5	الإرهاب
267	45	-	17	75	-	45	30	-	55	-	ك %
%12.9	%21	-	%14.3	%17.4	-	%23.7	%13.9	-	%26.83	-	الانتخابات الرئاسية
320	30	-	12	98	-	125	15	-	40	-	ك %
%15.5	%14	-	%10.1	%22.8	-	%65.8	%6.9	-	%19.51	-	الانتخابات البرلمانية
172	53	101	-	2	-	-	11	-	5	-	ك %
%8.3	%24.8	%57.7	-	%0.5	-	-	%5.1	-	%2.44	-	قضايا الاصلاح الاقتصادي
90	-	15	-	-	-	-	-	-	-	75	ك %
%4.4	-	%8.6	-	-	-	-	-	-	-	%37.5	قانون التظاهر
2064	214	175	119	430	115	190	216	200	205	200	ك %
%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	الإجمالي

يوضح الجدول السابق مجمل القضايا التي اشتملت عليها تغريدات النخب السياسية محل الدراسة، فنجد أن قضية الإرهاب قد نالت المرتبة الأولى بالنسبة للقضايا التي تم تناولها بشكل أكبر في تغريدات النخب، وذلك بنسبة 58.9% من إجمالي تغريدات النخب السياسية بواقع (2064) تغريدة. كما كشفت نتائج التحليل التي قامت بها الباحثة في هذا الصدد، أن قضية الانتخابات البرلمانية جاءت في المرتبة الثانية بنسبة 15.5% من إجمالي عدد (2064) تغريدة للنخب السياسية تم رصدها خلال فترة الدراسة. أما قضية الانتخابات الرئاسية عام 2014، فقد جاءت في المرتبة الثالثة بنسبة 12.9% من إجمالي عدد التغريدات التي تم تحليلها. واحتلت المرتبة الرابعة بنسبة 8.3% من مجمل عدد التغريدات التي تم تحليلها، قضية الإصلاح الاقتصادي، وتشجيع الإستثمارات الأجنبية والمحلية، لإقامة المشروعات التنموية لسد العجز في الموازنة، وخفض مستوى البطالة. أما قضية قانون التظاهر، فقد احتلت المرتبة الخامسة من اهتمام النخب السياسية في تغريداتها، بنسبة 4.4%.

ويلاحظ من خلال بيانات الجدول السابق، أن 50.1% هي نسبة "النقاشات التي تعكس المجال العام" في التعليقات التي تتناول توجهات متنوعة ومختلفة دون غلبة اتجاه معين ودون استقطاب مما أحدث حالة من التفاعل بين المعلقين ببعضهم البعض. وقد لاحظت الباحثة أن أكثر القضايا التي أثارت ردود أفعال متضاربة تعكس توجهات مختلفة ومتنوعة نحو القضية المطروحة في التغريدات، هي قضية "قانون التظاهر"، وهو القانون الذي أثار حالة جدلية في التعليقات علي موقع التواصل الإجتماعي تويتر ما بين مؤيد ومعارض. فقد بلغت نسبة "النقاشات التي تعكس المجال العام" 67.9% من مجمل التعليقات التي جاءت علي هذه القضية بواقع (690) تعليق. أما نسبة "غرفة رجع الصدي" في التعليقات- أي النقاشات التي تدور حول الفكرة نفسها أو الاتجاه نفسه دون أن يكون هناك تفاعل بين المعلقين ببعضهم البعض- فقد بلغت 49.9% من إجمالي عدد تعليقات (11855) حول جميع القضايا محل الدراسة.

ويتضح من ذلك أن فكرة "المجال العام" كما عرفها هابرماس Jurgen Habermas وباحثون آخرون، تحققت في تعليقات مستخدمي تويتر نحو القضايا محل الدراسة. فقد كانت هناك آراء وأفكار مختلفة ومتنوعة نحو هذه القضايا دون غلبة اتجاه معين. فطبقاً لمفهوم "المجال العام" عند هابرماس، لا بد أن يكون هناك مجموعة من الأشخاص المجتمعين لمناقشة القضايا المرتبطة بالشأن العام، فلو لم تكن هناك أية مناقشات لما وجد المجال العام. وهذا يدل علي إثبات صحة الفرض بين نوعية القضايا محل التعليقات ونوعية النقاشات التي تضمنتها تعليقات مستخدمي تويتر، حيث تحقق شرط المجال العام عند هابرماس، حيث اتضح من نتائج تحليل الجدول

يوضح الجدول السابق مجمل القضايا التي اشتملت عليها تغريدات النخب السياسية محل الدراسة، فنجد أن قضية الإرهاب قد نالت المرتبة الأولى بالنسبة للقضايا التي تم تناولها بشكل أكبر في تغريدات النخب، وذلك بنسبة 58.9% من إجمالي تغريدات النخب السياسية بواقع (2064) تغريدة. كما كشفت نتائج التحليل التي قامت بها الباحثة في هذا الصدد، أن قضية الانتخابات البرلمانية جاءت في المرتبة الثانية بنسبة 15.5% من إجمالي عدد (2064) تغريدة للنخب السياسية تم رصدها خلال فترة الدراسة. أما قضية الانتخابات الرئاسية عام 2014، فقد جاءت في المرتبة الثالثة بنسبة 12.9% من إجمالي عدد التغريدات التي تم تحليلها. واحتلت المرتبة الرابعة بنسبة 8.3% من مجمل عدد التغريدات التي تم تحليلها، قضية الإصلاح الاقتصادي، وتشجيع الإستثمارات الأجنبية والمحلية، لإقامة المشروعات التنموية لسد العجز في الموازنة، وخفض مستوى البطالة. أما قضية قانون التظاهر، فقد احتلت المرتبة الخامسة من اهتمام النخب السياسية في تغريداتها، بنسبة 4.4%.

### ثانياً: نتائج فروض الدراسة

الفرض الأول: توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين القضايا محل التعليقات ونوعية النقاشات التي تضمنتها تعليقات مستخدمي تويتر عليها، وللتحقق من صحة فرض الدراسة تم استخدام اختبار كا<sup>2</sup>.

### جدول (3)

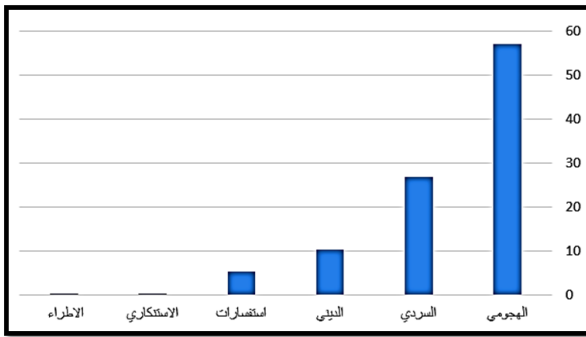
يوضح العلاقة بين نوعية القضايا محل التعليقات ونوعية النقاشات التي تضمنتها تعليقات مستخدمي تويتر

نوعية النقاشات	القضايا					
	ك	ك	ك	ك	ك	ك
غرفة رجع الصدي	360	1004	3455	222	675	5916
	%49.3	49.3%	%47.5	%32.2	%94.4	%49.9
نقاشات تعكس المجال العام	576	1031	3824	468	40	5939
	%50.7	%50.7	%52.5	%67.9	%5.6	%50.1
الإجمالي	1136	2035	7279	690	715	11855
	100	100	100	100	100	100
24	670.0					
متوى دلالة	0.000					
معامل فرس	0.238					

يتضح من بيانات الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين القضايا محل التعليقات، وخصائص أسلوب مستخدمي تويتر عليها، حيث بلغت قيمة كاسي 2 6257.67 عند مستوى دلالة اقل من 0.01. ويمكن وصف العلاقة بالمتوسطة حيث بلغت قيمة معامل التوافق 0.350.

#### شكل رقم (1)

يوضح خصائص تعليقات مستخدمي تويتر علي القضايا



ويلاحظ من خلال الشكل السابق أن التعليقات ذات الطابع الهجومي احتلت النسبة الأعلى من بين مجمل خصائص تعليقات مستخدمي تويتر، حيث بلغت %57.1. تلاها في المرتبة الثانية التعليقات ذات الطابع السردي حيث بلغت نسبته %26.9. أما المرتبة الثالثة قد احتلتها التعليقات ذات الطابع الديني بنسبة %10.2، أما المرتبة الرابعة فقد كانت من نصيب التعليقات ذات الطابع الاستفساري بنسبة %5.3، تليها التعليقات ذات الطابع الاستنكاري بنسبة %0.3، أما المرتبة الأخيرة فقد احتلتها التعليقات ذات طابع المدح بنسبة %0.01.

ونجد من خلال ذلك، إنه قد تم إثبات صحة الفرض بين القضايا محل التعليقات وخصائص أسلوب مستخدمي تويتر عليها. إلا أنه ثبت ملاحظة أن الأسلوب الذي اتسم بالطابع الهجومي جاء بأعلي نسبة بين الخصائص الأخرى التي رصدتها الباحثة. وهذا يتعارض مع ما افترضه هابرماس حول فكرة احترام الرأي الآخر المخالف، واحتواء الجميع في المناقشات، دون تجريح أصحاب الآراء المعارضة.

السابق أن نسبة نوعية النقاشات كانت أعلى من نسبة رجح الصدي، وهذا يدل علي وجود تفاعل ومناقشات بين الأفراد، فيما يتبادلونه من وجهات نظر مختلفة.

الفرض الثاني: توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين القضايا محل التعليقات وخصائص أسلوب مستخدمي تويتر عليها، وللتحقق من صحة فرض الدراسة تم استخدام اختبار كاسي<sup>2</sup>.

#### جدول (4)

يوضح العلاقة بين القضايا محل التعليقات وخصائص أسلوب مستخدمي تويتر عليها

الخصائص الأسلوبية للقضايا	الانتخابات الرئاسية	الانتخابات البرلمانية	الإرهاق	قانون التظاهر الاقتصادي	الإصلاح	الإجمالي
تعليق ذو صبغة دينية	265	190	380	0	379	1214
%	%23.3	%9.3	%5.2	0.0	%53	10.2%
تعليق يطرح استفسارات	248	161	139	70	15	633
%	%21.8	%7.9	%2	10.1%	%2.1	%5.3
تعليق يحمل الطابع السردي	343	1485	1364	0	0	3192
%	%30.2	%73	%19	0.0	0.0	26.9%
تعليق يحمل طابع الهجومي	280	199	5355	620	321	6775
%	%24.7	%9.8	%74	89.9%	%44.9	57.1%
تعليق يحمل طابع الاستنكار	0	0	40	0	0	40
%	0.0	0.0	%0.5	0.0	0.0	%0.3
تعليق يحمل ثناء أو إطراء أو مدح	0	0	1	0	0	1
%	0.0	0.0	0.01%	0.0	0.0	0.01%
المجموع	1136	2035	7279	690	715	11855
%	%100	%100	100%	100%	%100	%100
كاسي	6257.67					2
مستوى الدلالة	0.000					
معامل التوافق	0.350					

### مراجع الدراسة

- 6- نهي عاطف العبد، اعتماد الشباب الجامعي المصري علي شبكات التواصل الاجتماعي في انتقاء معلومات حول ثورة الثلاثين من يونيو، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، العدد الـ 51، أبريل-يونيه 2015، ص ص 55- 148.
- 7- Kristof Jacobs, Niels Spierings, Saturation or Maturation? The Diffusion of Twitter and its Impact on Preference Voting in the Dutch General Elections of 2010 and 2012, **Journal of Information Technology and Politics**, 2015, p.p 1:55. Available at: <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/19331681.2015.1131652>
- 8- محمد مصطفى رفعت، اتجاهات الرأي العام الإلكتروني لمستخدمي الشبكات الاجتماعية نحو أحداث التحول الديمقراطي بمصر- دراسة تطبيقية لما بعد 30 يونيو 2013، رسالة دكتوراة غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، شعبة صحافة)، 2017.
- 9- بسمة سيد عبد الله، المجال العام لتعليقات القراء بالمواقع والبوابات الإلكترونية حول أداء جهاز الشرطة وعلاقته بصورة الجهاز لدى الجمهور المصري (دراسة تحليلية - ميدانية)، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، شعبة الصحافة)، 2016.
- 10- صفاء عبد الفتاح، الأطر الخيرية لتقديم حقوق المواطنة وخطاب تعليقات القراء عليها في مواقع الصحف اليومية (الأهرام- الوفد- المصري اليوم) عامي 2010-2011، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الصحافة)، 2016.
- 11- Santana, Arthur D, Controlling the conversation the availability of commenting the conversation the availability of , "commenting forums in online newspapers **Journalism Studies**, Volume: 17, Issue 2, 2016.
- 1- Vincent, Cindy, New Media in the Public Sphere: Public Sphere Formation in Spaces of Conflict, **Paper Presented at The annual meeting of the NCA 96th Annual Convention**, San Francisco, Nov 13, 2010, Available at: . p8 <http://citation.allacademic.com/one/www/research/index.php>
- 2- Knobloch, Katherina, "Public Spheres, Alienation, and Democracy: The Influence of Non deliberative Public Sphere Structures on Democratic Governance", **Paper Presented at The annual meeting of the international communication association**, Boston, May 25, 2011, p12. Available at: [http://citation.allacademic.com/meta/p\\_mla\\_apa\\_research\\_citation/4/9/0/9/4/p490949\\_index.htm](http://citation.allacademic.com/meta/p_mla_apa_research_citation/4/9/0/9/4/p490949_index.htm)
- 3- سماح عبد الرازق الشهاوي، خصائص خطاب تعليقات القراء أثناء الأزمات السياسية- دراسة حالة علي تعليقات القراء بشأن أزمة الإعلان الدستوري الصادر في نوفمبر 2012، **المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال**، جامعة الأهرام الكندية، 2013، ص 217.
- 4- Park, Chang Sup, "Leading Tweets? **Paper Online Leadership on Twitter**". presented by annual meeting of the **International Communication Association 65th Annual Conference**, Caribe Hilton, San Juan, Puerto Rico, 2016.
- 5 - ايمان عبد المنعم محمد عزيب، استخدامات طلاب الجامعات في مصر والسعودية لموقع تويتر والإشباع المتحققة منه- دراسة ميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الصحافة)، 2016.

- والمجال العام: دراسة تطبيقية علي قضايا الحريات، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2009م، ص24.
- 20- عبد الله محمد أبو راس، ، عبدالله محمد أبو راس، "معالجة مواقع الإنترنت الإخبارية العربية لعملية الإصلاح السياسي في المملكة العربية السعودية"، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2007)، ص 131-130.
- \*تم ترتيب أسماء السادة المحكمين وفقاً للحروف الأبجدية والدرجة العلمية أيضاً:
- 1- أ.د/ سعيد الغريب- أستاذ الصحافة بكلية الإعلام جامعة القاهرة.
- 2- أ.د/ محمد منصور- أستاذ الصحافة بكلية الإعلام جامعة القاهرة.
- 3- أ.م.د/ أمل السيد- أستاذ الصحافة المساعد بكلية الإعلام جامعة القاهرة.
- 4- أ.م.د/ رباب عبد الرحمن- أستاذ الإذاعة والتلفزيون المساعد بكلية الآداب جامعة حلوان.
- 5- أ.م.د/ هاني محمد علي- أستاذ الصحافة المساعد بكلية الإعلام جامعة القاهرة.
- 6- أ.م.د/ فاطمة الزهراء محمد- أستاذ الصحافة المساعد بكلية الإعلام جامعة القاهرة.
- 7- أ.م.د/ محرز غالي- أستاذ الصحافة المساعد بكلية الإعلام جامعة القاهرة.
- 8- أ.م.د/ نرمين الأزرق- أستاذ الصحافة المساعد بكلية الإعلام جامعة القاهرة.
- 9- د/ شيماء العزب- مدرس الصحافة بكلية الآداب جامعة حلوان.
- 10- د. يسرا أسامة- مدرس الصحافة بكلية الآداب جامعة حلوان.
- \*\* - قامت الباحثة بإجراء الثبات مع الزميلة:  
أ. مني جابر، الباحثة بالماجستير، (كلية الآداب- قسم الإعلام / جامعة حلوان).
- 2016, pages 141-158. Available at: <https://www.researchgate.net/publication/>
- 12- ايمان السيد جمعه رمضان، دور المواقع الاجتماعية في تنمية الوعي السياسي والاتجاهات نحو الأحداث الجارية لدى الشباب المصريين المغتربين بالدول العربية، رسالة دكتوراة غير منشورة، ( جامعة المنصورة، كلية التربية النوعية، قسم الاعلام التربوي )، 2016.
- 13- ولاء يحيي مصطفى، دور وسائل الاتصال الالكتروني الحديثة في المشاركة السياسية لدى الشباب المصري- دراسة تطبيقية علي ثورة 25 يناير، رسالة دكتوراة غير منشورة، (جامعة حلوان، قسم الاعلام، شعبة العلاقات العامة والاعلان)، 2016.
- 14- مها مصطفى محمود مصطفى، دور التعرض للفيسبوك في المشاركة السياسية لمستخدمي المجموعات السياسية "دراسة تطبيقية علي انتخابات الرئاسة في مصر"، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة، كلية الاعلام)، 2015.
- 15- حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط1، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 1998)، ص395-396.
- 16- محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الاعلامية، ط1، (القاهرة، دار عالم الكتب)، 2000، ص194.
- 17- محمد عاطف غيث، قاموس علم الاجتماع، (القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1979)، ص 154
- 18- خالد كاظم أبودح، المجال العام الافتراضي وإعادة إنتاج السلفية، مجلة الديمقراطية، العدد 38، أبريل 2010، متاح علي:  
<http://digital.ahram.org.eg/articles>
- 19- عبير ابراهيم عزي، وسائل الإعلام التقليدية والجديدة

