

اتجاهات النخبة المصرية نحو توظيف غرف الدردشة الصوتية في تناول قضايا حقوق الإنسان تطبيق "كلوب هاوس نموذجاً"

د. محمد رضا حبيب*

مقدمة

انطلقت فكرة مواقع التواصل الاجتماعي من الاعتماد على ميزة أساسية تُميز كل تطبيق أو منصة عن غيرها، ففي الوقت الذي اعتمد فيه موقع التدوينات القصيرة تويتر على الكلمات، وموقع إنستجرام على الصور، فإن تطبيق "كلوب هاوس - Clubhouse" اعتمد على الصوت ليُمثل نموذجاً لتطبيقات الدردشة الصوتية الجماعية. وتعود بداية ظهور التطبيق إلى أبريل 2020، حيث أطلقته شركة "Alpha Exploration Co" للمستهلكين في الولايات المتحدة، واحتضنه كبار رجال الأعمال والمشاهير مثل ايلون ماسك والإعلامية الأمريكية أوبرا وينفري، وسرعان ما توسعت قاعدة مستخدميه منذ ذلك الحين، لتشمل الشباب والسياسيين والموسيقيين مثل مغني الراب الأمريكي ميك ميل وآخرين^(١).

وشهد العالم نمواً متزايداً في استخدام تطبيق كلوب هاوس Clubhouse قفز تقييم التطبيق إلى 4 مليارات دولار بعد إطلاقه في عام 2020، فقد لجأ الأشخاص أثناء الإغلاق في جميع أنحاء العالم إلى الخدمة للاستماع والدردشة مع الآخرين عبر الإنترنت. وواصلت الشركة إطلاق ميزات جديدة، مثل إتاحة التطبيق على الاندرويد، كما اختبر أيضاً الألعاب داخل التطبيق. وشارك الرئيس التنفيذي بول دافيسون آخر إحصائيات الاستخدام المشتركة في نوفمبر 2021. وقال إن عدد الغرف التي تم إنشاؤها كل يوم قد زاد من 300 ألف في صيف 2021 إلى حوالي 700000 في الخريف من نفس العام وهناك أكثر من 10 ملايين مستخدم نشط أسبوعياً، وأن الأشخاص يقضون أكثر من ساعة يومياً على التطبيق^(٢).

ورغم أن عام 2021 يعد مرحلة بارزة لنجاح التطبيق إلا أن عام 2022 شهدت المنصة بين 1 يناير و31 مايو 2022 حوالي 3.8 ملايين عملية تثبيت على مستوى العالم مقارنة بـ 19 مليون عملية تثبيت خلال نفس الفترة من العام الماضي 2021^(٣). وتشهد غرف الدردشة الصوتية باللغة العربية على منصة كلوب هاوس العديد من النقاشات حول مختلف المواضيع المثيرة للجدل، بدءاً من القضايا السياسية وحقوق الإنسان، مروراً بالمعتقدات الدينية، وصولاً إلى الميول الجنسية. ونظراً إلى أن التطبيق يركز على الأحاديث الشفهية، فهو يكتسي طابعاً أكثر حميميةً من سائر تطبيقات التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك وتويتر وإنستجرام^(٤).

* مدرس الصحافة والنشر الإلكتروني بالمعهد الكندي العالي لتكنولوجيا الإعلام الحديث CIC

وفي السياق نفسه ساهم تطبيق كلوب هاوس في إضفاء طابع ديمقراطي أكبر على النقاشات، إذ يضع الشخصيات الشهيرة المؤثرة على قدم المساواة مع مستخدمين لديهم عدد قليل من المتابعين، مما عزّز من جاذبية التطبيق في العالم العربي، الأمر الذي أثار مخاوف الكثيرين بما قد يفرزه الواقع من تأثيرات كبرى على آليات ممارسة حرية التعبير، والعلاقات بين الدولة والمجتمع عمومًا، وفي ظل غياب أي تنظيم أو قيود أخلاقية على التطبيق، ومن ثم فإن حدة هذه المناقشات للقضايا السياسية وخاصة التي تتعلق بالحرية وحقوق الإنسان، قد تتطور مستقبلًا وتكون نواة لحركات سياسية تعود إلى الشارع من جديد، وتشكل تهديدًا للدول والحكومات وتلحق الضرر بالمجتمع^(٥).

الخطورة هنا هو ما حذرت منه الدراسة الصادرة عن المركز الأوروبي لدراسات مكافحة الإرهاب والاستخبارات (نوفمبر، 2021) من تنامي خطر استغلال جماعة الإخوان الإرهابية لتطبيقات التواصل الحديثة، وفي مقدمتها تطبيق "كلوب هاوس"، لشن موجة جديدة من التحريض على الفوضى والممارسات الإرهابية في عدد من الدول العربية. وأوردت الدراسة أن جماعة الإخوان الإرهابية تستغل التطبيق الجديد "Clubhouse" للتأثير على الرأي العام لصالحها والتحريض المستمر ضد مؤسسات الدولة المصرية وإثارة الفتنة والفوضى في الشارع بهدف إفشال أو إسقاط الدولة^(٦). وفي هذا الإطار، بذلت الدولة المصرية الكثير من الجهود التي تهدف إلى مجابهة حروب الجيل الرابع على الأصدقاء كافة أبرزها التحذير من استغلال الجماعات والتنظيمات الإرهابية المتطرفة لمواقع التواصل الاجتماعي في ممارسة التضليل الإعلامي، مستخدمة كافة الأساليب وأبرزها نشر الشائعات والعمليات النفسية لتزييف الوعي، وتحريك الشارع وتوجيه الرأي العام نحو قضايا حقوق الإنسان لخلق حالة من السخط، وفقدان الثقة^(٧).

وفي ضوء ما سبق، فضلاً عن ندرة الدراسات التي تناولت هذه المنصة، تسعى الدراسة الراهنة إلى التعرف على اتجاهات النخبة المصرية نحو توظيف غرف الدردشة الصوتية في تناول قضايا حقوق الإنسان المصرية لهذا التطبيق باعتباره أحدث المنصات الرقمية وأكثرها سهولة في الاستخدام وضمن أبرزها في التأثير لاعتماده على التواصل الصوتي بين المستخدمين .

مشكلة الدراسة:

تقوم وسائل الإعلام بدور رئيسي في الاهتمام بنشر ثقافة حقوق الإنسان، وبناء الوعي وتشكيل الرأي العام، حيث أنها الأقدر على الإقناع بحكم مخاطبة الجماهير^(٨).

وفي إطار ما أوضحتته نتائج الدراسات السابقة، من أن قضايا حقوق الإنسان تحظى باهتمام منصات التواصل الاجتماعي، سواء من جانب النخب أو الجمهور العام، ونظراً لأهمية وقوة النخب المختلفة داخل مجتمعاتها، فضلاً عن ندرة الدراسات الإعلامية التي تناولت منصة كلوب هاوس، تأتي هذه الدراسة التي تتحدد مشكلتها البحثية الرئيسية في التعرف على اتجاهات النخبة المصرية نحو توظيف غرف الدردشة الصوتية في تناول قضايا حقوق الإنسان تطبيق "كلوب هاوس نموذجاً"

أهمية الدراسة:

تتبع أهمية الدراسة من ندرة الدراسات التي أجريت علي تطبيق كلوب هاوس عامة وبشأن توظيف الاندية وغرف الدردشة بالتطبيق في تناول قضايا حقوق الإنسان. وعلى الرغم من إيجابيات مواقع التواصل الاجتماعي في معالجة قضايا حقوق الإنسان، وكونها أداة رئيسية من أدوات التوعية بالمفاهيم الأساسية لحقوق الإنسان، ونشر ثقافتها والدفاع عنها بجانب رصد وفضح الانتهاكات المستمرة لمنظومة حقوق الإنسان التي نصت عليها المواثيق والاتفاقيات الدولية، إلا أن منصات التواصل الاجتماعي تعد في الوقت ذاته بيئة خصبة لتداول المعلومات والأخبار والشائعات التي تعد أحد أخطر أسلحة حروب الجيل الرابع والخامس، والتي تستهدف المجتمعات ولاسيما في أوقات الحروب والأزمات بهدف زعزعة الأمن والاستقرار^(٩). لذا تأتي أهمية هذه الدراسة التي تستهدف التعرف على اتجاهات النخبة المصرية نحو توظيف غرف الدردشة الصوتية في تناول قضايا حقوق الإنسان .

أهداف الدراسة:

1. التعرف علي دوافع استخدام النخبة المصرية لمنصة Clubhouse.
2. التعرف على نوع الاندية وغرف الدردشة المفضلة لدى النخبة المصرية عبر منصة Clubhouse
3. معرفة مدى اعتماد واستفادة النخبة المصرية من مناقشة المعلومات المتعلقة بحقوق الإنسان عبر منصة Clubhouse.
4. التعرف على تأثيرات مناقشة النخبة المصرية لقضايا حقوق الإنسان عبر منصة Clubhouse.
5. تحديد مدى ثقة النخبة المصرية في منصة Clubhouse كمصدر للمعلومات عن قضايا حقوق الإنسان، بالإضافة إلى درجة مساهمة المنصة في مناقشة حالة حقوق الإنسان في مصر.
6. الكشف عن دور غرف تطبيق Clubhouse في نشر الأكاذيب والشائعات بشأن وضع حقوق الإنسان في مصر ورصد أشكال تفاعل النخبة معها.
7. التعرف علي رأي النخبة في استغلال الجماعة الارهابية وأنصارها لمنصة Clubhouse في الهجوم علي الدولة تحت مزاعم انتهاكات حقوق الانسان ، فضلا عن مناقشة القضايا الشائكة والترويج للإلحاد والمثلية الجنسية من زاوية حقوق الانسان.
8. التعرف علي مستقبل تطبيق Clubhouse في ضوء إعلان بعض منصات التواصل الاجتماعي إطلاق خدمة الدردشة الصوتية في تطبيقاتها.

تساؤلات الدراسة:

1. ما كثافة ودوافع استخدام النخبة المصرية لمنصة Clubhouse .؟
2. ما نوع الاندية وغرف الدردشة التي تفضلها النخبة المصرية للمشاركة على منصة Clubhouse ؟
3. ما درجة اهتمام النخبة بمناقشة قضايا حقوق الإنسان عبر منصة Clubhouse وأهم القضايا التي يحرصون على متابعتها.؟

4. ما درجة اعتماد النخبة المصرية واستفادتها من مناقشة المعلومات المتعلقة بحقوق الإنسان على تطبيق Club-house.
5. ما تأثيرات مناقشة قضايا حقوق الإنسان عبر منصة Clubhouse ؟
6. ما درجة ثقة النخبة المصرية في التطبيق كمصدر للمعلومات عن قضايا حقوق الإنسان، ومدى مساهمة التطبيق في مناقشة حالة حقوق الإنسان في مصر من وجهة نظر النخبة المصرية؟.
7. ما دور الاندية وغرف تطبيق Clubhouse في نشر الأكاذيب والشائعات بشأن وضع حقوق الإنسان في مصر، وأشكال تفاعل النخبة المصرية معها؟.
8. ما مدى استغلال البعض لمنصة Clubhouse في مناقشة القضايا الشائكة والترويج للإلحاد والمثلية الجنسية من زاوية حقوق الانسان؟
9. ما التأثيرات المستقبلية التي يمكن أن تحدثها إطلاق خدمة الدردشة الصوتية في بعض منصات التواصل الاجتماعي على مستقبل تطبيق كلوب هاوس؟.

ثالثاً: فرضيات الدراسة

1. الفرض الأول: توجد علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين كثافة استخدام النخبة المصرية عينة الدراسة لتطبيق كلوب هاوس ودوافع استخدامهم لها.
2. الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين كثافة استخدام النخبة المصرية عينة الدراسة لتطبيق كلوب هاوس وبين اتجاهاتهم نحو توظيف التطبيق في تناول قضايا حقوق الإنسان.
3. الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين كثافة استخدام النخبة المصرية عينة الدراسة لتطبيق كلوب هاوس وبين تأثيرات تناول قضايا حقوق الإنسان.
4. الفرض الرابع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة في كثافة استخدام النخبة المصرية لتطبيق كلوب هاوس حسب المتغيرات (النوع، العمر، المستوى التعليمي، المستوى الاقتصادي والاجتماعي، مجال العمل).

رابعاً: الدراسات السابقة

قام الباحث بمراجعة التراث العلمي، وفي ضوء ندرة الدراسات التي تناولت منصة كلوب هاوس، قام الباحث بتناول الدراسات التي تناولت متغيري الدراسة مواقع التواصل الاجتماعي وحقوق الإنسان ورتبها زمنياً من الأحدث للأقدم على النحو التالي:

• دراسة (مشعل، 2022)^(١٠) انتهت إلى أن مجال الحقوق والحريات لم يكن بمنأى عن التأثير بتقنيات الذكاء الاصطناعي، وأن مواقع التواصل الاجتماعي تعد بيئة خصبة لانتشار خطاب الكراهية ودعوات التمييز العنصري ونشر الشائعات والمعلومات المضللة مما تتميز به من تكلفة بسيطة للاستخدام وسرعة رهيبية وانتشار واسع، وأشارت إلى وجود الكثير من جوانب القصور في تقنيات الذكاء الاصطناعي المستخدمة من قبل مواقع التواصل الاجتماعي والتي قد تؤثر سلباً

علي حرية التعبير المكفولة للأفراد.

• أما دراسة (العتيبي، 2021) ^(١١) التي تناولت منصة التواصل كلوب هاوس Clubhouse من خلال التعرف على دوافع استخدام استخدام الجمهور السعودي للمنصة والاشباع المتحققة، فضلاً عن حضوره الاجتماعي على المنصة. وأوضحت نتائجها ان غالبية عينة الدراسة يستخدمون التطبيق بشكل يومي، ولفترة أكثر من ساعة يومياً، وظهرت كذلك أن الأندية السياسية أكثر الأندية استقطاباً للأعضاء تلتها الأندية الاجتماعية. أما بالنسبة للدوافع بينت النتائج تصدر الدوافع النفعية أولاً ثم التوجيهية لاستخدام المبحوثين عينة الدراسة للتطبيق.

• أما دراسة (Ugwuoke & Erubami, 2021) ^(١٢)، فقد أشارت نتائجها إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي قد ساعدت في الجهود الرامية إلى للحد من حالات انتهاك حقوق الإنسان في نيجيريا، وأشارت إلى وجود علاقة ارتباط دالة احصائياً بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في مناصرة حقوق الإنسان وفقاً للنوع، والتعليم، والإدراك، وكثافة التعرض لوسائل التواصل الاجتماعي. وأظهرت النتائج أهمية الاستفادة من إمكانات وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز الحقوق الأساسية للأفراد.

• وأظهرت دراسة (بني خالد، 2021) ^(١٣) ارتفاع أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على تعزيز قيم حقوق الإنسان لدى طلاب الجامعة في عدة مجالات جاءت بالترتيب على النحو التالي: ("حق الخصوصية والسرية"، "حق الحصول على المعلومات"، و"حق التعبير عن الرأي").

• وتوصلت دراسة (McPherson, 2018) ^(١٤)، إلى أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يتيح لممارسي حقوق الإنسان عدداً من المزايا التوعوية، تسهل من الوصول إلى أهدافها مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية التي تخضع لتغطيات حقوق الإنسان فيها للقيود والرقابة وقواعد الأجندة الاعلامية. كما أكدت الدراسة الى أن منصات التواصل الاجتماعي تعزز من فرص حصول الجمهور على المعلومات والحقائق، حيث توفر للصحفيين العاملين في مجال حقوق الإنسان مصادر إضافية للأخبار والمعلومات.

• وأكدت دراسة (جمال، 2017) ^(١٥) على أن مواقع التواصل الاجتماعي من أهم وسائل الإعلام التي يعتمد عليها الجمهور للحصول على المعلومات حول قضايا حقوق الإنسان، وأن الجمهور يعتمد عليها بصفة دائمة في متابعة المعلومات المتعلقة بحقوق الإنسان، وأن أكثر الموضوعات التي يفضل متابعتها هي البطالة، ثم حقوق المواطن، ثم قضايا المرأة، ثم قضايا التطرف والإرهاب، ثم حرية تداول المعلومات. وكشفت كذلك على تفاعل غالبية العينة وقيامهم بمناقشة المعلومات المتعلقة بحقوق الإنسان مع الآخرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وكذلك تعددت أوجه استفادتهم من متابعتها.

• وأشارت دراسة (رمضان، 2017) ^(١٦) إلى أن قضايا النوع الاجتماعي في المجتمع الافتراضي جاء ترتيبها على النحو التالي: (حرية المرأة، قضايا المجتمع الذكوري حقوق المرأة، العنف ضد المرأة، تمكين المرأة، التمييز ضد المرأة). وأوضحت النتائج سيطرة الخطاب الذي يتبنى مواقف دفاعية من قضايا النوع الاجتماعي على صفحات المجتمع الافتراضي موضع التحليل.

• وكشفت دراسة (البخيتي، 2016) ^(١٧) عن ظهور تفاعل من الجمهور اليمني على صفحات التواصل الاجتماعي بشأن

انتهاكات حقوق الإنسان. وأشارت كذلك إلى اعتماد منظمات المجتمع المدني في تحقيق أعلى نسبة مشاركة وتعليق وإعجاب على مدى تفاعل الجمهور المتتبع لتلك الانتهاكات الحقوقية.

•وأكدت دراسة (آدم، 2016)^(١٨) على أن الفيسبوك أصبح أحد الوسائل الأساسية الحديثة للشباب لاستقاء المعلومات والمفاهيم، وان مواقع التواصل الاجتماعي لم تعد تؤدي دور نقل المعلومات وإرسالها فقط وإنما أصبح ظاهرة عالمية واسعة لها العديد من الانعكاسات الثقافية والاجتماعية مما أتاح إفراس فضاءات جديدة للتعبير الحقوقي وتوجيه ديناميكية الحراك السياسي، وجاءت الصور من أهم الوسائل التي تستخدم في عرض انتهاكات حقوق الإنسان على مواقع التواصل الاجتماعي.

•دراسة (الشريف، 2015)^(١٩) أكدت على أن شبكات التواصل الاجتماعي في دعم حقوق الإنسان الرقمية، وكذلك في تعزيز موقعها كوسيلة فعالة لمراقبة الأداء وكشف التجاوزات، وتوفير المعلومات عن الممارسات الخاطئة وتكريس مبدأ الشفافية. كما أكدت النتائج على دور الفيس بوك في تغطية الحقوق السياسية للإنسان، وزيادة الثقة والحرص في متابعة الأحداث السياسية الجارية والمشاركة فيها.

تعقيب على الدراسات السابقة وحدود الإفادة منها:

-تنوعت الموضوعات التي تناولتها الدراسات السابقة بشأن العلاقة بين مواقع التواصل الاجتماعي وحقوق الإنسان واتفقت نتائج الدراسات على وجود علاقة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وبين المعارف والاتجاهات بشأن قضايا حقوق الإنسان بشكل عام.

-تنوع الدراسات السابقة أفاد الباحث في تحديد وصياغة مشكلة الدراسة ومتغيراتها، ووضع صحيفة الاستقصاء لهذه الدراسة، إلى جانب وضع الإطار النظري المناسب للدراسة. وصياغة الفروض والتساؤلات، والاسترشاد بالإجراءات المنهجية المناسبة لموضوع الدراسة. إضافة إلى ربط نتائج هذه الدراسة بالنتائج التي توصل إليها الباحثون الآخرون.

الإطار النظري للدراسة :

نظرية المجال العام:

يعرف المجال العام بأنه عبارة عن مساحة للحياة الاجتماعية تضم عددا من الأفراد الذي يشتركون في خصائص وانتماءات مشتركة ويتيح المجال العام لجميع الأفراد فرصة القدرة على المشاركة والوصول إليه طالما توفر لديهم الشعور العام بأنهم جزء من هذا المجال العام^(٢٠). وتقوم نظرية المجال العام في بنيتها الجديدة على محاولة فهم حدود الدور التي تقوم به وسائل الإعلام في إتاحة النقاش العام وتسهيل بلورة توافقات تعبر عن الرأي العام النشط وبحث تكون إطاراً نظرياً متكاملًا يمكنه توضيح حقيقة الدور التي تقوم به وسائل الإعلام الجديدة ممثلة في المدونات والمنتديات ومجموعات النقاش في إدارة وتوجيه النقاش السياسي والاجتماعي في المجتمع من أجل تعزيز المشاركة العامة وترشيد مدخلات صناعة القرار، وصولاً إلى دعم كفاءة الفعل الديمقراطي في المجتمعات عبر بلورة رأي عام يحظى باتفاق جماهيري وتمنح الشرعية للعمليات السياسية المختلفة^(٢١). وقد أشار Habermas إلى أن نجاح المجال

العام يعتمد على^(٢٣):

1. مدى الوصول أو الاتاحة the extent of access : بمعنى أن جميع الأفراد القادرين على الخطابة لهم حقوق متكافئة في المشاركة في الجدل وفي إبداء الأسباب لموقفهم الذي أعلنوه وأن تكون الإتاحة عالمية كلما أمكن.
2. درجة التحكم التلقائي the degree of control المواطنون يجب أن يكونوا أحراراً يتخلصون من السيطرة والهيمنة، والإجبار وبعدين عن الإكراه.
3. رفض الهيراركية (السلطة) the rejection of hierarchy : فكل الأفراد يشاركون على قدم المساواة دون أن يكون للتفاوتات الاجتماعي أثر في ذلك.
4. حكم القانون the rule of law: أن يكون دور القانون واضح وفعال وأن يكون هناك سياق اجتماعي ملائم وبصفة خاصة سلطة الدولة.
5. المشاركة المتساوية the equal participation: أي المشاركة المتساوية في التعبير عن الرأي لجميع الافراد
6. الفهم والثقة والوضوح في المضمون الإعلامي.

وتستفيد الدراسة الحالية من نظرية المجال العام في التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي وتطبيقات الإعلام الجديدة (كلوب هاوس نموذجاً) كمجال للحوار للتعرف على اتجاهات النخبة المصرية نحو توظيف غرف الدردشة الصوتية في تناول قضايا حقوق الإنسان، كما يمكن الاستفادة من النظرية في تفسير النتائج، وذلك نظراً للدور الذي يمكن أن تؤديه وسائل الإعلام الحديثة وبخاصة مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين مجال عام بين مجموعات الأصدقاء على شبكات التواصل الاجتماعي تمكنهم من إبداء آرائهم بحرية في الموضوعات السياسية، والاقتصادية والاجتماعية وغيرها.

خامساً: الإطار المنهجي للدراسة

نوع الدراسة: تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تستهدف وصف الظواهر الاجتماعية، ودراسة خصائص مجموعة معينة أو موقف معين^(٢٣). وذلك من أجل تفسير اتجاهات النخبة المصرية نحو توظيف غرف الدردشة الصوتية في تناول قضايا حقوق الإنسان.

منهج الدراسة: اعتمدت الدراسة على منهج المسح الاجتماعي الذي يعد من المناهج الرئيسية في البحوث الإعلامية، فيعد منهج المسح جهداً علمياً منظماً للحصول على بيانات ومعلومات وتوصيف للظاهرة الإعلامية، ويوفر هذا المنهج تحديد علمي لأثر المتغير المستقل (اتجاهات النخبة المصرية نحو توظيف غرف الدردشة الصوتية بتطبيق كلوب هاوس) على المتغير التابع (تناول قضايا حقوق الإنسان) وتفسيره وتحليله.

مجالات الدراسة وحدودها:

1. الحدود الزمانية: تم تطبيق البحث الميداني خلال الفترة ما بين 25/9 وحتى 20/11/2022م.
 2. الحدود المكانية: تم تطبيق صحيفة الاستقصاء على النخبة المصرية من مستخدمي تطبيق كلوب هاوس.
 3. الحدود الموضوعية: تمثل في فحصاتجاهات النخبة المصرية نحو توظيف غرف الدردشة الصوتية في تناول قضايا حقوق الإنسان.
- مجتمع الدراسة: تمثل مجتمع الدراسة في النخبة المصرية من مستخدمي تطبيق كلوب هاوس من مديري الاندية او غرف الدردشة او المشاركين في النقاشات .
- عينة الدراسة: أجريت الدراسة على عينة عشوائية بسيطة بلغت (200) مفردة من النخبة المصرية من مستخدمي تطبيق كلوب هاوس وفيما يلي خصائص عينة الدراسة:
- ١- خصائص عينة الدراسة الميدانية:

جدول رقم (١)

خصائص عينة الدراسة (ن=200)

المتغيرات	الفئات	ك	%
النوع	ذكور	116	58
	إناث	84	42
العمر	من 25 إلى أقل من 35 سنة	66	33
	من 35 إلى أقل من 45 سنة	58	29
	من 45 إلى أقل من 55 سنة	50	25
	من 55 إلى أقل من 65 سنة	20	10
	من 65 سنة فأكثر	6	3
المستوى التعليمي	بكالوريوس/اليسانس	86	43
	ماجستير-دبلوم	84	42
	دكتوراه	30	15
المستوى الاقتصادي	مرتفع	64	32
	متوسط	86	43
	منخفض	50	25
مجال العمل	إعلامي	54	27
	أكاديمي	42	21
	سياسي	36	18
	تكنولوجيا وامن معلومات	22	11
	حقوق	28	14
	اقتصادي	18	9

100	200	المجموع
-----	-----	---------

أداة جمع البيانات: تم استخدام الاستبيان كوسيلة لجمع البيانات، وباعتبارها أداة من أدوات الحصول على البيانات والمعلومات والحقائق المرتبطة بواقع معين، وتكون على شكل أسئلة توجه إلى عدد من الأفراد (عينة البحث) للإجابة عنها، وقام الباحث بعد الاطلاع على الدراسات السابقة وتحديد مشكلة الدراسة وأهميتها بتصميم استمارة استبيان لتحقيق أهداف الدراسة وقياس فروضها وهي مكونة من 16 سؤالاً تم تحكيمها[*]. وبعد إجراء التعديلات وفقاً للمحكمين تم تصميم استمارة استبيان إلكترونية (Online Questionnaire) وتوزيعها من قبل الباحث عبر التواصل مع المبحوثين من النخبة المصرية بشتي الوسائل المباشرة وغير المباشرة وقام الباحث عن طريق الإنترنت (الإيميل أو فيس بوك ماسنجر- او الواتس اب) بإرسال رابط الاستمارة على الرابط (<https://drive.google.com>). لجمع بيانات الدراسة الميدانية.

المعالجة الإحصائية للبيانات

استخدم الباحث الحاسب الآلي في إدخال بيانات البحث، ثم معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام البرنامج الإحصائي "SPSS" المستخدم على نطاق واسع في البحوث والدراسات الاجتماعية والإنسانية، وتم استخدام التالي:

1. التكرارات والنسب المئوية. والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.
2. معامل ارتباط بيرسون (Person Correlation Coefficient).
3. اختبار Ttest لدلالة الفروق بين متغيرات الدراسة في حالة المتغيرات الثنائية.
4. تحليل التباين الأحادي (One- Way ANOVA).

سادساً: تحديد المصطلحات

تطبيق كلوب هاوس: Clubehouse تطبيق شبكات اجتماعية للردشة الصوتية -تأسس في أبريل 2020 -يسهل الاتصال السمعي من خلال الغرف التي يمكن أن تستوعب مجموعات تصل إلى 5000 شخص. يستضيف التطبيق الصوتي فقط غرفاً افتراضية للمناقشات الحية، مع إعطاء الفرص للأفراد للمشاركة من خلال التحدث والاستماع ولا يمكن الوصول إليه إلا عن طريق الدعوة^(٢٤). ويحتوي التطبيق على مجموعة واسعة من النوادي والغرف الافتراضية مع محادثات حول مواضيع مختلفة مثل البرامج الحوارية والموسيقى والتواصل والتعارف والعروض والمناقشات السياسية^(٢٥).

النخبة: يعد مفهوم النخبة Elite من أبرز المفاهيم التي ظهرت حديثاً في إطار علم الاجتماع السياسي، ويحمل مُصطلح النُخبة دلالة على التفوق، وفي التحليل الاجتماعي المعاصر يُستخدم كأقْلِيَّة قوِيَّة تؤثر على النتائج العامة كما السياسة في المجتمع بطريقة منهجية ومهمّة^(٢٦). كما تعرف النخبة بأنها فئة من الفئات المتميزة في المجتمع من

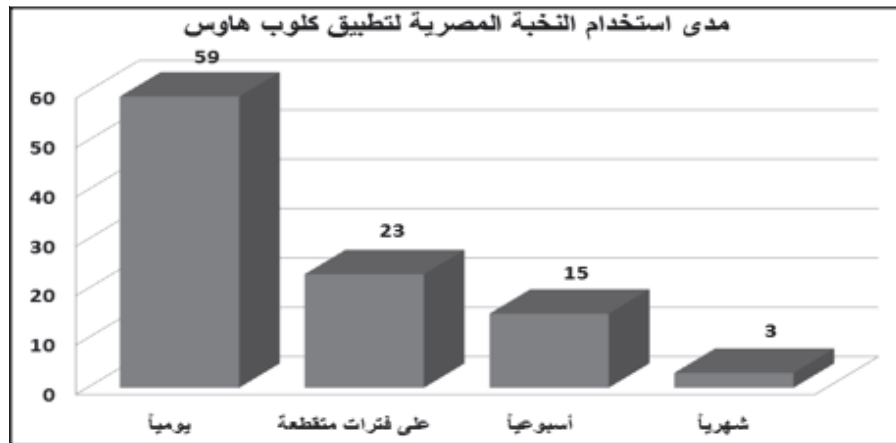
الناحية الفكرية أو التعليمية أو الاقتصادية أو السياسية مما يؤهلها للقيام بدور قيادي أو بأدوار المسؤولية في المجتمع، وهي أكثر فئات المجتمع تأثيراً في الحياة العامة وقدرة على اتخاذ القرار»^(٣٧).

ويقصد بالنخب المصرية في الدراسة الحالية، أفراد النخبة في المجتمع المصري سواء أكانت (نخبة سياسية): أعضاء مجلس النواب، ونشطاء سياسيون بارزون في الأحزاب السياسية المختلفة بالمجتمع المصري، أو (نخبة أكاديمية): أساتذة الجامعات والمعاهد التعليمية، وكليات التدريب التطبيقية، والمراكز البحثية المتخصصة، وأكاديميات الفنون... إلخ. وكذلك (نخبة إعلامية): الكتاب والصحفيون ومقدمي ومخرجي البرامج والنشرات بالقنوات التليفزيونية المصرية العامة والخاصة.

حقوق الإنسان: عرفت الأمم المتحدة حقوق الإنسان بأنها: «حقوق عالميّة متأصلة في جميع البشر، مهما كانت جنسيتهم، أو نوعهم الاجتماعي، أو أصلهم الوطني أو العرقي أو لونهم، أو دينهم، أو لغتهم، أو أي وضع آخر»^(٣٨). وتشمل حقوق الإنسان عدة فئات، أولاً: الحقوق المدنية والسياسية وتشمل الحق في الحياة والحرية والأمن وعدم التعرض للتعذيب والتحرر من العبودية والمشاركة في الحياة السياسية وحرية الرأي والتعبير ثانياً: الحقوق الاقتصادية والاجتماعية وتشمل العمل والتعليم والصحة والمأكل والزواج. ثالثاً: الحقوق البيئية والتنمية وتشمل حق العيش في بيئة نظيفة خالية من التلوث ومصونة من التدمير وتنمية المجتمع ثقافياً وسياسياً وإقتصادياً وتسمى هذه الحقوق بالجيل الثالث من الحقوق^(٣٩). ونعرفها إجرائياً بأنها: «هي مجموعات الإحتياجات والمطالب التي يلزم توافرها الي عموم الأشخاص في أي مجتمع كان ولا يجوز حرمانه من حقوقه الأصلية كالحق في الحياة، والحقوق السياسية والمدنية والإقتصادية والإجتماعية».

نتائج الدراسة الميدانية

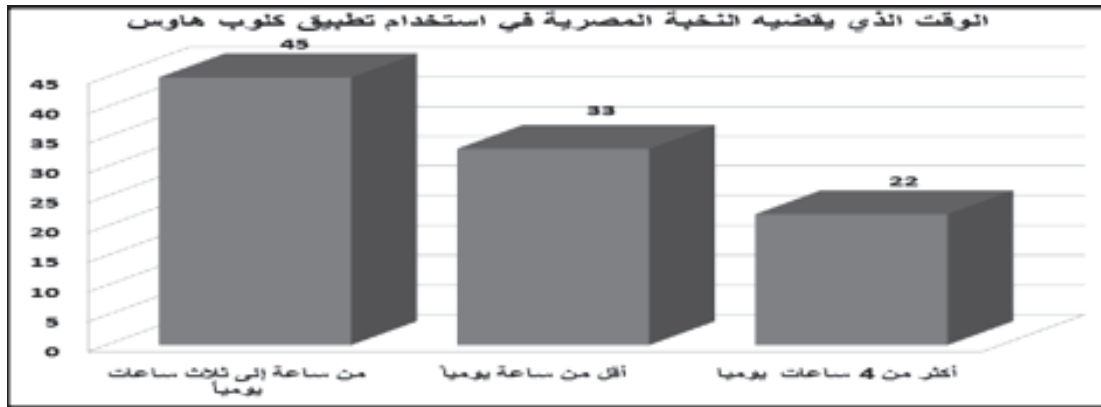
شكل رقم (1)



-تشير نتائج شكل رقم (1) في صدارة استخدام عينة الدراسة لمنصة كلوب هاوس (يوميًا) بنسبة (59%)، يليها في المرتبة الثانية استخدام هذه المنصة (على فترات متقطعة) بنسبة (23%)، ثم في المرتبة الثالثة الاستخدام (أسبوعيًا) بنسبة (15%)، وأخيراً جاء الاستخدام للمنصة (شهريًا) بنسبة (3%).

-وتشير النتائج إلى أن المنصة تحظى بإقبال عينة الدراسة واستخدامها في التواصل ومناقشة القضايا ولعل طبيعتها التواصلية التي تتيح للمستخدمين الحصول على المكان والزمان الافتراضيين للحديث معاً، كبديل عن الفضاءات الطبيعية التي اعتادت النخبة المصرية على الالتقاء والتواصل من خلالها. ويؤكد كذلك أهمية دراسة دور منصة كلوب هاوس باعتبارها أحد مصادر المعلومات لدي النخبة بشأن القضايا والموضوعات المثارة على المنصة. اتفقت النتائج مع دراسة (العتيبي، 2021) ^(٣٠) التي أوضحت نتائجها أن غالبية العينة يستخدمون كلوب هاوس بشكل يومي.

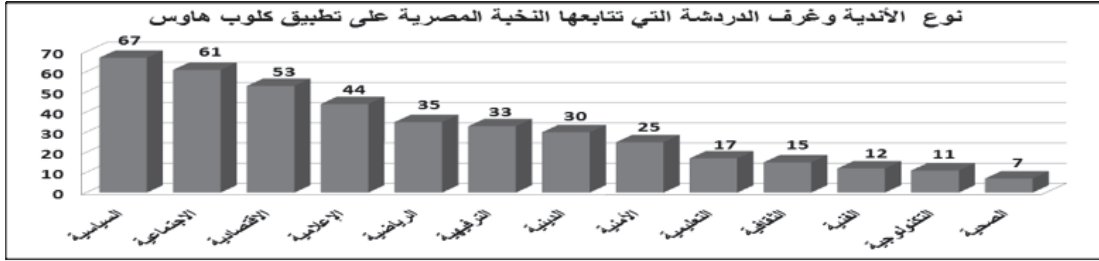
شكل رقم (2)



-وفقاً لشكل رقم (2) تأتي في صدارة الوقت الذي تقضيه عينة الدراسة على منصة كلوب هاوس (من ساعة إلى ثلاث ساعات يومياً) في المرتبة الأولى بنسبة (45%)، يليها استخدام هذه المواقع (أقل من ساعة يومياً) بنسبة (33%)، وأخيراً (أكثر من أربع ساعات يومياً) بنسبة (22%). ويعكس ذلك كثافة التعرض للمنصة من جانب النخبة المصرية إذ أن غالبية المبحوثين يقضون من ساعة إلى ثلاث ساعات يومياً في الحديث والنقاش على المنصة، وهو وقت تعرض طويل يقضيه المبحوثين -عينة الدراسة- في التواصل الافتراضي على منصة كلوب هاوس.

-اتفقت النتائج مع دراسة (العتيبي، 2021) ^(٣١) التي أوضحت أن غالبية العينة يستخدمون كلوب هاوس بشكل يومي أكثر من ساعة مع تأكيد (25%) من العينة على استخدام التطبيق أكثر من 6 ساعات.

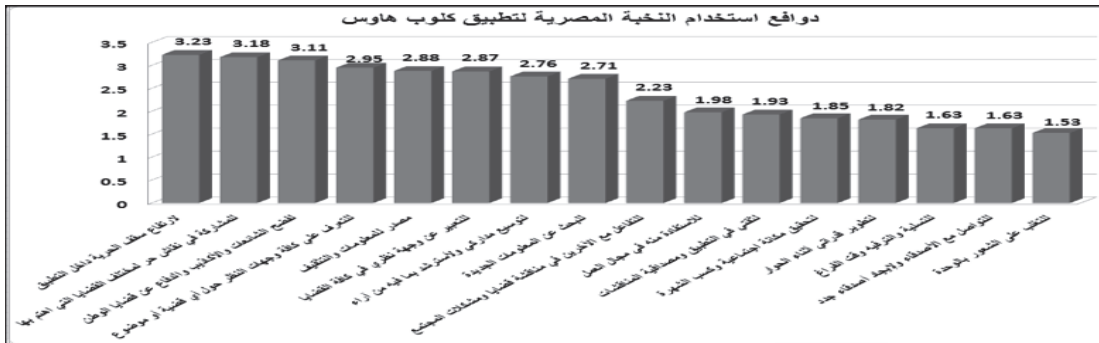
شكل رقم (3)



تشير نتائج شكل رقم (3) إلى أن الغرف والنوادي (السياسية) جاءت في صدارة اهتمامات - عينة الدراسة - بمنصة كلوب هاوس بنسبة بلغت 67%، يليه في المركز الثاني (الاجتماعية) بنسبة (61%)، ثم (الاقتصادية) بنسبة (53%)، تلتها (الإعلامية) بنسبة (44%)، ثم (الرياضية) بنسبة (35%)، تلتها (الترفيهية) بنسبة (33%)، ثم (الدينية) بنسبة (30%)، تلتها (الأمنية) بنسبة (25%)، ثم (التعليمية) بنسبة (17%)، تبعثها (الثقافية) بنسبة (15%)، ثم (الفنية) بنسبة (12%)، تلتها (التكنولوجية) بنسبة (11%)، وأخيراً جاءت الغرف والنوادي (الصحية) بنسبة (7%).

-وتكشف النتائج عن استحواذ النقاشات السياسية على اهتمام النخبة المصرية - عينة الدراسة - الأمر الذي يعكس انشغالهم الكبير بمناقشة قضايا الشأن السياسي وتطورات الأحداث والتحويلات التي تشهدها مصر والعالم العربي، تلتها القضايا والموضوعات الاجتماعية والاقتصادية بما يؤكد أن منصة كلوب هاوس باتت تشكل فضاءً تواصلياً بديلاً لمناقشة كافة القضايا والموضوعات التي تشغل الرأي العام؛ لما توفره من حرية التعبير عن الرأي والرأي الآخر، إلى جانب إمكانية التخفي والظهور باسم مستعار، كما تعطي مؤشراً على جودة الحوار والنقاش وتبادل الآراء والأفكار ومناقشتها بعناية في المجال العام الافتراضي. واتفقت النتائج مع دراسة (العتيبي، 2021) ^(٣٢) حيث أشارت إلى أن الأندية السياسية جاءت أكثر الأندية استقطاباً للأعضاء، تلتها الأندية الاجتماعية.

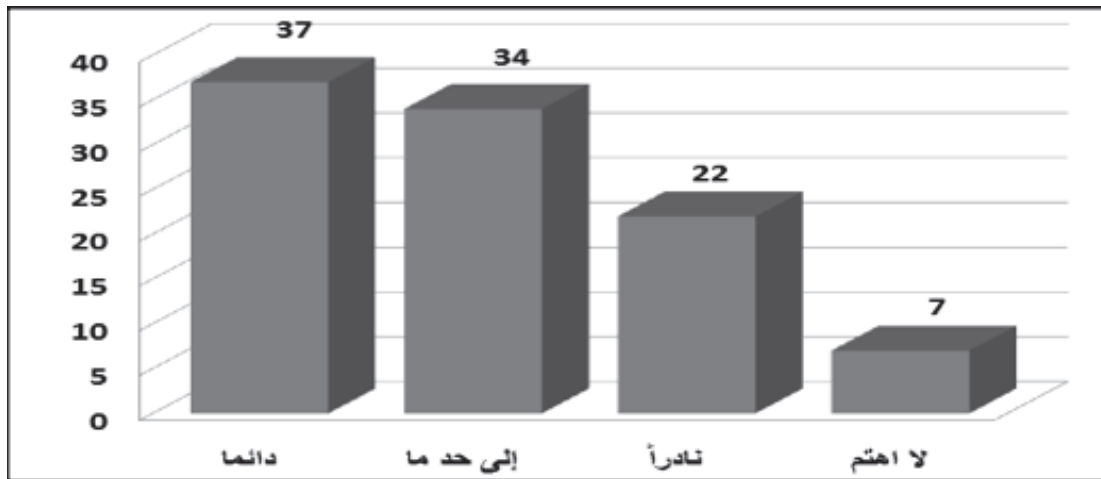
شكل رقم (4)



-وفقاً لشكل رقم (4) تشير النتائج الخاصة بدوافع استخدام النخبة المصرية -عينة الدراسة- لتطبيق كلوب هاوس، ووفقاً للمتوسطات الحسابية لعبارات المقياس الثلاثي، فقد تصدرت الدوافع النفعية لاستخدام التطبيق، حيث جاءت في صدارة دوافع الاستخدام "لارتفاع سقف الحرية داخل التطبيق" بمتوسط حسابي بلغ (3.23)، تلتها "للمشاركة في نقاش حر لمختلف القضايا التي اهتم بها" بمتوسط حسابي بلغ (3.18)، ثم "لفضح الشائعات والأكاذيب والدفاع عن قضايا الوطن" بمتوسط حسابي بلغ (3.11)، تلتها "للتعرف علي كافة وجهات النظر حول أي قضية أو موضوع" بمتوسط حسابي بلغ (2.95)، ثم "مصدر للمعلومات والتثقيف" بمتوسط حسابي بلغ (2.88)، تلتها "للتعبير عن وجهة نظري في كافة القضايا" بمتوسط حسابي بلغ (2.87)، ثم "لتوسيع مداركي ولأسترشد بما فيه من آراء" بمتوسط حسابي بلغ (2.76)، تلتها "للبحث عن المعلومات الجديدة" بمتوسط حسابي بلغ (2.71)..بينما تراجعت الدوافع الطقوسية لدى النخبة المصرية من استخدامها لتطبيق كلوب هاوس حيث جاء دافع كلا من "للتسلية والترفيه وقت الفراغ"، و"للتواصل مع الأصدقاء ولإيجاد أصدقاء جدد" بمتوسط حسابي بلغ (1.63) لكل منهما، وأخيراً جاء دافع "للتغلب على الشعور بالوحدة" بمتوسط حسابي بلغ (1.53).

-تشير هذه الدوافع عن المزايا التي يوفرها تطبيق كلوب هاوس عن غيره بارتفاع سقف الحريات كونه تطبيق يعتمد على المحادثات الفورية، مما يصعب معه المراقبة بأي حال من الأحوال.
-تتفق النتائج مع دراسة (العتيبي، 2021)^(٣٣) أشارت نتائجها إلى تصدر الدوافع النفعية أولاً ثم التوجيهية لاستخدام المبحوثين عينة الدراسة لتطبيق كلوب هاوس.

شكل رقم (5)



-تشير نتائج شكل رقم (5) حول درجة اهتمام النخبة المصرية -عينة الدراسة- بمناقشة قضايا حقوق الإنسان عبر تطبيق كلوب هاوس "دائماً" في المرتبة الأولى بنسبة (37%)، تلتها في المرتبة الثانية "إلى حد ما" بنسبة (34%)، ثم في

المرتبة الثالثة "نادراً" بنسبة (22%)، وأخيراً جاءت "لا اهتم" بنسبة (7%). ويمكن تفسير النتيجة إلى أن عينة الدراسة من مستخدمي تطبيق كلوب هاوس ومن المهتمين بمتابعة قضايا حقوق الإنسان على منصة كلوب هاوس في ضوء ما تتيحه منصات التواصل الاجتماعي بشكل عام ومنصة كلوب هاوس بشكل خاص من حرية التعبير عن كافة الاتجاهات والأفكار داخل المجتمع، وفي ظل الحوارات والنقاشات التي تكون ركيزتها الندية بين الفرد والنخبة والجماهير، حيث لم تعد النخبة تمارس دورها المعتاد في صياغة الرأي العام وتشكيله وتعبئته بعد التطور في عملية تدفق المعلومات وإنتاجها، وأصبح للفرد دور في إنتاج المعلومات وصياغة الرسالة الإعلامية، وهو ما كشف عن بيئة إعلامية جاذبة يستخدمها العديد من النشطاء بعد أن اتسع عدد المشاركين وحجم القضايا والاهتمامات بعد أحداث ما أطلق عليه "الربيع العربي" التي شهدتها المنطقة العربية منذ 2011. تتفق النتائج مع دراسة (جمال، 2017) ^(٢٤) والتي أشارت نتائجها إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي من أهم وسائل الإعلام التي يعتمد عليها عينة الجمهور المصري للحصول على المعلومات حول قضايا حقوق الإنسان حيث جاء يهتم بصفة "دائمة" المرتبة الأولى في متابعة المعلومات المتعلقة بحقوق الإنسان على مواقع التواصل الاجتماعي، تلتها "أحياناً"، ثم "نادراً" وأخيراً جاءت "لا يهتمون" بمتابعة المعلومات المتعلقة بحقوق الإنسان من عينة الجمهور المصري.

جدول رقم (2)

أهم قضايا حقوق الإنسان التي استحوذت على انتباه النخبة المصرية في غرف تطبيق كلوب هاوس

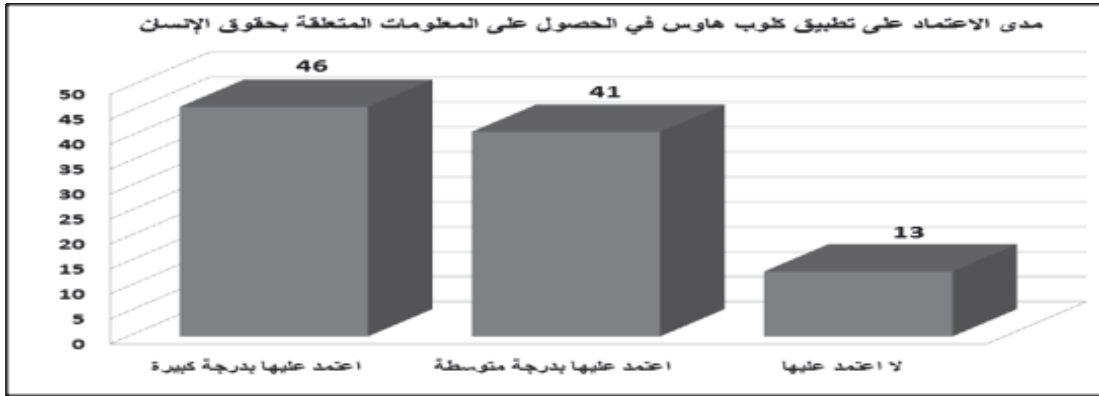
ك	%	قضايا حقوق الإنسان في غرف كلوب هاوس	
158	79	حرية الرأي والتعبير	الحقوق المدنية
122	61	التظاهر والاعتصام والاضراب	
114	57	الحق في الحياة	
68	34	حرية التنقل	
118	59	التجمع السلمي	الحقوق السياسية
110	55	الرقابة والمساءلة	
90	45	الحق في الترشح والانتخاب	
84	42	تقلد الوظائف العامة	
46	23	الحق في تشكيل الجمعيات	الحقوق الاقتصادية والاجتماعية
138	69	الحق في العمل	
94	47	الحق في السكن	
82	41	الحق في الرعاية الصحية	
68	34	الحق في التعليم	الحقوق البيئية والثقافية والتنمية
54	27	الحق في العيش في بيئة نظيفة	
44	22	الحق في التنمية الثقافية والسياسية والاقتصادية	

-وفقاً لنتائج جدول رقم (2) بشأن أهم قضايا حقوق الإنسان التي استحوذت على انتباه عينة الدراسة في غرف تطبيق كلوب هاوس، تصدرت "الحقوق المدنية" قائمة قضايا حقوق الإنسان التي تم مناقشتها على المنصة وجاء الترتيب على النحو التالي: "حرية الرأي والتعبير" في المرتبة الأولى بنسبة (79%)، تلتها "التظاهر والاعتصام والاضراب" بنسبة (61%)، ثم "الحق في الحياة" بنسبة (57%)، وأخيراً جاء "حرية التنقل" بنسبة (34%). وجاءت "الحقوق السياسية" في الترتيب الثاني من إجمالي قضايا حقوق الإنسان التي استحوذت على اهتمام عينة الدراسة في غرف تطبيق كلوب هاوس وجاء الترتيب على النحو التالي: "التجمع السلمي" بنسبة (59%)، تلتها "الرقابة والمساءلة" بنسبة (55%)، ثم "الحق في الترشح والانتخاب" بنسبة (45%)، تلتها "تقلد الوظائف العامة" بنسبة (42%)، وأخيراً جاء "الحق في تشكيل الجمعيات" بنسبة (23%). وجاءت "الحقوق الاقتصادية والاجتماعية" في الترتيب الثالث من إجمالي قضايا حقوق الإنسان التي استحوذت على اهتمام عينة الدراسة في غرف تطبيق كلوب هاوس وجاء الترتيب على النحو التالي: "الحق في العمل" بنسبة (69%)، تلتها "الحق في السكن" بنسبة (47%)، ثم "الحق في الرعاية الصحية" بنسبة (41%)، وأخيراً "الحق في التعليم" بنسبة (34%). وجاءت "الحقوق البيئية والثقافية والتنموية" في الترتيب الرابع والأخير من إجمالي قضايا حقوق الإنسان التي استحوذت على اهتمام عينة الدراسة في غرف تطبيق كلوب هاوس وجاء الترتيب على النحو التالي: "الحق في العيش في بيئة نظيفة" بنسبة (27%)، تلتها في المرتبة الثانية والأخيرة "الحق في التنمية الثقافية والسياسية والاقتصادية" بنسبة (22%).

-وتشير النتائج في مجملها إلى استحواد قضايا "الحقوق المدنية"، وقضايا "الحقوق السياسية" على اهتمام عينة الدراسة عبر منصة تطبيق كلوب هاوس، وجاءت أبرز تلك القضايا: (حرية الرأي والتعبير، الحق في العمل، التظاهر والاعتصام والاضراب، التجمع السلمي، الحق في الحياة، الرقابة والمساءلة، الحق في السكن) حيث تشغل تلك القضايا الرأي العام المصري، في ضوء توجهات الدولة المصرية نحو دعم الاستقرار ومحاربة الإرهاب، واستكمال مسيرة تنفيذ مشروعات التنمية القومية، في ضوء التحديات الاقتصادية والأمنية التي تواجه الحكومة المصرية.

-تختلف النتائج مع دراسة (جمال، 2017)^(٣٥) أشارت إلى أن أكثر المعلومات المتعلقة بحقوق الإنسان التي يفضل متابعتها المبحوثون على مواقع التواصل الاجتماعي هي: (البطالة، ثم حقوق المواطن، ثم قضايا المرأة، ثم قضايا التطرف والإرهاب، ثم حرية تداول المعلومات). اختلفت كذلك النتائج مع دراسة (رمضان، 2017)^(٣٦) التي أشارت إلى أن قضايا حرية المرأة احتلت الترتيب الأول في اهتمام المجتمع الافتراضي، يليه قضايا المجتمع الذكوري، ثم قضايا حقوق المرأة، تبتعتها قضايا العنف ضد المرأة، ثم قضايا تمكين المرأة، وأخيراً جاء التمييز ضد المرأة.

شكل رقم (6)

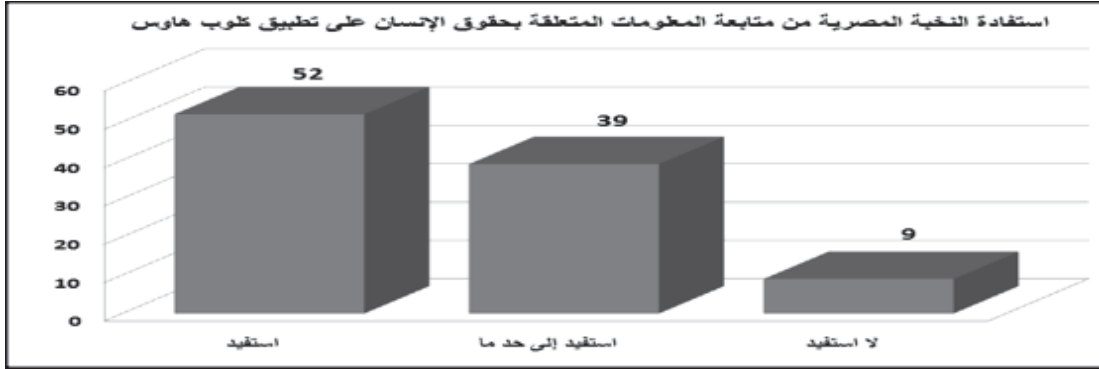


-تشير نتائج شكل رقم (6) الى اعتماد عينة الدراسة على تطبيق كلوب هاوس في الحصول على المعلومات المتعلقة بحقوق الإنسان "بدرجة متوسطة" في المرتبة الأولى بنسبة (46%)، يليها في المرتبة الثانية "بدرجة كبيرة" بنسبة (41%)، وأخيراً "لا اعتمد عليها" بنسبة (13%).

-تتفق النتائج مع نتائج الشكل رقم (4) الخاص بدوافع استخدام النخبة المصرية لتطبيق كلوب هاوس حيث جاءت الدوافع النفعية في المقدمة واحتل دافع "مصدر للمعلومات والتثقيف" المرتبة الرابعة من إجمالي دوافع استخدام النخبة للتطبيق، وتؤكد النتيجة تزايد الاعتماد علي شبكات التواصل الاجتماعي بشكل عام في الحصول علي المعلومات حول قضايا حقوق الإنسان، لمزاياها المتعددة التي تمكن من حرية التعبير عن الرأي بعيداً عن الرقابة الحكومية، ومن ثم أصبحت منصات التواصل الاجتماعي ملاذاً آمناً لحرية التعبير ومقياساً لدرجة الحرية السياسية بحكم أنه يعكس نوعاً من التغذية العكسية تجاه القرارات والمواقف الحكومية بشأن قضايا حقوق الإنسان.

-تتفق النتائج مع دراسة (جمال، 2017) ^(٣٧) التي أشارت إلى أن غالبية الجمهور المصري عينة الدراسة يعتمدون على مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات المتعلقة بحقوق الإنسان. تتفق كذلك النتائج مع دراسة (McPher-son، 2018) ^(٣٨)، والتي توصلت إلى أن منصات التواصل الاجتماعي تعزز من فرص حصول الجمهور على المعلومات والحقائق بشأن قضايا حقوق الإنسان. وتتفق أيضاً النتائج مع دراسة (آدم، 2016) ^(٣٩) التي أشارت نتائجها إلى أن الفيسبوك أصبح أحد الوسائل الأساسية الحديثة للشباب لاستقاء المعلومات والمفاهيم الخاصة بحقوق الإنسان.

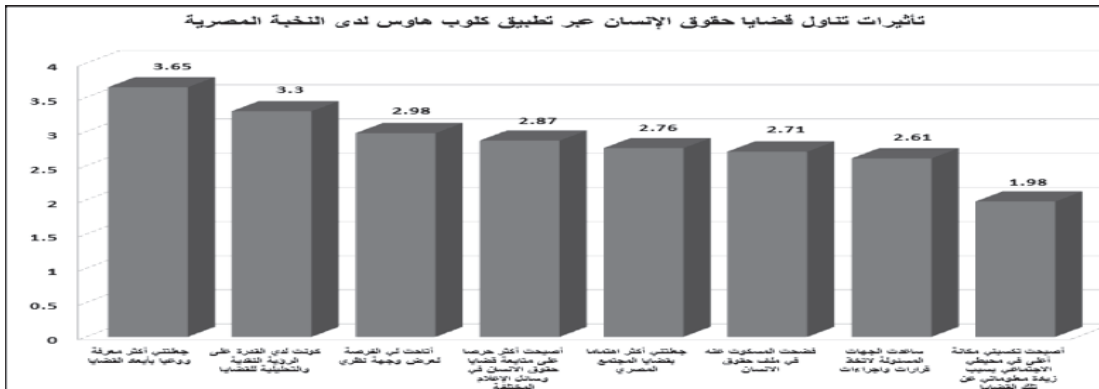
شكل رقم (7)



تشير نتائج شكل رقم (7) حول مدى استفادة عينة الدراسة من متابعة المعلومات المتعلقة بحقوق الإنسان على تطبيق كلوب هاوس، وجاءت الإجابة بـ "استفيد" في المرتبة الأولى بنسبة (52%)، تلتها "استفيد إلى حد ما" في المرتبة الثانية بنسبة (39%)، وأخيراً "لا استفيد" بنسبة (9%). وتؤكد النتائج ما سبق الوصول إليه من ارتفاع درجة اعتماد عينة الدراسة على تطبيق كلوب هاوس في الحصول على المعلومات المتعلقة بحقوق الإنسان، ومن ثم الاستفادة من ذلك في التعرف على أبرز القضايا والموضوعات التي تتعلق بملف حقوق الإنسان وتناقش على منصات التواصل الاجتماعي.

تتفق النتائج مع دراسة (جمال، 2017) ^(٤١) التي أشارت إلى أن غالبية الجمهور المصري عينة الدراسة يستفيدون من متابعة المعلومات المتعلقة بحقوق الإنسان على مواقع التواصل الاجتماعي. تتفق النتائج كذلك مع دراسة (بني خالد، 2021) ^(٤١) حيث بينت النتائج أن ارتفاع درجة تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على تعزيز قيم حقوق الإنسان من وجهة نظر طلبة الجامعة. وتتفق النتائج كذلك مع دراسة (Ugwuoke & Erubami, 2021) ^(٤٢)، التي أظهرت الاستفادة من إمكانات وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز الحقوق الأساسية للأفراد.

شكل رقم (8)

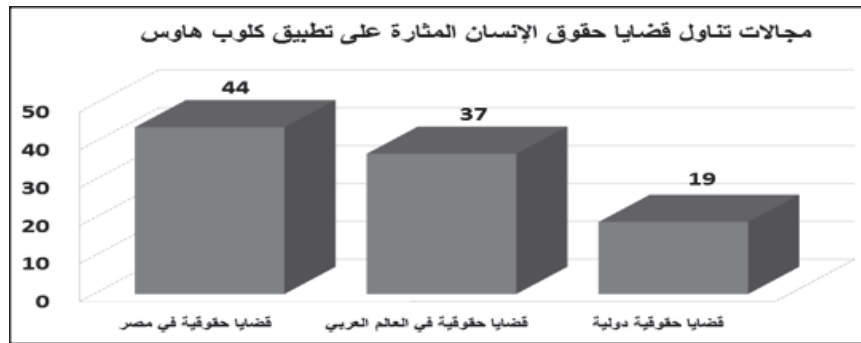


-تشير نتائج شكل رقم (8) بشأن تأثيرات تناول قضايا حقوق الإنسان عبر تطبيق كلوب هاوس لدى النخبة المصرية، ووفقاً للمتوسطات الحسابية لعبارات المقياس الثلاثي للفئات جاءت عبارة "جعلتني أكثر معرفة ووعياً بأبعاد القضايا" في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (3.65)، تلتها "كونت لدي القدرة على الرؤية النقدية والتحليلية للقضايا" بمتوسط حسابي (3.3)، ثم "أتاحت لي الفرصة لعرض وجهة نظري" بمتوسط حسابي (2.98)، تلتها "أصبحت أكثر حرصاً على متابعة قضايا حقوق الإنسان في وسائل الإعلام المختلفة" بمتوسط حسابي (2.87)، ثم "جعلتني أكثر اهتماماً بقضايا المجتمع المصري" بمتوسط حسابي (2.76)، تلتها "فضحت المسكوت عنه في ملف حقوق الإنسان" بمتوسط حسابي (2.71)، ثم "ساعدت الجهات المسؤولة لاتخاذ قرارات وإجراءات" بمتوسط حسابي (2.61)، في المرتبة الأخيرة جاءت عبارة "أصبحت تكسبني مكانة أعلى في محيطي الاجتماعي بسبب زيادة معلوماتي عن تلك القضايا" بمتوسط حسابي (1.98%).

-وتؤكد النتائج في مجملها على تنوع التأثيرات التي تحدثها مناقشة قضايا حقوق الإنسان بمنصة كلوب هاوس من الوعي بأبعاد قضايا حقوق الإنسان، والقدرة على تقديم رؤية نقدية وتحليلية لها، من خلال إتاحتها الفرصة للنخبة لعرض وجهة نظرهم، الأمر الذي انعكس على اهتمامهم وحرصهم على متابعة قضايا حقوق الإنسان في وسائل الإعلام المختلفة، ومن ثم الاطلاع على حقيقة الأمر بملف حقوق الإنسان.

-تتفق النتائج مع دراسة (آدم، 2016) ^(٤٣) التي أشارت نتائجها إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي لم تعد تؤدي دور نقل المعلومات بشأن حقوق الإنسان وإرسالها فقط وإنما أصبح ظاهرة عالمية واسعة لها العديد من الانعكاسات الثقافية والاجتماعية مما أتاح إفراز فضاءات جديدة للتعبير الحقوقي وتوجيه ديناميكية الحراك السياسي. وتتفق النتائج أيضاً مع دراسة (الشريف، 2015) (٤٤) والتي أكدت على أن مواقع التواصل الاجتماعي تلعب دوراً في تغطية ودعم الحقوق السياسية للإنسان.

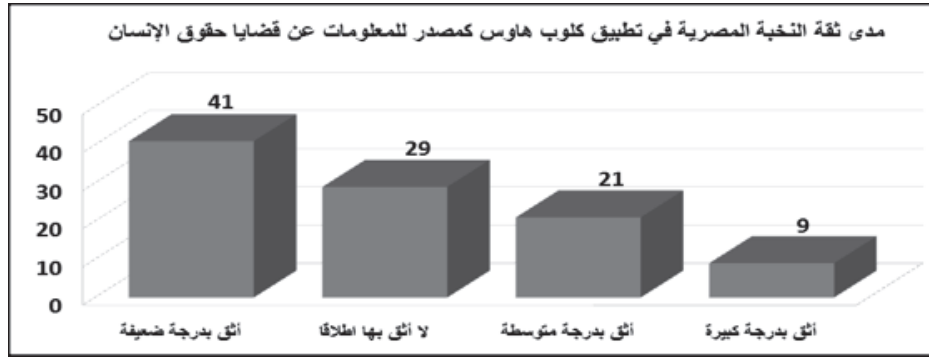
شكل رقم (9)



-تشير نتائج شكل رقم (9) حول مجالات تناول قضايا حقوق الإنسان علي تطبيق كلوب هاوس حيث جاءت "قضايا حقوقية في مصر" في مقدمة مجالات تناول قضايا حقوق الإنسان المثارة على تطبيق كلوب هاوس من وجهة نظر عينة الدراسة وذلك بنسبة (44%)، تلتها في المرتبة الثانية "قضايا حقوقية في العالم العربي" وذلك بنسبة (37%)، وأخيراً

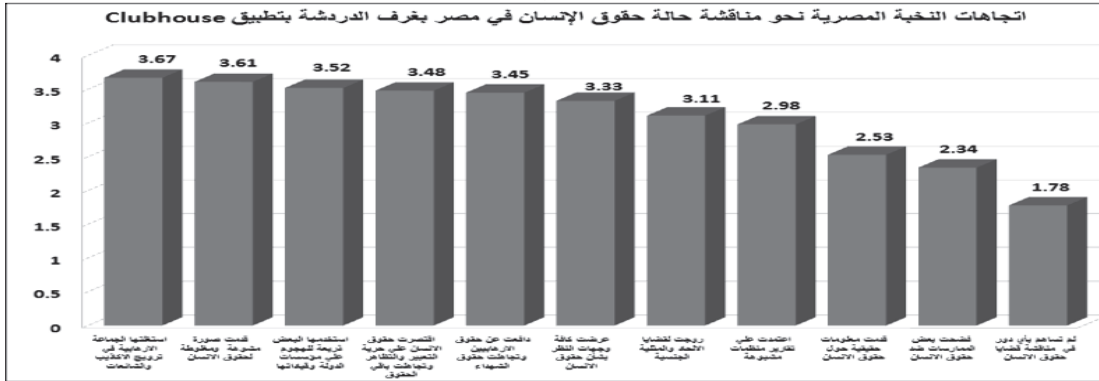
جاءت "قضايا حقوقية دولية" وذلك بنسبة (19%)، وتعكس النتائج محورية قضايا حقوق الإنسان كموضوع هام بغرف الدردشة الصوتية منصة كلوب هاوس، وإن أظهرت النتائج أن غالبيتها ركزت على مناقشة قضايا حقوق الإنسان في مصر بشكل كبير مقارنة بقضايا حقوق الإنسان العربية والدولية.

شكل رقم (10)



تشير نتائج شكل رقم (10) الي تراجع مستوى ثقة عينة الدراسة في تطبيق كلوب هاوس كمصدر للمعلومات عن قضايا حقوق الإنسان، حيث جاءت في المرتبة الأولى "أثق بدرجة ضعيفة" بنسبة (41%)، تلتها في المرتبة الثانية "لا أثق بها إطلاقاً" بنسبة (29%)، ثم في المرتبة الثالثة "أثق بدرجة متوسطة" بنسبة (21%)، وأخيراً جاءت "أثق بدرجة كبيرة" بنسبة (9%). ويمكن تفسير تراجع الثقة بشبكات التواصل الاجتماعي، بسبب القناعة المتزايدة لدى النخبة المصرية بأن مواقع التواصل الاجتماعي بشكل عام ومنصة كلوب هاوس بشكل خاص لعبت دوراً كبيراً خلال الفترة الماضية في نشر الأخبار الكاذبة بشأن قضايا حقوق الإنسان في مصر، نتيجة استغلال أنصار الجماعات الإرهابية لمواقع التواصل الاجتماعي للترويج لشائعات انتهاكات حقوق الإنسان وتضخيم الحوادث الفردية، مستغلين بذلك بعض التقارير المغلوطة والمسيئة التي تصدرها بعض المنظمات الحقوقية مثل هيومان رايتس ووتش ومنظمة العفو الدولية لتشويه الوضع في مصر وللترويج لمظلوميتهم المزعومة في هذا الإطار.

شكل رقم (١١)

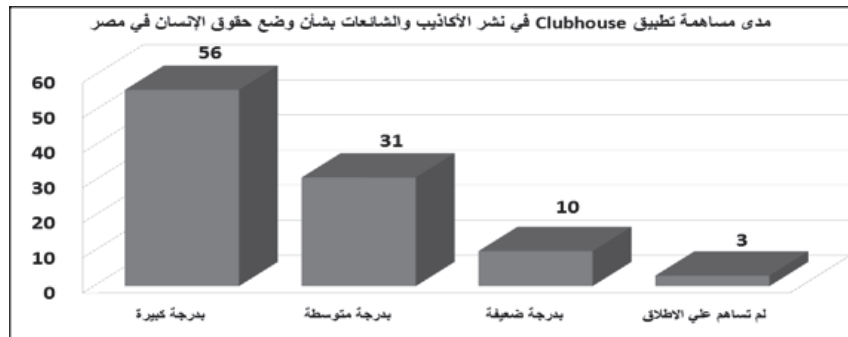


-تشير نتائج شكل رقم (١١) بشأن اتجاهات عينة الدراسة نحو مناقشة حالة حقوق الإنسان في مصر في غرف تطبيق Clubhouse، ووفقاً للمتوسطات الحسابية لعبارات المقياس الثلاثي للفئات جاءت عبارة «استغللتها الجماعة الإرهابية في ترويج الأكاذيب والشائعات» في المرتبة الأولى بمتوسط حساي (٣,٦٧)، تلتها «قدمت صورة مشوهة ومغلوبة لحقوق الانسان» بمتوسط حساي (٣,٦١)، ثم «استخدمها البعض ذريعة للهجوم علي مؤسسات الدولة وقياداتها» بمتوسط حساي (٣,٥٢)، تلتها «اقتصرت حقوق الانسان علي حرية التعبير والتظاهر وتجاهلت باقي الحقوق» بمتوسط حساي (٣,٤٨)، ثم «دافعت عن حقوق الارهابيين وتجاهلت حقوق الشهداء» بمتوسط حساي (٣,٤٥)، تلتها «عرضت كافة وجهات النظر بشأن حقوق الانسان» بمتوسط حساي (٣,٣٣)، ثم «روجت لقضايا الالحاد والمثلية الجنسية» بمتوسط حساي (٣,١١)، تلتها «اعتمدت علي تقارير منظمات مشوهة» بمتوسط حساي (٢,٩٨)، ثم «قدمت معلومات حقيقية حول حقوق الانسان» بمتوسط حساي (٢,٥٣)، تلتها «فضحت بعض الممارسات ضد حقوق الانسان» بمتوسط حساي (١,٧٨)، وأخيراً جاءت عبارة «لم تساهم بأي دور في مناقشة قضايا حقوق الانسان» بمتوسط حساي (١,٧٨).

-وتشير النتائج إلى تخوفات عينة الدراسة من استغلال الجماعة الإرهابية غرف الدردشة بتطبيق كلوب هاوس في ترويج الأكاذيب والشائعات بشأن حالة حقوق الإنسان في مصر، وتقديم صورة غير موضوعية ومغلوبة بشأن قضايا حقوق الانسان، واستخدام البعض لذلك كذريعة لشن هجومه علي مؤسسات الدولة وقياداتها، مقابل الدفاع عن حقوق الارهابيين وتجاهل حقوق الشهداء من أبناء الجيش والشرطة، وهو الأمر الذي تفسيره بتزايد لجوء عناصر جماعة الإخوان الهاربة بالخارج إلى التطبيق خاصة بعد التضييق علي مناصتهم التقليدية في تركيا وقطر ورحيل البعض منهم الي لندن

-النتيجة تتفق مع الدراسة الصادرة عن المركز الأوروبي لدراسات مكافحة الإرهاب والاستخبارات (نوفمبر، ٢٠٢١) من تنامي خطر استغلال جماعة الإخوان الإرهابية لتطبيقات التواصل الحديثة، وفي مقدمتها تطبيق «كلوب هاوس، لشن موجة جديدة من التحريض على الفوضى والممارسات الإرهابية في عدد من الدول العربية وكذلك تزايد معدل استخدام عناصرها لتطبيق كلوب هاوس بمعدل الأمان والحماية، وقدرتهم من خلال التطبيق للسيطرة الشديدة على اختيار العناصر الجديدة، حيث يمكن التطبيق من التحكم في عملية القبول أو الرفض للعناصر الجديدة الرغبة في الانضمام إلى غرف الدردشة الصوتية بمنصة "كلوب هاوس" التابعة لأنصار جماعة الإخوان الإرهابية، فضلاً عن صعوبة الإبلاغ عن مضمون المحتوى المسيء، وذلك على عكس باقي التطبيقات. وأخيراً غياب آليات ومعايير الإبلاغ عن المحتوى الإرهابي أو حجبها، على عكس منصة «تويتر» مثلاً.

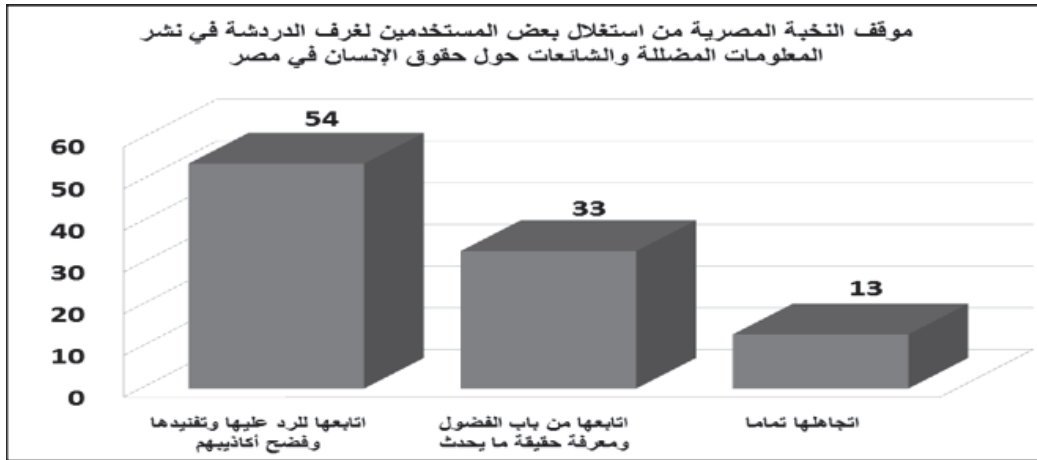
شكل رقم (١٢)



-وفقا لشكل رقم (١٢) تؤكد النتائج على مخاوف النخبة المصرية من مساهمة غرف تطبيق Clubhouse في نشر الأكاذيب والشائعات بشأن وضع حقوق الإنسان في مصر، حيث جاءت مساهمتها «بدرجة كبيرة» في المرتبة الأولى بنسبة (٥٦%)، تلتها في المرتبة الثانية «بدرجة متوسطة» بنسبة (٣١%)، ثم في المرتبة الثالثة جاءت «بدرجة ضعيفة» بنسبة (١٠%)، وأخيراً جاءت «لم تساهم على الإطلاق» بنسبة (٣%). وتتفق النتيجة مع سابقتها في الشكل رقم (١١) التي أكدت على اتجاهات سلبية لدى النخبة المصرية فيما يتعلق بمناقشة حالة حقوق الإنسان في مصر في غرف الدردشة بتطبيق Clubhouse في ضوء التخوفات التي سبق الإشارة إليها. في ظل حرص الجماعات الإرهابية والأنظمة المعادية لمصر في بث الشائعات والأخبار المضللة والتحريض لمحاولة إثارة الفوضى وفقدان الثقة في القيادة السياسية خاصة وان توقيت اجراء الدراسة الميدانية تم في الفترة من ٢٥ سبتمبر وحتى ٢٠ نوفمبر في ظل ارتفاع حملات التحريض وفشل الدعوات للنزول والثورة في ١١ / ١١، هذه الأخطار سبق وأن تسببت في حظر تطبيق كلوب هاوس في عدد من الدول منها عمان والأردن والصين وإيران. بينما جعلت الإمارات العربية المتحدة الوصول إلى التطبيق أمراً مستحيلاً. وفي مصر وصف بعض الإعلاميين التطبيق بأنه مكان للإرهابيين، محذرين من مخاطر حروب الجيل الرابع والخامس، التي دائما ما يذكر بها الرئيس المصري عبد الفتاح السيسي في حديثه للشعب المصري، ورهانه على وعي المصريين في التصدي لأخطار تلك الحروب.

-تتفق النتائج مع دراسة (مشعل، ٢٠٢٢)^(٤٥) التي كشفت عن أن مواقع التواصل الاجتماعي تعد بيئة خصبة لانتشار خطاب الكراهية ودعوات التمييز العنصري ونشر الشائعات والمعلومات المضللة بما تتميز به من تكلفة بسيطة للاستخدام وسرعة رهيبة وانتشار واسع.

شكل رقم (١٣)

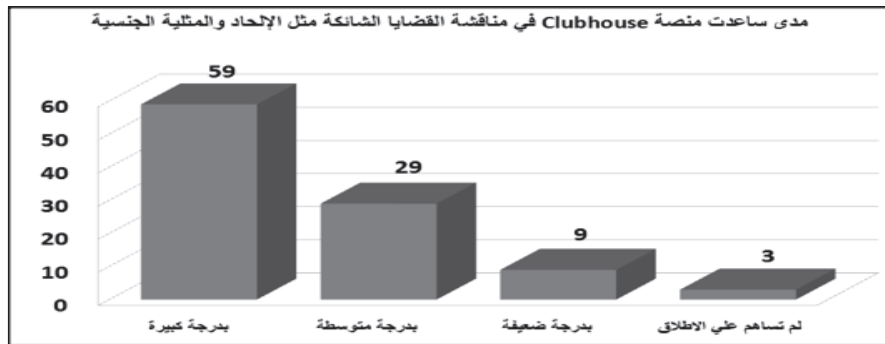


-وفقا لشكل رقم (١٣) تشير النتائج الخاصة بموقف عينة الدراسة من استغلال بعض المستخدمين لغرف الدردشة في نشر المعلومات المضللة والشائعات حول حقوق الإنسان في مصر، إلى حرص النخبة على التصدي لتلك المعلومات والحملات المضللة بشأن ملف حقوق الإنسان حيث جاءت في المرتبة الأولى «أتابعها للرد عليها وتفنيدها وفضح أكاذيبهم» بنسبة (٥٤%)، تلتها في المرتبة الثانية «أتابعها من باب الفضول ومعرفة حقيقة ما يحدث» بنسبة (٣٣%)، ثم

في المرتبة الثالثة والأخيرة جاءت «أتجاهلها تماماً» بنسبة (١٣٪). وتتفق النتائج مع ما سبق الإشارة إليه من مساهمة التطبيق في نشر الأكاذيب والشائعات بشأن وضع حقوق الإنسان في مصر، في ضوء تغلغل عناصر من المعارضة والجماعات الإرهابية واستخدامها للتطبيق في ضوء ما سبق الإشارة إليه من تمتع التطبيق بدرجة عالية من الأمان والحماية عن غيره من التطبيقات. تتفق النتائج دراسة (جمال، ٢٠١٧) ^(٤٦) أشارت إلى أن غالبية الجمهور المصري عينة الدراسة يقوم بمناقشة المعلومات المتعلقة بحقوق الإنسان مع الآخرين على مواقع التواصل الاجتماعي بدرجة كبيرة.

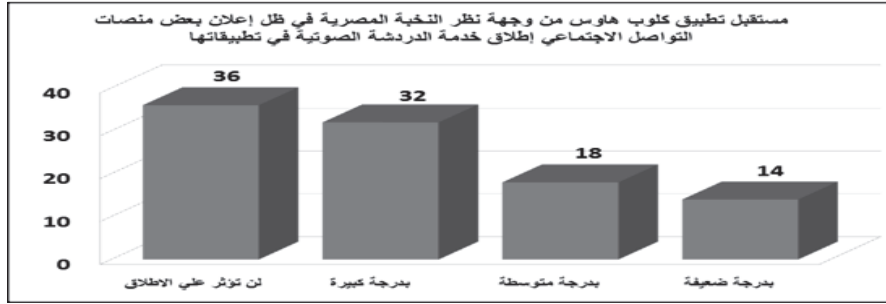
تجدد الإشارة هنا إلى التجربة الرائدة لتنسيقية شباب الأحزاب والسياسيين من التواجد على المنصة والتي دشنت غرفة على تطبيق clubhouse، في مارس ٢٠٢١ بعنوان «تنسيقية شباب الأحزاب» ^(٤٧) وذلك من منطلق حرص التنسيقية على التواجد في كافة المنصات الحوارية، وذلك رغبةً منها في إرساء قواعد الحوار البناء وإثراء النقاشات السياسية التي تشغل مجتمعنا المصري. وأعلنت أنها متاحة لكافة الأطياف والتوجهات السياسية، من خلال عرض وجهات النظر المختلفة والتفاعل حولها، للوصول إلى نتائج بناءة يمكن أن تقدم في صورة مقترحات لصناع القرار، وتدعو الجميع للانضمام إليها، بالحوار تبني الأوطان وقامت بتنظيم عشرات الفعاليات على المنصة وحظيت بنقاشات فعالة حول مختلف القضايا .

شكل رقم (١٤)



وفقاً لشكل رقم (١٤) تشير النتائج إلى أن غالبية-عينة الدراسة- يرون ان هناك استغلال لمنصة Clubhouse في مناقشة القضايا الشائكة مثل الإلحاد والمثلية الجنسية، حيث جاءت «بدرجة كبيرة» في المرتبة الأولى بنسبة (٥٩٪)، تلتها «بدرجة متوسطة» بنسبة (٢٩٪)، ثم «بدرجة ضعيفة» بنسبة (٩٪)، وأخيراً جاءت «لم تساهم على الإطلاق» بنسبة (٣٪). وتتفق النتائج على أن جزءاً كبيراً من جاذبية كلوب هاوس في العالم العربي هو اتاحته الفرصة لمناقشة جميع الموضوعات والتابوهات المحظور تناولها بوسائل الإعلام التقليدية وانتشار غرف تناقش وتروج للأفكار المنحرفة مثل الإلحاد والشذوذ الجنسي بمنصة كلوب هاوس. لذا ظهرت دعوات مؤخراً بمغادرة ومقاطعة برنامج كلوب هاوس، لأنه يدعو للرديلة، والانحراف، وأنه مليء بالأفكار الهدامة، وبدأت هذه الدعوات تلقى صدى ودعماً من بعض المؤثرين والمشاهير الذين أخذوا يتحدثون علناً ويحذرون الناس من استخدام هذا التطبيق.

شكل رقم (١٥)



تشير نتائج شكل رقم (١٥) حول مستقبل تطبيق كلوب هاوس في ظل إعلان بعض منصات التواصل الاجتماعي إطلاق خدمة الدردشة الصوتية في تطبيقاتها حيث جاءت في المرتبة الأولى «لن يتأثر على الإطلاق» بنسبة (٣٦%)، تلتها سيتأثر التطبيق مستقبلاً «بدرجة كبيرة» بنسبة (٣٢%)، ثم «بدرجة متوسطة» بنسبة (١٨%)، وأخيراً جاءت «بدرجة ضعيفة» بنسبة (١٤%). ويمكن تفسير ذلك لحدثة التطبيق، واعتماد النظام الأساس لتطبيق «كلوب هاوس» على الصوت فقط، بدلاً من المنشورات النصية أو المرئية التي يعتمد عليها وسائل التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك وتويتر وانستجرام. فضلاً عن الشعبية الكبيرة التي حظي بها التطبيق، حيث استخدمه العديد من المشاهير والمستثمرين والسياسيين ورجال الأعمال البارزين.

ثانياً: اختبار فروض الدراسة

جدول (٣)

دوافع الاستخدام لتطبيق كلوب هاوس		كثافة استخدام تطبيق كلوب هاوس
مستوى المعنوية	قيمة بيرسون	
0.001	0.362	كثافة استخدام تطبيق كلوب هاوس

يوضح معامل الارتباط الخطي وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام النخبة المصرية عينة الدراسة لتطبيق كلوب هاوس ودوافع استخدامهم لها. حيث بلغت قيمة المعامل (٠,٣٦٢) وهي قيمة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (٠,٠٠١). وتوضح تلك النتيجة صحة الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام النخبة المصرية عينة الدراسة لتطبيق كلوب هاوس ودوافع استخدامهم لها.

جدول (٤)

اختبار بيرسون لدلالة العلاقة الارتباطية بين كثافة استخدام النخبة المصرية عينة الدراسة لتطبيق كلوب هاوس وبين اتجاهاتهم نحو قضايا حقوق الإنسان

الاتجاهات نحو قضايا حقوق الإنسان		كثافة استخدام تطبيق كلوب هاوس
مستوى المعنوية	قيمة بيرسون	
0.015	0.179	

-يوضح معامل الارتباط الخطي وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام النخبة المصرية عينة الدراسة لتطبيق كلوب هاوس وبين اتجاهاتهم نحو قضايا حقوق الإنسان، حيث بلغت قيمة المعامل (٠,١٧٩) وهي قيمة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (٠,٠١٥). وتوضح تلك النتيجة صحة الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام النخبة المصرية عينة الدراسة لتطبيق كلوب هاوس وبين اتجاهاتهم نحو توظيف التطبيق في تناول قضايا حقوق الإنسان. ويتضح من ذلك أنه كلما زاد استخدام المبحوثين لتطبيق كلوب هاوس كلما أدى ذلك إلى تشكيل اتجاهات النخبة المصرية نحو قضايا حقوق الإنسان.

جدول (٥)

اختبار بيرسون لدلالة العلاقة الارتباطية بين كثافة استخدام النخبة المصرية عينة الدراسة لتطبيق كلوب هاوس وبين تأثيرات تناول قضايا حقوق الإنسان

تأثيرات تناول قضايا حقوق الإنسان		كثافة استخدام تطبيق كلوب هاوس
مستوى المعنوية	قيمة بيرسون	
0.001	0.281	

-يوضح معامل الارتباط الخطي وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام النخبة المصرية عينة الدراسة لتطبيق كلوب هاوس وبين تأثيرات تناول قضايا حقوق الإنسان، حيث بلغت قيمة المعامل (٠,٢٨١) وهي قيمة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (٠,٠٠١). وتوضح تلك النتيجة صحة الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام النخبة المصرية عينة الدراسة لتطبيق كلوب هاوس وبين تأثيرات تناول قضايا حقوق الإنسان. ويتضح من ذلك أنه كلما زاد استخدام النخبة المصرية - عينة الدراسة- لتطبيق كلوب هاوس، كلما أدى ذلك إلى إيجاد تأثير لها في تناول قضايا حقوق الإنسان. وتتفق النتائج مع دراسة (Ugwuoke & Erubami, ٢٠٢١)^(٤٨)، حيث أشارت إلى وجود علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين كثافة التعرض لوسائل التواصل الاجتماعي ومناصرة قضايا حقوق الإنسان.

جدول رقم (٦)

اختبار الفروق بين المبحوثين في كثافة استخدام تطبيق كلوب هاوس.

مستوى المعنوية	الاختبار	الانحراف	المتوسط	ن	مجموعات العينة	
					ذكور	النوع
0.297	T= 1.044	0.806	2.052	116	ذكور	النوع
		0.862	1.964	84	إناث	

0.102	F= 1.949	0.828	2.100	66	من 25 إلى أقل من 35 سنة	العمر
		0.844	2.246	58	من 35 إلى أقل من 45 سنة	
		0.7978	2.093	50	من 45 إلى أقل من 55 سنة	
		0.793	1.964	20	من 55 إلى أقل من 65 سنة	
		0.638	1.931	6	من 65 سنة فأكثر	
0.179	F= 1.73	0.7925	2.069	86	بكالوريوس/ ليسانس	المستوى التعليمي
		0.8815	2.225	84	ماجستير	
		0.9534	2	30	دكتوراه	
0.000	F= 15.497	0.458	2.720	64	مرتفع	المستوى الاقتصادي الاجتماعي
		0.847	2.444	86	متوسط	
		0.816	1.930	50	منخفض	
0.000	F= 7.437	0.454	2.320	54	إعلامي	مجال العمل
		0.959	2.061	42	أكاديمي	
		0.473	2.370	36	سياسي	
		0.684	2.149	18	تكنولوجيا وامن معلومات	
		0.483	2.300	28	حقوق	
		0.743	1.613	22		

-يوضح اختبار (ت) عدم وجود فروق دالة إحصائية بين الذكور والإناث من المبحوثين -النخبة المصرية- في كثافة استخدام لتطبيق كلوب هاوس، حيث جاءت قيمة ت (1.044) وهي غير دالة عند مستوى معنوية (0.297). وتوضح تلك النتيجة عدم صحة الفرض الثالث (أ): توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث من المبحوثين في كثافة استخدام النخبة المصرية لتطبيق كلوب هاوس.

-واتضح من خلال اختبار (ف) عدم وجود فروق دالة إحصائية بين المبحوثين -النخبة المصرية- في كثافة استخدام لتطبيق كلوب هاوس وفقاً للعمر، حيث جاءت قيمة ف (1.949) وهي غير دالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.102). وتوضح تلك النتيجة عدم صحة الفرض الثالث (ب): توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين وفقاً للعمر في كثافة استخدام لتطبيق كلوب هاوس.

-واتضح من خلال اختبار (ف) عدم وجود فروق دالة إحصائية بين المبحوثين -النخبة المصرية- في كثافة استخدام لتطبيق كلوب هاوس وفقاً للمستوى التعليمي، حيث جاءت قيمة ف (1.73) وهي غير دالة إحصائية عند مستوى

معنوية (0.179). وتوضح تلك النتيجة عدم صحة الفرض الثالث (ج): توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين وفقاً للمستوى التعليمي في كثافة استخدام لتطبيق كلوب هاوس.

-واتضح من خلال اختبار (ف) وجود فروق دالة إحصائية بين المبحوثين -النخبة المصرية- في كثافة استخدام لتطبيق كلوب هاوس وفقاً للمستوى الاقتصادي الاجتماعي، حيث جاءت قيمة ف (15.497) وهي دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (0.000). وتوضح تلك النتيجة صحة الفرض الثالث (د): توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين وفقاً للمستوى الاقتصادي الاجتماعي في كثافة استخدام لتطبيق كلوب هاوس.

-واتضح من خلال اختبار (ف) وجود فروق دالة إحصائية بين المبحوثين -النخبة المصرية- في كثافة استخدام لتطبيق كلوب هاوس وفقاً لمجال عمل النخبة، حيث جاءت قيمة ف (15.497) وهي دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (0.000). وتوضح تلك النتيجة صحة الفرض الثالث (هـ): توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين وفقاً لمجال عمل النخبة في كثافة استخدام لتطبيق كلوب هاوس.

ثالثاً: خلاصة الدراسة والتوصيات

سعت الدراسة للتعرف على اتجاهات النخبة المصرية نحو توظيف غرف الدردشة الصوتية في تناول قضايا حقوق الإنسان: تطبيق "كلوب هاوس نموذجاً"، واعتمدت الدراسة علي الاستبيان بالتطبيق على عينة قوامها (200) من النخبة المصرية من مستخدمي التطبيق، في إطار نظرية المجال العام، وعلى ضوء ما سبق عرضه من نتائج يمكن أن نستخلص الاستنتاجات التالية:

1. تصدرت دوافع استخدام عينة الدراسة لتطبيق كلوب هاوس "لارتفاع سقف الحرية داخل التطبيق"، تلتها " للمشاركة في نقاش حر لمختلف القضايا التي اهتم بها وهو ما يمكن تفسيره بارتفاع سقف الحرية في النقاشات داخل غرف التطبيق مقارنة بوسائل الاعلام التقليدية وبعيدا عن الرقابة أو القيود وأيضا للمزايا التي يوفرها تطبيق كلوب هاوس عن غيره كونه تطبيق يعتمد على المحادثات الفورية، مما يصعب معه المونتاج او المراقبة بأي حال من الأحوال

2. تزايد اهتمام-عينة الدراسة-مناقشة قضايا حقوق الإنسان عبر تطبيق كلوب هاوس جاءت "دائماً" في المرتبة الأولى بنسبة (37%)، تلتها في المرتبة الثانية "إلى حد ما" بنسبة (34%) وهو ما يمكن تفسيره الي أهمية هذه القضايا والتي تمس حياة كل مواطن، وأيضا يتم استغلالها لتحقيق أهداف وأجندة بعض التيارات السياسية بخلاف استغلال الجماعات الارهابية والمنظمات المشبوهة لسلاح حقوق الانسان لاثارة الفوضى وابتزاز الدولة .

3. تصدرت قضية حرية الرأي والتعبير قائمة قضايا حقوق الإنسان التي تم مناقشتها على المنصة واحتلت المرتبة الأولى بنسبة (79%) من وجهة نظر عينة الدراسة وهو الامر الذي يستحق التوقف والدراسة ويمكن تفسيره بتراجع حرية التعبير في وسائل الاعلام التقليدية لأسباب مختلفة وبالتالي استحوذت على اهتمام عينة الدراسة في غرف تطبيق كلوب هاوس

4. تراجع مستوى ثقة عينة الدراسة في تطبيق كلوب هاوس كمصدر للمعلومات عن قضايا حقوق الإنسان، حيث جاءت في المرتبة الأولى "أثق بدرجة ضعيفة" بنسبة (41%)، تلتها في المرتبة الثانية "لا أثق بها إطلاقاً" بنسبة (29%) ويمكن

تفسير تراجع الثقة بشبكات التواصل الاجتماعي، بسبب القناعة المتزايدة لدى النخبة المصرية بأن مواقع التواصل الاجتماعي بشكل عام ومنصة كلوب هاوس بشكل خاص لعبت دوراً كبيراً خلال الفترة الماضية في نشر الأخبار الكاذبة بشأن قضايا حقوق الإنسان في مصر، نتيجة استغلال أنصار الجماعات الإرهابية لمواقع التواصل الاجتماعي للترويج لشائعات انتهاكات حقوق الإنسان وتضخيم الحوادث الفردية، مستغلين بذلك بعض التقارير المغلوطة والمسيبة التي تصدرها بعض المنظمات الحقوقية مثل هيومان رايتس ووتش ومنظمة العفو الدولية لتشويه الوضع في مصر.

5. اتفقت غالبية عينة الدراسة علي استغلال الجماعة الارهابية لتطبيق Clubhouse في ترويج الأكاذيب والشائعات في المرتبة الأولى تلتها "قدمت صورة مشوهة ومغلوبة لحقوق الانسان" واستخدام البعض لذلك كذريعة لشن هجومه علي مؤسسات الدولة وقياداتها، مقابل الدفاع عن حقوق الارهابيين وتجاهل حقوق الشهداء من أبناء الجيش والشرطة، وهو الأمر الذي تفسيره بتزايد لجوء عناصر جماعة الإخوان الهاربة بالخارج إلى التطبيق خاصة بعد التضييق علي مناصاتهم التقليدية في تركيا وقطر ورحيل البعض منهم الي لندن والنتيجة تتفق مع الدراسة الصادرة عن المركز الأوروبي لدراسات مكافحة الإرهاب والاستخبارات (نوفمبر، 2021) من تنامي خطر استغلال جماعة الإخوان الإرهابية لتطبيقات التواصل الحديثة، وفي مقدمتها تطبيق "كلوب هاوس، لشن موجة جديدة من التحريض على الفوضى والممارسات الإرهابية في عدد من الدول العربية

6. تؤكد النتائج أن (56%) من عينة الدراسة تري أن غرف تطبيق Clubhouse ساهمت في نشر الأكاذيب والشائعات بشأن وضع حقوق الإنسان في مصر عن طريق استغلالها من قبل أنصار الجماعات الإرهابية والأنظمة المعادية لمصر في بث الشائعات والأخبار المضللة والتحريض لمحاولة اثاره الفوضى وفقدان الثقة في القيادة السياسية خاصة وان توقيت اجراء الدراسة الميدانية تم في الفترة من 25 سبتمبر وحتى 20 نوفمبر في ظل ارتفاع حملات التحريض وفشل الدعوات للنزول والثورة اخرها في 11 / 11 .

7. (59%) من عينة الدراسة- يرون ان هناك استغلال لمنصة Clubhouse في مناقشة القضايا الشائكة مثل الإلحاد والمثلية الجنسية والترويج لها باعتبارها من حقوق الانسان لذا ظهرت دعوات مؤخراً بمغادرة ومقاطعة برنامج كلوب هاوس، لأنه يدعو للرذيلة، والانحراف، وأنه مليء بالأفكار الهدامة، وبدأت هذه الدعوات تلقى صدى ودعماً من بعض المؤثرين والمشاهير الذين أخذوا يتحدثون علناً ويحذرون الناس من استخدام هذا التطبيق وهو ما يتماشى أيضاً مع اتجاه بعض المنصات مثل نتفليكس او ديزني والتي أعلنت صراحة عن تبنيها لهذه الاجندة وهو ما يستدعي التوقف من كل مؤسسات المجتمع دفاعاً عن المنظومة القيمية ومحاولة هدمها بما يناه في كل التقاليد والأعراف والقيم الدينية والمجتمعية والإنسانية ومبادئ العقل والمنطق والفطرة

8. أشارت النتائج إلى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام النخبة المصرية عينة الدراسة لتطبيق كلوب هاوس وبين كل من (دوافع الاستخدام، اتجاهاتهم نحو توظيف التطبيق في تناول قضايا حقوق الإنسان، تأثيرات تناول التطبيق لقضايا حقوق الإنسان).

9. توصلت الدراسة الي عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين - النخبة المصرية- في كثافة استخدام النخبة المصرية لتطبيق كلوب هاوس وفقاً لـ (النوع، العمر، المستوى التعليمي)، في مقابل وجود فروق ذات دلالة إحصائية

بين المبحوثين - النخبة المصرية- في كثافة استخدام النخبة المصرية لتطبيق كلوب هاوس وفقاً (المستوى الاقتصادي الاجتماعي، مجال عمل النخبة).

وفي ضوء النتائج السابقة يوصي الباحث بعدد من التوصيات أهمها :

1. إجراء مزيد من الدراسات والأبحاث حول القائم بالاتصال من مديري الاندية أو غرف الدردشة علي تطبيق كلوب هاوس وتحليل محتوى القضايا التي يتم مناقشتها علي التطبيق وتأثيرها على الرأي العام المصري

2. تكثيف تواجد مؤسسات الدولة ومنظمات المجتمع المدني وأبرزها المجلس القومي لحقوق الانسان علي منصة تطبيق كلوب هاوس لطرح حقيقة ما يحدث في مصر والاستراتيجية الوطنية لحقوق الانسان والرد بصورة عملية علي كل محاولات استغلال انصار الجماعة الارهابية للمنصة لتشوية صورة مصر وتصدير صورة سلبية للرأي العام عن حقيقة ما يحدث في مصر او حتي وضع حقوق الانسان.

3. تعميم الاستفادة من التجربة الرائدة لتنسيقية شباب الأحزاب والسياسيين من التواجد علي المنصة والتي دشنت غرفة علي تطبيق clubhouse، في مارس 2021 بعنوان ” تنسيقية شباب الأحزاب ”، وقامت بتنظيم عشرات الفعاليات ومناقشة العديد من القضايا المثارة علي الساحة وذلك من منطلق حرص التنسيقية على التواجد في كافة المنصات الحوارية، ورغبةً منها في إرساء قواعد الحوار البناء وإثراء النقاشات السياسية التي تشغل مجتمعنا المصري.

4. قيام كل مؤسسات الدولة بدورها في التحذير والتوعية بكل الوسائل من استغلال المنصات الحديثة ومنها كلوب هاوس في الترويج للقيم الشاذة من المثلية او الالحاد لما تمثل من خطورة علي القيم المجتمعية والاسرية .

5. تدريب القائمين على العمل بالمؤسسات الحقوقية على وسائل التكنولوجيا وتطبيقات التواصل الاجتماعي ومنصة كلوب هاوس لتوظيفها بشكل جيد في التوعية ونشر ثقافة حقوق الإنسان.

6. تخصيص حلقات نقاشية في كافة وسائل الاعلام مع حقوقيين وخبراء ومسؤولين عن حقوق الإنسان لتوعية الجمهور بالمفاهيم الصحيحة لحقوق الإنسان القائم على احترام الرأي والرأي الآخر وللرد علي محاولات تصدير صورة سلبية عما يحدث وفضح ازدواجية المعايير لدي الغرب وبعض المنظمات الحقوقية المسييسة في التعامل مع قضية حقوق الانسان واستخدامها كسلاح لابتزاز الدول .

المراجع:

(1) Touma, Rafqa,(Feb 2021), Clubhouse app: what is it and how do you get an invite to the exclusive audio app?, the Guardian, 16 Feb 2021, Available at: <https://web.archive.org/web/20210411151308/https://www.theguardian.com/technology/2021/feb/17/clubhouse-app-invite-what-is-it-how-to-get-audio-chat-elon-musk>

(2) Rosenbaum, Eric,(May 2021). Clubhouse has ‘millions more on waitlist’ after Android launch: CEO,

cnbc, May 25 2021, available at: <https://2u.pw/DoyRjP>.

(3) عطية، إيمان (2022). «كلوب هاوس».. صعود صاروخي وانهيار مفاجئ، موقع صحيفة القبس الكويتية، بتاريخ 19 نوفمبر 2022، متاح على الرابط: <https://www.alqabas.com/article/5899461>

(4) شامة، نايل (مارس 2021). تطبيق كلوب هاوس الجديد يتمدد في جميع أنحاء الشرق الأوسط، مركز كارنيغي للشرق الأوسط، بتاريخ 2 مارس 2021، متاح على الرابط: <https://carnegie-mec.org/diwan/83968>

(5) خليفة، إيهاب (فبراير، 2021). «النخبوية الإلكترونية»: هل يحوز «كلوب هاوس» مكانة تويتر بالتواصل الاجتماعي؟، مركز المستقبل للأبحاث والدراسات المتقدمة، بتاريخ 24 فبراير، 2021، متاح على الرابط: <https://2u.pw/8GEiB2>

(6) المركز الأوروبي لدراسات مكافحة الإرهاب والإستخبارات (نوفمبر 2021). ملف: الإخوان المسلمون في أوروبا - تشكيل اللوبيات.. منصات إعلامية و واجهات عمل، بتاريخ 4 نوفمبر، 2021، متاح على الرابط: <https://2u.pw/IWwV4n>

(7) محمد، سارة نصر (2020). اتجاهات النخبة المصرية إزاء التضليل الإعلامي بالقنوات الموجهة ضد مصر ودليل مقترح لمواجهاتها، مجلة البحوث والدراسات الإعلامية، ع 13، المعهد الدولي العالي للإعلام بالشرق، ص 160.

(8) عبد المجيد، قدرى (2008). الإعلام وحقوق الإنسان- قضايا فكرية، الإسكندرية: دار الجامعة الجديدة للنشر، ص 114-115.

(9) العنزي، نهلة نجاح عبدالله (2019). توظيف مواقع التواصل الاجتماعي في التصدي للشائعات: دراسة تحليلية لصفحة التقنية من اجل السلام في موقع فيس بوك للمدة 1/9/2018 ولغاية 1/12/2018، مجلة الجامعة العراقية، العدد 42/3، ص 451-452.

(10) مشعل، محمد أحمد سلامة (2021)، الذكاء الاصطناعي وآثاره على حرية التعبير في مواقع التواصل الاجتماعي، مجلة البحوث القانونية والاقتصادية، ع 77، جامعة المنصورة: كلية الحقوق، 438 - 627.

(11) العتيبي، جراح فارس (2021). استخدامات الجمهور السعودي لمنصة كلوب هاوس Clubhouse وعلاقتها بشعورهم بالحضور الاجتماعي: دراسة ميدانية، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، ع 33، جامعة الأهرام الكندية، ص 112-161.

(12) Ugwuoke, J.C., & Erubami, J.A. (2021). old war, new battleground: deconstructing the potency of social media for community engagement in nigeria's human rights advocacy efforts. World of Media. Journal of Russian Media and Journalism Studies.

(13) بني خالد، راكان عودة عيد (2021). أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على تعزيز قيم حقوق الإنسان لدى طلبة جامعة آل البيت: دراسة تطبيقية 2019-2020، رسالة ماجستير غير منشورة، الأردن، جامعة آل البيت: معهد بيت الحكمة

(14) McPherson, E. (2018). Risk and the Pluralism of Digital Human Rights Fact-Finding and Advocacy. In M. Land & J. Aronson (Eds.), New Technologies for Human Rights Law and Practice (Vol. 8, pp. 188-214). Cambridge, United Kingdom: Cambridge University Press.

(15) جمال، محمود (2017). دور مواقع التواصل الاجتماعي في إكساب الجمهور المصري المعرفة بقضايا حقوق الإنسان، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، العدد 11، جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ص 355-404.

(16) رمضان، نورا طلعت إسماعيل (2017). قضايا النوع الاجتماعي في المجتمع الافتراضي: دراسة تحليلية، حوليات آداب عين شمس، مج 45، جامعة عين شمس: كلية الآداب، ص 283 - 325.

- (17) البختي، عمر أحمد محمد (2016). فاعلية مواقع منظمات المجتمع المدني على شبكات التواصل الاجتماعي في معالجة قضايا حقوق الإنسان: دراسة تطبيقية مقارنة، المجلة العلمية لكلية الآداب، عدد خاص، مصر، جامعة أسيوط: كلية الآداب، ص ص 261 - 280.
- (18) آدم، سميرة فتحي (2016). مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في نشر ثقافة حقوق الإنسان لدى الشباب، مجلة كلية الآداب، ع41، ج1، مصر، جامعة سوهاج: كلية الآداب، ص ص 399 - 418.
- (19) الشريف، رشا محمد (2015). دور شبكات التواصل الاجتماعي في دعم حقوق الإنسان الرقمية لدى طلاب الجامعة، مجلة كلية التربية، مج30، ع4، جامعة المنوفية: كلية التربية، ص ص 447-462.
- (20) Adut, A. (2012). A theory of the public sphere. *Sociological Theory*, 30(4), p244.
- (21) عبد الصادق، عادل (2011). الفضاء الإلكتروني والرأي العام تغير المجتمع والأدوات والتأثير، المركز العربي لأبحاث الفضاء الإلكتروني، سلسلة قضايا إستراتيجية، العدد 1، ص 11.
- (22) Habermas. Ehiza, Chilean Conversation. (2010). Internet forumants debate. In *journal of Communication*, V. 51, Issue 25, Summer2010 p18.
- (23) شفيق، محمد، (2000): الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية، (الإسكندرية: عالم الكتب)، ص 198.
- (24) حواس، مؤنس (مايو 2021). Clubhouse يصل لجميع مستخدمي أندرويد حول العالم نهاية هذا الأسبوع، اليوم السابع، 17 مايو 2021، متاح على الرابط: <https://2u.pw/sRM8PA>
- (25) Konrad, Alex (2020), Andreessen Horowitz Wins VC Sweepstakes To Back Clubhouse, Voice App Still In Beta, At \$100 Million Valuation, *forbes*, May 15, 2020, available at: <https://www.forbes.com/sites/alexkonrad/2020/05/15/andreessen-horowitz-wins-vc-sweepstakes-to-back-clubhouse-voice-app/>
- (26) Turner, Bryan S. (2006). *The Cambridge Dictionary of Sociology*. New York: Cambridge University Press, P 162.
- (27) أمين، رضا عبد الواحد (2007). الصحافة الإلكترونية، ط1، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، ص 27
- (28) منظمة الأمم المتحدة (2022). ما هي حقوق الإنسان؟ متاح على الرابط: <https://www.ohchr.org/ar/what-are-human-rights>
- (29) خربوش، خالد عبد الحميد (2014). الإعلام الأمني وحقوق الإنسان بين القيم والقرار، ط1، القاهرة: دار الكتب للنشر، 2014، ص 120.
- (30) العتيبي، جراح فارس (2021). استخدامات الجمهور السعودي لمنصة كلوب هاوس Clubhouse وعلاقتها بشعورهم بالحضور الاجتماعي: دراسة ميدانية، مرجع سابق، ص ص 112-161.
- (31) المرجع السابق.
- (32) المرجع السابق.
- (33) المرجع السابق.
- (34) جمال، محمود (2017). دور مواقع التواصل الاجتماعي في إكساب الجمهور المصري المعرفة بقضايا حقوق الإنسان، مرجع سابق، ص ص 355-404.
- (35) المرجع السابق.
- (36) رمضان، نورا طلعت إسماعيل (2017). قضايا النوع الاجتماعي في المجتمع الافتراضي: دراسة تحليلية، مرجع سابق،

- ص 283 - 325.
- (37) جمال، محمود (2017). دور مواقع التواصل الاجتماعي في إكساب الجمهور المصري المعرفة بقضايا حقوق الإنسان، مرجع سابق، ص 355-404.
- (38) McPherson, E. (2018). Risk and the Pluralism of Digital Human Rights Fact-Finding and Advocacy. Op.Cit.
- (39) آدم، سمية فتحي (2016). مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في نشر ثقافة حقوق الإنسان لدي الشباب، مرجع سابق، ص 399 - 418.
- (40) جمال، محمود (2017). دور مواقع التواصل الاجتماعي في إكساب الجمهور المصري المعرفة بقضايا حقوق الإنسان، مرجع سابق، ص 355-404.
- (41) بني خالد، رakan عودة عيد(2021). أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على تعزيز قيم حقوق الإنسان لدى طلبة جامعة آل البيت: دراسة تطبيقية 2019-2020، مرجع سابق.
- (42) Ugwuoke, J.C., & Erubami, J.A. (2021). old war, new battleground: deconstructing the potency of social media for community engagement in nigeria's human rights advocacy efforts. World of Media. Op.Cit.
- (43) آدم، سمية فتحي (2016). مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في نشر ثقافة حقوق الإنسان لدي الشباب، مرجع سابق، ص 399 - 418.
- (44) الشريف، رشا محمد(2015). دور شبكات التواصل الاجتماعي في دعم حقوق الإنسان الرقمية لدى طلاب الجامعة، مرجع سابق، ص 447-462.
- (45) مشعل، محمد أحمد سلامة(2021)، الذكاء الاصطناعي وآثاره على حرية التعبير في مواقع التواصل الاجتماعي، مرجع سابق، 438 - 627.
- (46) جمال، محمود (2017). دور مواقع التواصل الاجتماعي في إكساب الجمهور المصري المعرفة بقضايا حقوق الإنسان، مرجع سابق، ص 355-404.
- (47) لمزيد من المعلومات حول غرفة تنسيقية شباب الاحزاب والسياسيين علي كلوب هاوس [/https://cpyp.net](https://cpyp.net)
- (48) Ugwuoke, J.C., & Erubami, J.A. (2021). old war, new battleground: deconstructing the potency of social media for community engagement in nigeria's human rights advocacy efforts. World of Media. Op.Cit.